来自中国雄安新区的住房财富与网络消费者行为证据

作者:Hanming Fang, Long Wang, Yang Yang

我们为住房财富对消费者行为的因果影响提供了新的证据。为了克服非随机住房财富变化的经验挑战，我们利用2017年4月1日中国最新国家级新区——雄安新区的意外宣布，作为对房价的外部冲击。我们使用来自中国最大电子商务公司的个人在线消费专有数据集来衡量消费者行为的各个方面，如消费模式、购买犹豫、对不满意产品的容忍度和逃避（通过在工作时间进行在线购买来表示）。我们探讨了住房冲击影响消费者行为的潜在机制；特别是，我们试图区分可实现和不可实现的住房财富效应。

**原文链接:**<https://www.nber.org/papers/w30465>