



# 通过“示例”提高养老保险参与率与居民消费水平

## ——有关信息设计的一场田野实验

**研究成果:** Boosting pension enrollment and household consumption by example: A field experiment on information provision

**作者:** 白重恩, 迟巍, 刘潇, 唐朝, 徐健

**发表期刊:** *Journal of Development Economics*, 150, 102622, 2021

政府关注社会福利, 企业也关心职工福利。然而, 公众在相关社会保障项目上往往参与率不高。因此, 如何提高各类社保项目的参与率一直以来都是颇具研究意义的话题。相关文献指出, 社保参与率低的一大原因在于公众对于社保项目具体条款及其带来的福利缺乏了解。然而, 在信息干预对诸如医疗保险、退休储蓄等项目参与率的作用上, 已有研究并未达成一致。此外, 提供信息的形式, 信息的类型、复杂程度以及干预次数等等都将对实验结果产生显著影响。那么, 什么样的信息可以增加公众对于社保项目的认识, 并因此提升社保参与率? 不同人口统计学特征的实验对象对信息干预的反应是否表现出异质性?

为了解答上述问题, 清华大学经济管理学院经济系白重恩教授、领导力与组织管理系迟巍教授、经济系刘潇教授及其合作者唐朝、徐健博士, 针对养老保险参与行为在广东省进行了一次大规模的田野实验, 旨在研究信息干预如何影响个人的养老保险参与决定以及家庭的消费行为。在设计阶段, 该实验从信息的复杂程度、可比程度、个性化程度等维度上做区分, 分别设计了四类不同的信息手册。其中, 对照组的手册仅包含养老保险的概述和福利计算基本公式等内容; 实验组则进一步被分为了三类, 设计给第一类受访者的手册在对照组的基础上增加了福利计算实例, 例如, “一位 45 岁的居民在今年参加了城乡居民养老保险, 他从现在起每月投入 60 元人民币, 年满 60 岁后即可领取每月至少 429 元的养老金。” 第二类受访者获得的手册在第一类的基础上新增了一个对比实例, 提示受访者将相

同金额的存款放入银行或养老账户在 15 年之后的回报对比。第三类受访者属于已经参加了养老保险的人群, 他们则获得了个性化定制的手册, 手册中的实例均基于受访者本人与其曾经的养老保险支出所设计。

该实验从广东省揭阳、湛江、珠海三个城市中随机选择了 1064 户家庭, 共涵盖 2539 名被试者, 在当地人口调查员的协助下先后进行了三个阶段的数据收集, 时间跨度为 2014 年 3 月至 2015 年 2 月。正式实验前, 调查员向实验对象发放问卷, 获取家庭经济状况信息以及他们对于养老保险的了解程度。在实验过程中, 调查员以每月一次的频率针对实验对象送出特定的养老保险科普手册。实验结束后, 调查员发放了与正式实验前相同的问卷, 并询问了受访者对于养老保险的反馈。实验结果显示, 与对照组相比, 在 45-55 岁这一年龄段里, 手册中含有银行与养老保险对比实例的受访者的养老保险参与率显著提升。我们还发现, 在同一年龄段实验对象所在的家庭中, 那些获得个性化定制手册的家庭的消费量显著高于对照组。此外, 实验的后续调查显示, 有 92% 的受访者表示信息手册帮助他们了解了养老保险福利, 而 60% 的人愿意将来定期收到该小册子。

实验结果的启示在于, 适当的信息手册设计能够提高人们的养老保险参与意愿、降低他们对退休收入的不确定性。因此, 无论是个体公司还是公共部门, 在启动此类计划时都应选择适当的设计。此外, 不同年龄组的实验结果存在差异, 这也说明了在提供信息时, 关注目标人群的重要性。

供稿: 科研事务办公室 编辑: 高晨卉 责编: 吴淑媛 赵霞