

## 方言、文化认同与住房市场交易

张 航 范子英 杨现领\*

**摘要** 汉语方言是经济转型过程中的重要影响因素。本文研究了方言的文化认同效应在住房市场中的作用。我们基于链家地产 17 个城市的二手房成交微观数据,评估了买卖双方的方言一致性对交易议价的影响。结果显示,相同的方言会对交易议价产生显著影响,其效应占平均议价程度的 7.3%,且在价格偏向上表现为典型的同乡间提携后进模式,即议价过程中年轻的一方能通过方言获利。进一步分析发现,方言的稀缺性和交易人的性别也会影响文化认同的效应。

**关键词** 方言,文化认同,住房交易

**DOI:** 10.13821/j.cnki.ceq.2021.02.15

### 一、引 言

经济增长和发展始终是经济学研究的重点内容,早年的文献强调制度演变的决定性作用 (Acemoglu and Robinson, 2001),但由于其指标度量和作用机制不够完善,近年来则更加强调文化对经济发展的作用。在宏观上,文化通过吸引投资 (Chen *et al.*, 2014)、技术扩散 (Spolaore and Wacziarg, 2009; 赵子乐和林建浩, 2017) 和制度演变 (Greif, 1994; Greif and Tabellini, 2010) 影响着地区间的经济发展;在微观上,不同文化背景的个体在劳动供给、生育水平、政治参与度等方面存在系统性的差异 (Fernandez and Fogli, 2009; Alesina and Giuliano, 2011; Giavazzi *et al.*, 2013),这些差异又进而决定了社会整体的劳动供给水平和政治均衡状态。与制度相比,文化的影响更加深远,因为文化是在群体内世代传承的习俗和信念 (Guiso *et al.*, 2006),蕴含着深层次的价值观念和认知偏好,进而影响着个体的行为模式 (Portes *et al.*, 2001; Fisman and Miguel, 2007)。不仅如此,文化因素还在

\* 张航,华东师范大学经济学院、华东师范大学中国金融研究院;范子英,上海财经大学公共经济与管理学院;杨现领,中南财经政法大学和链家研究院。通信作者及地址:范子英,上海市国定路 777 号上海财经大学公共经济与管理学院,200433;电话:(021) 65908957;E-mail: ivannj@163.com。本研究得到国家自然科学基金资助项目(71573165、71973088)、中国博士后科学基金面上项目(2019M661433)和上海财经大学创新团队支持计划的资助。本文曾在中山大学“经济金融中的乡音”研讨会、香樟经济 Seminar (上海)等学术会议上汇报过,特别感谢与会者和匿名审稿人的评论和建议。文责自负。

企业层面发挥着作用,高管的文化背景和高管之间的文化认同均会显著影响公司的治理水平和发展方向(陈冬华等,2013; Benmelech and Frydman, 2015; 戴亦一等,2016)。

文化是一个多维度的概念,包含了价值观念与认知偏好的集合,最常见的度量指标就是语言。语言是思维的承载,使用相同语言的个体往往具有相似的思维方式(李锡江和刘永兵,2014),表现出同类型的认知偏好,而这恰恰是文化的内涵所在。在中国,语言的差异完全体现在方言上,历史上山川河流的阻隔和交通的不便使人们群居在相分隔的区域内,这种长期的地理隔离在造就各地独特文化的同时,也形成了各地区自己的方言,所以地域文化和方言实质上一脉同源。方言对中国经济和社会的影响是全方位的,在宏观层面,行政区划对方言区划的分割导致了区域间经济发展和资源配置效率的差异(高翔和龙小宁,2016; 刘毓芸等,2017),在微观上,个体间方言的相似程度影响着劳动力流动的走向和公司治理的水平(刘毓芸等,2015; 戴亦一等,2016)。方言的作用已在各个层面得以检验。

以上的这些研究为我们理解方言的作用奠定了基础,但在具体研究中仍存在三方面值得拓展的方向。首先是如何进一步分离方言的作用机制,即沟通效应和文化认同效应,当发现方言影响了个体的行为时,例如更容易迁移到相同方言的地区,这背后既可能是因为相同的方言唤起文化认同感,也可能是相同方言的双方更容易沟通,并通过这种沟通成本隔离了其他方言群体的融入<sup>1</sup>。其次是如何量化方言的溢价,大多数关于方言的研究都集中于总量研究,例如地区之间更多的贸易量、人口流动数量等,但对于拥有特殊方言的个体来说,最重要的还是方言给其带来的溢价,例如更高的收入、更低的成本等。最后是揭示方言溢价的来源,在一个短期的静态经济框架内,拥有方言所带来的好处,势必会给其他群体带来负面影响,以往的文献并未对这种利益的让渡进行研究。

本文以二手房交易中的议价程度为研究对象,讨论其中买卖双方方言中的文化认同效应,这为解决上述不足提供了理想的场景。首先,本文采用链家地产的17个城市二手房成交微观数据,基于买卖双方的个人信息可以准确识别双方的出生地,再用《汉语方言大词典》中的方言分区(刘毓芸等,2015)确定交易双方的方言种类,为检验方言中蕴含的文化效应对交易议价的影响提供了基础。其次,所有住房交易均发生在大城市,买卖双方都是以普通话作为主要媒介,并且还有房产中介经纪人的辅助,使交易双方不会因方言不同产生沟通障碍,从而排除了沟通效应的影响,保证方言的识别结果仅为文化认同效应。最后,近年来购房支出占居民可支配收入的比重已超过

<sup>1</sup> 例如,关于复印产业多被湖南新化县人占据的问题,冯军旗(2010)经调查发现,技术的传播主要以地缘、亲缘等乡土关系网络为渠道是该现象的重要成因,其中新化县的方言是一个重要的阻隔方式。

25%，其中有接近一半为二手房交易<sup>2</sup>，可见其在居民整体消费中占有举足轻重的地位，这一点保证了买卖双方将以足够的理性来对待交易，文化认同对交易的影响并非“感情用事”，更强有力地佐证了文化因素在市场经济中的作用。

本文的实证研究发现，买卖双方的方言会对住房的议价结果产生显著影响，方言距离越接近，则议价程度越大，实际成交价格越低，方言一致最多可以让买方在最后挂牌价的基础上多谈下来0.169%，占平均议价程度的7.3%。进一步的分析发现，之所以文化认同会使交易向对买方有利的方向倾斜，是因为同乡扶持现象更多体现在提携后进，也就是扶持的方向一定是年长的交易人帮助同乡后辈，而样本中卖方平均比买方大9.36岁，所以整体的估计结果中方言一致会提高交易的让价幅度。此外，方言的作用与其使用范围成反比，方言的作用仅发生在买卖双方均非本地人的情况下，且在使用范围更小的方言上更为明显，这反映了稀缺性方言背后蕴含的特殊文化认同效应。最后，性别对方言的效应也有异质性影响，相比女性而言，男性交易人更容易对同方言者产生文化认同，这一结论与已有文献中关于性别思维差异的理论相符。

论文其余部分的结构安排如下：第二部分为文献回顾与理论假设，我们在已有文献基础上进行了理论分析并提出研究假设；第三部分为研究设计，介绍本文所用的数据及实证模型；第四部分为基准实证结果；第五部分是一系列稳健性检验和异质性分析；第六部分是文章的结论。

## 二、文献回顾及理论假设

文化是种群内部世代传承的习俗、信念和价值观，在经济学话语体系下，这些文化的集合是个体偏好的基本构成（Akerlof and Kranton, 2000；Guiso *et al.*, 2006）。文化因素的引入填补了传统经济学中对个体偏好捕捉的空缺。文化经济学建立之初，其主题还局限于在宏观层面讨论群体文化对群体本身的影响（Greif, 1994；Noland, 2005；Algan and Cahuc, 2010；Greif and Tabellini, 2010），以及其背后的微观基础（Fernandez and Fogli, 2009；Alesina and Giuliano, 2011；Giavazzi *et al.*, 2013）。在多元文化交融的大趋势下，学者们逐渐发现仅就文化差异来解释文化主体的差异是不够的，文化背景对个体间协作和竞争产生的影响更为复杂和有趣，自此文化经济学的研究重点才逐渐向个体间的文化认同转移。

<sup>2</sup> 根据国家统计局的数据，2010年至2016年间，全国所有的住房销售额占全国居民可支配收入总和的25.54%；2016年我国二手房交易额超过6万亿，占住房交易总额的41%，这一占比在北京、上海等一线城市甚至高达70%以上。

文化认同植根于社会认同理论。该理论认为,社会中的个体会根据自身的积极特质(positive distinctiveness)划分群体,并在资源分配时采取差别性对待(Tajfel, 1982; Tajfel and Turner, 1986)。作为个体身份的重要标识,方言所代表的文化背景是群体划分和达成认同的重要依据。我国的方言由历代北方汉人在南迁过程中逐渐传播和分化而来,由于交通的不便和行政的阻隔,移民队伍在新的聚集地逐渐发展出各异的人情和风俗,这些文化元素通过方言记录和传唱,在族群内代代相传(游汝杰和周振鹤, 1985)。可以说,方言既是传统文化表达的载体,又是其在代际间传承的衣钵。在现代,随着普通话的推广,方言的沟通功能逐渐减弱,但在人口流动的大背景下,方言作为个体文化名片的作用越来越被认可(黄亚平和刘晓宁, 2008)。对客居异乡的人而言,在人潮中识别同乡的最好方法,就是夹杂普通话中那一丝的乡音。方言中所蕴含的共有的地域文化和乡土情结可以迅速拉近人与人之间的距离,让使用共同方言的群体形成具有很强约束力和凝聚力的同乡圈层(翟学伟, 2014)。方言在经济活动中的作用已在人口流动(刘毓芸等, 2015)、公司治理(戴亦一等, 2016)、区域经济发展与资源配置(高翔和龙小宁, 2016; 刘毓芸等, 2017)和社会信任(黄玫立和刘畅, 2017)等领域得到了充分的验证。然而,这些文献更多还是停留在总量层面,未有研究将文化的作用下沉至具体的价格层面。这是因为价格层面的讨论更多时候不是互利共赢的状态,文化对价格的作用需要通过更为复杂的机制实现。

遵循以上文献的脉络,我们认为文化认同在住房交易中的作用,理应可以通过买卖双方的方言得以检验。语言是沟通的桥梁,而充分的沟通则是交易议价的基础。在我国人种单一化的情况下,口音是陌生人在沟通中最直接的背景名片和文化象征。相同的方言可以在交易双方之间迅速建立起文化认同,从而影响交易的议价,具体而言这种效应是通过以下两种渠道发生作用的:第一,相同的文化背景意味着相似的处事方式和认知偏好,这些共同的特征能够给相对陌生的交易人以“知根知底”的印象,更快速地拉近相互之间的心理距离,使交易议价由博弈的状态更好地向洽谈合作的状态过渡,减少了由相互试探和认知错位带来的无谓损失;第二,同方言带来的文化认同感会在交易人之间催生出相互扶持的利他性倾向(陆瑶和胡江燕, 2014; 李书娟和徐现祥, 2016),且通常表现为阅历更深且资源丰富的一方愿意去帮助提携后辈。这一方面是由于同乡间相似的经历容易引起同理共情的心态,使优势资源的掌握者能对同乡后辈的现状感同身受,从而让渡一部分利益给后者。另一方面,我国的同乡圈中存在内部优势资源共享的机制(范子英和李欣, 2014; 戴亦一等, 2016),而圈内声誉是维持圈内地位的重要基础。扶持同乡的行为通过关系网络的传播,可以为个体树立良好的声誉,让其分享到同乡圈内部的独特资源。又因为二手房交易中的卖方通常是掌握相对优势资源且更为年长的一方,也就存在提携同乡后辈的激励,所以当交易双方来自

相同方言片区，特别是当买方为年轻人而卖方更为年长时，这种同乡间提携后进的倾向就会显著降低交易价格。

基于以上分析，本文提出以下两条假设：

**假设 1：**二手房交易中，买卖双方的方言相似程度越高，卖方向买方让价的比例就越高，交易将表现出更高的议价程度。

**假设 2：**方言对二手房议价程度的效应会在卖方比买方年长时更加突显。

### 三、数据来源及研究设计

#### （一）数据来源及处理

本文使用的二手房交易数据来自链家房地产经纪有限公司。链家是中国最大的房地产中介公司，截至2017年年底已覆盖全国28个大中城市，开设门店8000余家。链家的市场地位以及它作为一线交易平台而拥有的信息掌握程度，保证了样本的真实性和对市场整体情况的代表性。由于权限问题及链家进入各城市时间不一的限制，我们获取了其中17个城市于2017年7月之前7—22个月不等的交易数据，每个城市样本期的平均跨度为14.5个月。这份数据详细记录了在链家挂牌成交的每笔二手房交易的挂牌信息、成交信息、房源的特征信息、买卖双方的身份信息以及交易当月的市场供需情况。我们对其中存在变量缺失或登记有明显错误的样本进行了清理<sup>3</sup>，并剔除了商铺、连排、别墅、车库等特殊房产，仅保留普通公寓作为研究对象。最后，我们对总房价在上下0.5%的样本进行了截尾处理，以避免异常值的干扰。

买卖双方的身份信息中包含了他们的出生地<sup>4</sup>，我们以此为基础结合《汉语方言大词典》来确定他们所讲的方言。《汉语方言大词典》将我国的方言从高到低划分为三个层级，即方言大区、方言区和方言片，并按照1986年时的行政区划记录了每个县级行政单位所使用的方言。参照刘毓芸（2015）的做法，我们整理了书中所记录的各地方言，并将之与买卖双方的出生地进行匹配。为解决行政区划变动的问题，我们整理了历次行政区划调整，并与1986年时的版本做对照，以此确定了交易人所属的方言区。最后，由于我国部分地区并不使用汉语作为官方语言，所以我们剔除了来自这部分地区的交易人。最终的样本中，交易人出生地涵盖了全国96.1%的地级行政区划单位，所包含的方言片占有所有方言片的97.2%。

表1列示了处理后各个城市的样本量和一些基本的统计量，可以看到大部分城市的主要购房人群还是外来人口，北京、成都、杭州等大城市本地人

<sup>3</sup> 明显的登记错误包括房龄大于1000年、买卖双方年龄小于18岁、成交总价小于1000元等的样本。

<sup>4</sup> 买卖双方的身份证号码，前6位对应的是出生地信息。

购房比例不到35%，在深圳、东莞、廊坊这些近几十年快速成长起来的城市，这一比例甚至在5%以下，充分说明了人口流动热潮下异乡购房现象的普遍性。买卖双方来自相同方言片的交易在各个城市的平均占比在30%左右，这主要是由本地出生的交易人之间的交易带来的，在剔除了本地卖方和买方的样本后，同方言片交易的平均占比仅为4.34%，说明在住房市场中遇到方言完全相同的交易对手是一件较为罕见的事，这种身处异乡的孤独感使相同的方言能在交易者之间产生强大的文化认同，从而改变交易结果。

表1 城市间样本分布

城市	样本量	本地人购买	同方言片交易	非本地同方言片交易
北京市	57 738	33.5%	20.1%	1.4%
成都市	11 208	21.6%	43.8%	16.7%
大连市	11 484	42.0%	30.9%	4.2%
东莞市	47	4.3%	8.5%	6.4%
杭州市	6 474	23.1%	24.2%	3.1%
济南市	3 932	41.2%	49.5%	4.6%
廊坊市	1 558	4.4%	7.1%	6.9%
南京市	8 941	35.1%	46.9%	5.9%
青岛市	2 835	34.4%	22.8%	3.2%
厦门市	394	16.5%	28.7%	15.5%
深圳市	6 708	4.8%	4.2%	3.0%
沈阳市	297	26.9%	35.4%	6.1%
天津市	19 039	48.4%	44.2%	0.7%
武汉市	4 796	44.8%	31.9%	3.8%
烟台市	1 119	53.2%	42.8%	1.8%
长沙市	1 932	19.2%	30.9%	9.3%
重庆市	4 816	30.9%	57.7%	24.4%

## (二) 指标构造及实证模型

由于本文研究的是交易双方的个体文化特征对交易的影响，所以不能简单地以交易结果，也就是最终成交价作为被解释变量。这是因为，住房价格会掺杂许多在买卖双方相遇之前就存在的干扰因素，而这些因素又可能同时对议价的过程产生影响，导致模型的设定存在内生性问题。所以我们需要一个能反映买卖双方相遇前后价格如何变动的指标来作为被解释变量。本文选用议价程度这一指标，其计算公式为：

$$\text{议价程度} = \frac{(\text{最后挂牌价} - \text{成交价})}{\text{最后挂牌价}} \times 100\%$$

卖家在中介平台的最后一次挂牌价代表其在议价开始前的心理价位，而最终成交价则代表交易的结果，两者之差即为卖家的让价幅度，加权后的议价程度指标就可以准确反映议价过程中价格的变动比例。议价程度为1%代表在议价过程中，卖家在最后挂牌价的基础上让价了1%。基于此，我们构建了以下基准回归模型：

$$\text{NegR}_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 D1/D2/D3 + \beta_2 X + \beta_3 Y + \delta_j + \gamma_t + \epsilon_{ijt}, \quad (1)$$

其中，下标  $i$  代表住房， $j$  代表住房所在的城市， $t$  代表交易所在月份。 $\text{NegR}$  为议价程度； $D1$ 、 $D2$  和  $D3$  为三个核心虚拟变量，分别表示买卖双方所在的方言大区、方言区、方言片是否相同，若相同则为1，不同为0， $D1=1$  时买卖双方属于同一个方言大区，所用方言较为相似， $D3=1$  则表示双方的方言完全相同； $X$  是住房的特征控制变量，包括房型、楼层、面积、房龄的对数、是否为地铁房、是否为学区房以及该住房在交易时是否“满五唯一”<sup>5</sup>； $Y$  为衡量交易当月市场供需情况的控制变量，议价空间会在很大程度上受其干扰，当楼市看涨、供给不足时，卖方通常不急于出售住房，议价空间较小，反之在楼市看跌时，议价空间往往较大，这里我们采用由链家统计的每月住房所在商圈的带看总人次来衡量市场的需求情况，用每月该商圈的新增房源数量来衡量市场的供给情况； $\delta$  和  $\gamma$  分别为城市层面和月份的固定效应，用以保证回归结果不受城市间差别和随时间变化的市场情况的干扰，同时也解决了样本中各城市时间跨度不一的问题。在对模型进行回归时我们还剔除了议价程度大于50%及小于-50%的明显异常交易样本，并使用了小区层面的聚类稳健标准误。模型(1)可以用以验证假设1，系数  $\beta_1$  代表了买卖双方使用相同的方言给谈判的议价程度带来的影响。理论上，方言相似度越高，对议价程度的影响就越大， $\beta_1$  的值就越大。

为刻画这种趋势，我们先用模型(1)中除  $D1/D2/D3$  之外的所有控制变量对  $\text{NegR}$  作回归，获取其残差，然后用买卖双方的方言距离来拟合残差。方言距离即为买卖双方所讲方言的跨层级数(刘毓芸, 2015)，如双方同属一个方言片( $D3=1$ )，则距离为0，属于同一个方言区的不同方言片( $D2=1$  但  $D3=0$ )，则距离为1，依此类推。图1的结果清晰地展示了这种方言距离与议价程度的负相关关系，即方言距离越小，方言相似度越高，谈判的议价程度也越高。

<sup>5</sup> 按税法规定，二手房交易中如果卖方所卖住房已持有达到五年，或是家庭唯一住房，都可以享受税收减免。在现实中，这些交易税费属于交易成本的一部分，且最终多数由买方承担，所以住房是否“满五唯一”会对议价程度有所影响。

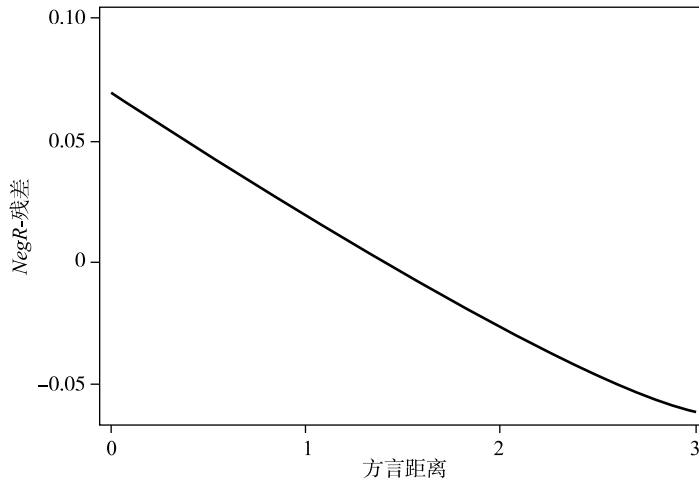


图1 方言距离与议价程度

假设2认为方言对议价程度的影响很大程度上是由于同乡间长辈对晚辈的扶助,那么这种效应理应会随着买卖双方年龄差距的扩大而增加。为检验假设2,我们在模型(1)的基础上增加了买卖双方的年龄差与方言虚拟变量作交互,构造了模型(2):

$$NegR_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 D1 + \beta_2 Dage_{ijt} + \beta_3 D1 \times Dage_{ijt} + \beta_4 X + \beta_5 Y + \delta_j + \gamma_t + \varepsilon_{ijt}, \quad (2)$$

其中, $Dage = \text{卖方年龄} - \text{买方年龄}$ ,表示双方的年龄差。交互项系数 $\beta_3$ 反映了方言一致时年龄差每增加一岁给议价程度带来的影响。按照假设2的预期,年龄差越大则议价程度越高, $\beta_3$ 应显著为正。这种趋势已经在图2中得以体现。图2对比了方言完全相同( $D3=1$ )和完全不同( $D1=0$ )两种情况下议价程度随年龄差变化的趋势。当卖方年龄小于买方( $Dage < 0$ )时,方言不同的交易双方表现出更高的议价程度,且随着买方年龄的增加而显著提升,这是因为年长的买方往往具有更高的谈判技巧,能让他在议价中获得更多的利益。相较而言,这一区间内同方言交易双方的议价程度整体更低,且随年龄差变化的趋势也更为平缓,这说明当交易在同方言交易者之间进行时,年长的买方不会利用年龄优势向年轻卖方施压,而是让交易在一个更高的价格成交,体现了同乡间的扶持效应。方言带来的剪刀差在买卖双方年龄相等时一并趋同,且在卖方年长于买方的区间内( $Dage > 0$ )出现了反转,表现为同方言交易的议价程度整体高于不同方言交易,也就是说,相比不同方言交易者而言,讲相同方言的年长卖方会给予年轻的买方更多的价格优惠。可见,无论买卖双方的相对年龄如何变化,同方言交易者之间的交易总是更有利于年轻的一方,这充分体现了同乡间提携后进的现象。



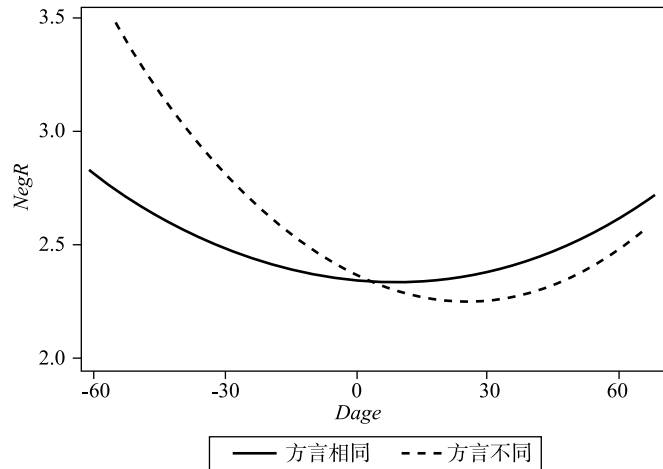


图 2 方言、年龄差与议价程度

#### 四、基准实证结果

##### (一) 描述性统计

表 2 为模型中核心变量的描述性统计。在所有交易中买卖双方同属一个方言大区的比例为 79%，同方言区的比例为 39.8%，而当精确到方言片时，仍相同的比例降至不到 30%，可以看到方言相似度与同方言交易人的稀缺性程度呈现明显的正相关关系，而方言的效应是否也会随着稀缺性的提高而放大呢？这是我们接下去要检验的一点。就年龄差而言，卖方平均比买方大 9.36 岁，导致交易量的重心偏向于图 2 的右半部份，这也解释了为何在同乡间提携后进的背景下，同方言交易整体上表现出更高的议价程度。有关议价程度的变量中，最后挂牌价的均值为 277.8 万，比成交价高将近 6 万，使计算得到的议价程度平均处于 2.2% 的水平，表示二手房议价中卖方平均让价比例为 2.2%。

表 2 描述性统计

变量名	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
D1	143 187	0.790	0.407	0	1
D2	143 187	0.398	0.489	0	1
D3	143 187	0.293	0.455	0	1
Dage	143 187	9.355	16.07	-64	70
NegR	143 187	2.211	3.200	-48.07	49.75
成交价	143 187	271.951	217.44	30	1 390
最后挂牌价	143 187	277.846	222.393	30	1 700

## (二) 基本回归：方言相似度与议价程度

我们首先用模型(1)来检验方言一致性对交易议价程度的影响,表3的前三列分别检验了买卖双方同属一个方言大区、方言区和方言片的情况。可以看到,无论哪个层级下,同方言交易总会表现出更高的议价程度,且效应随着方言相似性的提高而逐步增大。当买卖双方的方言仅在大区层面相同时,方言的效应使议价程度提高了0.096%;在方言区层面相同时,效应增长为0.099%;而当双方的方言完全相同时,这种效应达到了0.113%。为了更直观地体现议价程度如何随方言相似度的变化而变化,我们采用图1中的方言距离指标代替方言一致性虚拟变量,发现方言距离每增加一个层级,议价程度就会下降0.051%,这进一步验证了假设1的预期。

但是方言的三个层级是一种层层包含的关系,若仅以交易双方是否在某一层级下方言相同来做判断,会使估计结果掺杂噪音。例如,买卖双方同属一个方言大区的情况中,又包含了属于不同方言区、属于不同方言片、属于同一方言片等复杂情况,而每种情况的效应均不相同,表3的第一个回归相当于将这些不同程度的效应糅合在一起,再与方言完全不同的情况做对比,其结果仅为该层级方言效应的总体评估。为了使结果更加精细,我们进一步剔除了属于同一方言大区但不属于同一方言片( $D1=1$ 但 $D3=0$ )的样本,仅对比买卖双方方言完全不同的交易( $D1=0$ )与方言完全相同的交易( $D3=1$ )。表3第(5)列的结果与前3列相比有了显著提升,方言一致性的效应达到了0.169%,相对于该子样本中议价程度的均值2.3%而言,方言可以影响整个谈判过程的7.3%,若以268.3万的最后挂牌均价来计算,则方言在二手房买卖中的“情分价”约为4534.27元。

表3 方言一致性与交易议价程度

	被解释变量：议价程度				
	方言大区 (1)	方言区 (2)	方言片 (3)	方言距离 (4)	完全不同 VS. 完全相同 (5)
方言一致	0.0960*** (0.0247)	0.0992*** (0.0191)	0.113*** (0.0189)		0.169*** (0.0298)
方言距离				-0.0511*** (0.00874)	
房间	0.170*** (0.0165)	0.169*** (0.0165)	0.169*** (0.0165)	0.169*** (0.0165)	0.191*** (0.0226)
楼层	-0.00686*** (0.00157)	-0.00678*** (0.00158)	-0.00673*** (0.00157)	-0.00668*** (0.00158)	-0.00410* (0.00222)

(续表)

	被解释变量：议价程度				
	方言大区 (1)	方言区 (2)	方言片 (3)	方言距离 (4)	完全不同 VS. 完全相同 (5)
面积	2.58e-06 (1.49e-05)	2.41e-06 (1.48e-05)	2.35e-06 (1.48e-05)	2.49e-06 (1.48e-05)	-6.59e-06 (6.88e-06)
房龄对数	0.0814*** (0.0210)	0.0806*** (0.0210)	0.0791*** (0.0210)	0.0786*** (0.0210)	0.0557* (0.0295)
满五	-0.0358* (0.0215)	-0.0367* (0.0215)	-0.0376* (0.0215)	-0.0373* (0.0215)	-0.0123 (0.0326)
唯一	0.00241 (0.0198)	0.00299 (0.0198)	0.00384 (0.0198)	0.00381 (0.0198)	-0.00990 (0.0283)
地铁房	0.0649*** (0.0246)	0.0648*** (0.0246)	0.0641*** (0.0246)	0.0650*** (0.0246)	0.0210 (0.0326)
学区房	-0.110*** (0.0259)	-0.110*** (0.0258)	-0.110*** (0.0258)	-0.110*** (0.0258)	-0.0806** (0.0357)
带看人次	-5.15e-06 (7.62e-06)	-5.27e-06 (7.61e-06)	-5.12e-06 (7.62e-06)	-5.03e-06 (7.63e-06)	-1.92e-05* (1.05e-05)
新增房源	-0.000148*** (3.41e-05)	-0.000147*** (3.39e-05)	-0.000146*** (3.39e-05)	-0.000147*** (3.39e-05)	-0.000187*** (4.67e-05)
月份效应	是	是	是	是	是
城市效应	是	是	是	是	是
观测值	143 187	143 187	143 187	143 187	72 044
R-squared	0.102	0.102	0.102	0.103	0.094

注：括号中为标准误，已经过小区层面 cluster 的调整，\*\*\*、\*\*和 \* 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

### (三) 机制检验：文化认同与提携后进

文化认同是相互的，但表 3 的回归结果却显示方言带来的文化认同一致地使议价结果偏向有利于买方。对此的一种解释是市场中存在提携后进现象，又由于卖方普遍比较年长，所以整体的议价结果就表现为更有利于年轻的买方。图 2 的结果初步揭示了提携后进现象的存在。下面我们通过模型 (2) 来做进一步的检验。为了更清晰地反映方言的作用，我们在接下来的回归中沿用表 3 第 (5) 列的样本，也就是拿交易双方方言完全不同的样本对比方言完全相同的样本。

表 4 的第 (1) 列中，我们先用年龄差的虚拟变量与方言一致性做交互，

若卖方年龄 $\geq$ 买方年龄,则年龄差虚拟变量为1,否则为0。结果显示买卖双方的相对年龄在同方言交易中扮演着重要作用。当双方的方言完全不同时,年龄差的水平项显示卖方年龄更大会使交易的议价程度平均降低0.359%,这主要是由随着年龄和阅历增长的议价能力导致的。在方言不同的情况下,年长的卖方会在交易中利用议价能力的优势向买方施压,以获得更高的成交价。然而,当双方方言一致时,这种由年龄优势带来的施压会受到大幅抑制。交互项系数表明,方言一致性会促使年长的卖方给予同乡后辈以0.2%的让利,与方言不同的情况形成了鲜明的对比。我们进一步用年龄差的连续变量代替虚拟变量,也就是用完整的模型(2)来估计相对年龄的作用。此时,年龄差的水平项系数依然为负,表示在方言不同时,相对年龄较大的卖方凭借议价能力压制议价空间的现象仍然存在;交互项系数显著为正,说明前一种效应在方言一致时受到了反向冲击,年长的卖方在乡音的作用下会给予买方更多的让利,且这种效应将随着双方年龄差的增大而显著提高。

表4 方言与提携后进

	被解释变量: 议价程度	
	虚拟变量 (1)	连续变量 (2)
方言一致	0.00598 (0.0599)	0.108*** (0.0341)
年龄差	-0.359*** (0.0572)	-0.00913*** (0.00154)
方言一致 $\times$ 年龄差	0.201*** (0.0669)	0.00672*** (0.00176)
控制变量	是	是
月份效应	是	是
城市效应	是	是
观测值	72 044	72 044
R-squared	0.095	0.095

注: 括号中为标准误, 已经过小区层面 cluster 的调整, \*\*、\* 和 \* 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

表4的结果揭示了文化认同在价格博弈情景下更为复杂的表现形态。事实上,同乡间的提携后进早已在一些案例研究中被充分挖掘(冯军旗, 2010),以“老带新、长帮幼”为延续机制的地缘共同体存在于我国各个产业和地区内,是影响技术扩散、产业升级和经济增长的重要因素。但之前的研究既未能在实证层面证明这种现象存在的普遍性,也没能定量地测度这一机制的作用大小,让我们对其的理解留于片面。方言作为同乡之间最为直接、

有效的身份标签和沟通纽带，是提携后进机制发挥作用的重要依托。从方言的角度估计出提携后进的效应，为社会关系网络、产业发展和人口流动等领域研究提供了新的视角。

## 五、稳健性检验及异质性分析

### (一) 身份证号与出生地

本文用身份证号码来确定出生地，但我国初代身份证颁发于1984年，一部分外出打工、上大学的人就地办理了身份证，其身份证号中的地区代码也就直接归属为办证城市的行政代码，而非其真实的出生地代码，这可能会给我们的识别带来一定的偏误。由于这部分流动人口的主要目的地城市是各省的省会，所以我们剔除了买卖双方有来自省会城市的样本，以此降低这种偏误带来的影响。

结果显示，除了方言大区的效应不再显著外，交易双方来自相同的方言区和方言片仍会显著提升交易的议价程度，同方言片的效应甚至大于基准回归中的0.113%。这是由于省会城市的外来人口较多，普通话使用率要大于其余城市，出生和长期生活在这里的居民对本地方言的敏感程度要低于非省会城市的居民，所以在表3的样本中方言片的效应被省会居民稀释后变小，又因为省会城市的外来人口多来自同一方言大区内部（刘毓芸，2015），这加强了表3中方言大区的效应，使其更为显著。在将省会居民剔除后，样本中交易人对本方言片的敏感程度有所提高，但对同方言大区中其他方言片区的方言种类敏感度下降，所以表5中方言大区和方言区的效应较表3下降，而方言片效应却更大。表5其余结果也与基准回归相符。

表5 排除身份证号偏误

被解释变量：议价程度					
	方言大区 (1)	方言区 (2)	方言片 (3)	方言距离 (4)	完全不同 VS. 完全相同 (5)
方言一致	0.0495 (0.0383)	0.0936*** (0.0337)	0.132*** (0.0360)		0.200*** (0.0589)
方言距离				-0.0493*** (0.0160)	
控制变量	是	是	是	是	是
月份效应	是	是	是	是	是
城市效应	是	是	是	是	是
观测值	53 506	53 506	53 506	53 506	24 437
R-squared	0.103	0.103	0.103	0.103	0.085

注：括号中为标准误，已经过小区层面 cluster 的调整，\*\*\*、\*\*和\*分别表示1%、5%和10%的显著性水平。

## (二) 跨越地域的“乡音”

在同乡的概念中，“乡”既可以指“乡音”所代表的文化背景，也可以指“乡土”所代表的地域背景。不可否认，共同的地域背景在文化认同中有着重要的作用，所以相比“同方言不同家乡”的情况，“既同方言又同家乡”显然能带来更强烈的文化认同感。那若排除掉地域背景的作用，方言的魔力还能在多大程度上存续呢？在表6中我们利用买卖双方来自不同故乡的样本检验了这种情况。

表6的前两列中，我们对买卖双方并非来自同一地级市的样本做了回归。结果显示方言的基本效应和梯度效应均显著，方言相同将给交易议价程度带来0.127%的提升，且交易双方的方言距离每缩小一个层级，议价程度将增加0.041%。这一效应较基准回归有所减小，表明相同的故乡确实能在更大程度上促成双方的文化认同，带来更高的交易议价。但在剥离同乡作用后，方言的效应依然存在。

与买卖双方非同故乡的情况相对应的，还有一种跨越地域的情形是买卖双方均非本地（住房所在地）出生的居民。由于人口流动存在阻力，所以本地购房的主力人群一定是本地人。本地人在家乡购房虽然会拥有更多的信息优势和社会关系优势，但由于本地方言在当地的普遍性，本地的谈判双方很难从方言中获得文化认同，所以当样本中存在本地人之间的购房交易时，有可能使系数存在噪音。因此，我们在表6的第(3)、(4)列回归中剔除了买方或卖方是本地人的样本，结果显示方言的作用依然显著，且比基准回归的系数要大，说明乡音难寻的异乡人在相遇时产生的文化认同感更强，方言的作用更大。由于本地人之间的沟通成本与同方言的异乡人之间并无差异，所以异乡购房时更大的系数也印证了方言的效应主要来自文化认同而非沟通成本的降低。为了进一步证明这一点，我们在表6的最后两列中筛选了卖方是本地人而买方是外乡人以及买方是本地人而卖方是外乡人的情况。结果与预期的相同，无法从方言中获取文化认同的本地卖家和买家在交易中对方言完全不敏感，即使用效用最为明显的回归策略进行检验也依然无法得到显著的系数。进一步说明方言的作用是产生于文化认同而非来自沟通成本的降低。

表6 交易人出生对方言效应的影响

	被解释变量：议价程度					
	非同市交易人		非本地交易人		本地交易人	
	完全不同 VS. 完全相同	方言距离	完全不同 VS. 完全相同	方言距离	本地卖方	本地买方
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
方言一致	0.127***		0.169***		0.122	-0.0934
	(0.0385)		(0.0639)		(0.0961)	(0.129)

(续表)

	被解释变量：议价程度					
	非同市交易人		非本地交易人		本地交易人	
	完全不同 VS. 完全相同	方言距离	完全不同 VS. 完全相同	方言距离	本地卖方	本地买方
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
方言距离		-0.0410*** (0.0119)		-0.0577*** (0.0180)		
控制变量	是	是	是	是	是	是
月份效应	是	是	是	是	是	是
城市效应	是	是	是	是	是	是
观测值	45 974	117 117	22 810	49 476	13 987	6 729
R-squared	0.085	0.098	0.078	0.088	0.095	0.142

注：括号中为标准误，已经过小区层面 cluster 的调整，\*\*\*、\*\*和 \* 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

### (三) 方言稀缺性的影响

正如表 6 后四列回归所反映的，方言之所以能激起人们的文化认同，很大程度上依赖于其出现的稀缺性。只有在嘈杂人群中忽而响起的一句乡音才能勾住人们对过往的回忆，若家乡话时时环绕于耳，那通常会将之视以为常。换言之，方言的作用将随着该方言适用范围的增大而减弱。我国使用范围最广的方言，莫过于作为普通话的北京官话。北京官话是一种方言区层面的划分，其作为方言仅流通于北京和天津、河北、内蒙古、辽宁、新疆的一些地区，但作为普通话却被推广至全国，可以认为是一种使用范围最广的“方言”。所以，在剔除将北京官话作为方言的交易人后，剩余样本中方言的稀缺性程度将提高，方言带来的文化认同感也理应会增强。我们在表 7 的前两列检验了这一子样本，发现和预期一样，无论是方言的净效应还是方言距离带来的梯度效应都得到了提升，说明稀缺性确实会影响方言的作用。

另一种对普通话更宽泛的界定，是将其视为方言大区中的官话（高翔和龙小宁，2016；戴亦一等，2016）。官话是我国流通范围最广的一个方言大类，按照《汉语方言大辞典》的统计，在 1986 年的行政区划下有 63.8% 的区县为官话的覆盖范围。<sup>6</sup> 官话大类下各二级方言在语法上较为类似，具有极强的互通性，北京官话就是官话大区下的一种方言区。为了进一步增加样本中方言的稀缺性程度，我们在表 7 的后两列回归中剔除了来自官话大区的交易人样本，结果显示方言的效应出现大幅增长，同方言交易人的议价程度要高出 0.884%。

<sup>6</sup> 官话不仅流行于我国北部地区，在一些南方省市，如江苏、安徽、湖南、云南、贵州、广西等亦有广泛的官话区分布。

表 7 稀缺性方言与议价程度

	被解释变量：议价程度			
	非北京官话		非官话	
	完全不同 VS. 完全相同 (1)	方言距离 (2)	完全不同 VS. 完全相同 (3)	方言距离 (4)
方言一致	0.281*** (0.0437)		0.884*** (0.229)	
方言距离		-0.0734*** (0.0118)		-0.267*** (0.0686)
控制变量	是	是	是	是
月份效应	是	是	是	是
城市效应	是	是	是	是
观测值	54 387	99 558	5 438	7 886
R-squared	0.091	0.102	0.110	0.103

注：括号中为标准误，已经过小区层面 cluster 的调整，\*\*\*、\*\*和\*分别表示 1%、5%和 10%的显著性水平。

#### (四) 性别在文化认同中的异质性

男性和女性在价格谈判中的表现存在非常大的差异，造成这种差异的原因是多方面的。首先是在利他性行为上存在差异，Andreoni and Vesterlund (2001) 通过实验的方式发现男性对价格的概念更为明晰，而女性对此则较为迟钝。因此，男性更易通过改变议价的方式来表达其同乡扶持的价值观念。其次是对他人的信任程度存在差异，Croson and Buchan (1999) 的实验中女性普遍更容易信任他人，而男性对待信任他人这件事则表现得更为慎重。因此在交易中，女性的无差别对待使方言失去作用，而男性则会借助方言来挑选交易对手。最后，交易双方的性别配对情况也会影响谈判结果，Ayres and Siegelman (1995) 的研究发现女性能从男性对手方获得更多的利益，而 Sutter *et al.* (2009) 则发现相同性别的交易双方将会存在同性竞争，降低了谈判达成的效率。

在表 8 中，我们对交易双方四种不同的性别配对分别进行了实证检验，结论与上述理论相符，男性交易人更能在方言中找到文化认同感。从卖方角度看，男性卖方普遍比女性卖方更具有利他性倾向，无论面对男性买方还是女性买方，男性卖方的让价比例和显著性都更高。从买方角度看，女性买方的方言认同效应普遍无法得到检验，而男性买方则在提携后进的机制下获益显著。买卖双方同为男性时，方言一致能使议价程度上升 0.295%，是基准回归中方言效应的 1.75 倍。这一方面说明男性之间更容易通过文化认同达成利他性的议价程度，另一方面也说明对待信任的谨慎态度让男性间交易中方言相同与不同的交易产生了明显差别。



表 8 性别的异质性影响

	被解释变量：议价程度			
	女性卖方		男性卖方	
	女性买方 (1)	男性买方 (2)	女性买方 (3)	男性买方 (4)
方言一致	0.0513 (0.0572)	0.179*** (0.0613)	0.0646 (0.0539)	0.295*** (0.0567)
控制变量	是	是	是	是
月份效应	是	是	是	是
城市效应	是	是	是	是
观测值	14 228	16 629	17 491	23 696
R-squared	0.092	0.098	0.102	0.097

注：括号中为标准误，已经过小区层面 cluster 的调整，\*\*\*、\*\*和 \* 分别表示 1%、5% 和 10% 的显著性水平。

## 六、结 论

方言是个体文化背景良好的代理变量，也是同乡间沟通感情并达成文化认同的基本桥梁。本文以二手房交易中买卖双方的议价为研究情境，排除了方言的沟通效应，检验了方言中蕴含的文化认同对交易议价的影响。结果显示，方言相同的交易方能达成文化认同，并表现为年长的一方让利于年轻一方的提携后进现象。此外，方言的效应在跨越地域后依然显著，不同出生地的买卖双方如果方言相同，则同样会表现出更好的议价程度。方言的效应还依赖于方言的稀缺性程度，适用范围越狭窄的方言对议价程度的影响越高。最后，方言在住房议价中的作用在性别上存在异质性，男性交易对方言的敏感程度要大于女性。

方言中蕴含的文化认同效应和提携后进现象，表明乡土情怀在现代经济生活中发挥着重要作用，并且这种作用还将通过代际间的扶持得以长久存续。然而，这种以乡土为划分的差异化对待，从另一个侧面反映了现代都市中外乡人的文化孤立现象。我国是一个多民族、多文化相融合的国家，不同地区之间的差异不仅是方言，还有方言背后的思维习惯和行为模式。改革开放以来市场经济的发展让人口跨地区流动剧增，短短几十年间，人们打破了传统的乡土观念，纷纷踏上与自己成长背景差异极大的城市谋求发展。外面的世界很精彩，但外面的世界也很无奈。多文化交融在促进大城市繁荣的同时，也让城市中的异乡人长期处于文化孤立的氛围中，难以在新的文化环境中得到充分的认同。这种意识上的疏离，在微观上会增加个体间的协作成本，进而在宏观上成为城市和产业发展的阻碍。同乡抱团组成地域共同体后，甚至可能形成产业垄断，阻碍良性竞争和技术外溢。政策规划中应给予这一点以

充分的重视,加强不同文化间的交流,让传统的乡土文化在城市文化中得到更好的包容与传承。

## 参考文献

- [1] Acemoglu, D., and J. A. Robinson, "A Theory of Political Transitions", *American Economic Review*, 2001, 91 (4), 938-963.
- [2] Akerlof, G. A., and R. E. Kranton, "Economics and Identity", *Quarterly Journal of Economics*, 2000, 115 (3), 715-753.
- [3] Alesina, A., and P. Giuliano, "Family Ties and Political Participation", *Journal of the European Economic Association*, 2011, 9 (5), 817-839.
- [4] Algan, Y., and P. Cahuc, "Inherited Trust and Growth", *American Economic Review*, 2010, 100 (5), 2060-2092.
- [5] Andreoni, J., and L. Vesterlund, "Which is the Fair Sex? Gender Differences in Altruism", *Quarterly Journal of Economics*, 2001, 116 (1), 293-312.
- [6] Ayres, I., and P. Siegelman, "Race and Gender Discrimination in Bargaining for a New Car", *American Economic Review*, 1995, 85 (3), 304-321.
- [7] Benmelech, E., and C. Frydman, "Military CEOs", *Journal of Financial Economics*, 2015, 117 (1), 43-59.
- [8] Bleakley, H., and A. Chin, "Language Skills and Earnings: Evidence from Childhood Immigrants", *Review of Economics and Statistics*, 2004, 86 (2), 481-496.
- [9] Bolt, G., and R. van Kempen, "Moving Up or Moving Down? Housing Careers of Turks and Moroccans in Utrecht, the Netherlands", *Housing Studies*, 2002, 17 (3), 401-422.
- [10] Chen, Y., H. Wang, and S. Yan, "The Long-Term Effects of Christian Activities in China", MPRA Working Paper No. 53531, 2014.
- [11] 陈冬华、胡晓莉、梁上坤、新夫, "宗教传统与公司治理", 《经济研究》, 2013年第9期, 第71—84页。
- [12] Chiswick, B. R., and P. W. Miller, "The Endogeneity between Language and Earnings: International Analyses", *Journal of Labor Economics*, 1995, 13 (2), 246-288.
- [13] Constant, A., R. Roberts, and K. Zimmermann, "Ethnic Identity and Immigrant Homeownership", *Urban Studies*, 2009, 46 (9), 1879-1898.
- [14] Croson, R., and N. Buchan, "Gender and Culture: International Experimental Evidence from Trust Games", *American Economic Review*, 1999, 89 (2), 386-391.
- [15] 戴亦一、肖金利、潘越, "'乡音'能否降低公司代理成本?——基于方言视角的研究", 《经济研究》, 2016年第12期, 第147—160+186页。
- [16] 范子英、李欣, "部长的政治关联效应与财政转移支付分配", 《经济研究》, 2014年第6期, 第129—141页。
- [17] 冯军旗, "'新化现象'的形成", 《北京社会科学》, 2010年第2期, 第47—53页。
- [18] Fernandez, R., and A. Fogli, "Culture: An Empirical Investigation of Beliefs, Work and Fertility", *American Economic Journal: Macroeconomics*, 2009, 1 (1), 146-177.
- [19] Fisman, R., and E. Miguel, "Corruption, Norms and Legal Enforcement: Evidence from Diplomatic Parking Tickets", *Journal of Political Economy*, 2007, 115 (6), 1020-1048.
- [20] 高翔、龙小宁, "省级行政区划造成的文化分割会影响区域经济吗?", 《经济学(季刊)》, 2016年

- 第15卷第2期, 第647—674页。
- [21] Giavazzi, F., F. Schiantarelli, and M. Serafinelli, "Attitudes, Policies, and Work", *Journal of the European Economic Association*, 2013, 11 (6), 1256-1289.
- [22] Greif, A., "Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies", *Journal of Political Economy*, 1994, 102 (5), 912-950.
- [23] Greif, A., and G. Tabellini, "Cultural and Institutional Bifurcation: China and Europe Compared", *American Economic Review*, 2010, 100 (2), 135-140.
- [24] Guiso, L., P. Sapienza, and L. Zingales, "Cultural Biases in Economic Exchange?", *Quarterly Journal of Economics*, 2009, 124 (3), 1095-1131.
- [25] Guiso, L., P. Sapienza, and L. Zingales, "Does Culture Affect Economic Outcomes?", *Journal of Economic Perspectives*, 2006, 20 (2), 23-48.
- [26] Haan, M., "The Homeownership Hierarchies of Canada and the United States: the Housing Patterns of White and Non-white Immigrants of the Past Thirty Years", *International Migration Review*, 2007, 41 (2), 433-465.
- [27] 黄玖立、刘畅, "方言与社会信任", 《财经研究》, 2017年第7期, 第83—94页。
- [28] 黄亚平、刘晓宁, "语言的认同性与文化心理", 《中国海洋大学学报(社会科学版)》, 2008年第6期, 第78—81页。
- [29] 李书娟、徐现祥, "身份认同与经济增长", 《经济学》(季刊), 2016年第15卷第3期, 第941—962页。
- [30] 李锡江、刘永兵, "语言类型学视野下语言、思维与文化关系新探", 《东北师大学报(哲学)》, 2014年第4期, 第148—152页。
- [31] 刘毓芸、戴天仕、徐现祥, "汉语方言、市场分割与资源错配", 《经济学》(季刊), 2017年第16卷第4期, 第1583—1600页。
- [32] 刘毓芸、徐现祥、肖泽凯, "劳动力跨方言流动的倒U型模式", 《经济研究》, 2015年第10期, 第134—146+162页。
- [33] 陆瑶、胡江燕, "CEO与董事间的‘老乡’关系对我国上市公司风险水平的影响", 《管理世界》, 2014年第3期, 第131—138页。
- [34] Melitz, J., "Language and Foreign Trade", *European Economic Review*, 2008, 52 (4), 667-699.
- [35] Melitz, J., and F. Toubal, "Native Language, Spoken Language, Translation and Trade", *Journal of International Economics*, 2014, 93 (2), 351-363.
- [36] Mezas, J. M., "Identifying Liabilities of Foreignness and Strategies to Minimize Their Effects: The Case of Labor Lawsuit Judgments in the United States", *Strategic Management Journal*, 2002, 23 (3), 229-244.
- [37] Nielsen, S. R., E. Holmqvist, H. Dhalmann, and S. Søholt, "The Interaction of Local Context and Cultural Background: Somalis' Perceived Possibilities in Nordic Capitals' Housing Markets", *Housing Studies*, 2015, 30 (3), 433-452.
- [38] Noland, M., "Religion and Economic Performance", *World Development*, 2005, 33 (8), 1215-1232.
- [39] Park, S. H., and G. R. Ungson, "The Effect of National Culture, Organizational Complementarity, and Economic Motivation on Joint Venture Dissolution", *Academy of Management Journal*, 1997, 40 (2), 279-307.
- [40] Portes, R., H. Rey, and Y. Oh, "Information and Capital Flows: The Determinants of Transactions in Financial Assets", *European Economic Review*, 2001, 45 (4), 783-796.
- [41] 施炳展, "文化认同与国际贸易", 《世界经济》, 2016年第5期, 第78—97页。

- [42] Spolaore, E., and R. Wacziarg, "The Diffusion of Development", *Quarterly Journal of Economics*, 2009, 124 (2), 469-529.
- [43] Sutter, M., R. Bosman, M. G. Kocher, and F. van Winden, "Gender Pairing and Bargaining—Beware the Same Sex!", *Experimental Economics*, 2009, 12 (3), 318-331.
- [44] Tajfel, H., "Social Psychology of Intergroup Relations", *Annual Review of Psychology*, 1982, 33 (1), 1-39.
- [45] Tajfel, H., and J. C. Turner, "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior", *Political Psychology*, 1986, 13 (3), 7-24.
- [46] 许宝华、宫田一郎,《汉语方言大词典》。北京:中华书局,1999年。
- [47] 游汝杰、周振鹤,“方言与中国文化”,《复旦学报(社会科学版)》,1985年第3期,第232—237页。
- [48] 翟学伟,“信任的本质及其文化”,《社会》,2014年第1期,第1—26页。
- [49] 赵子乐、林建浩,“经济发展差距的文化假说:从基因到语言”,《管理世界》,2017年第1期,第65—77页。

## Chinese Dialects, Cultural Identity and Housing Transaction

HANG ZHANG

(*East China Normal University*)

ZIYING FAN\*

(*Shanghai University of Finance and Economics*)

XIANLING YANG

(*Zhongnan University of Economics and Law; LINK Research Institute*)

**Abstract** The Chinese dialects play an important role in the economic transition of China. Based on the micro data of the second-hand housing transactions in 17 cities of China provided by HomeLink Real Estate (Lianjia), we try to study the cultural identity effect caused by traders' dialects in the housing market. We find that the impact of the traders' dialects can explain 7.3% of the average bargain rate. The younger traders can get benefit from the dialects because of the Chinese tradition—the inter-fellow-townsmen-support. Further study reveals that the sparsity of the dialect and sexuality of the trader can also affect the cultural identity.

**Keywords** dialect, cultural identity, housing transaction

**JEL Classification** D23, R20, Z10

---

\* Corresponding Author: Ziyang Fan, School of Public Economics and Administration, Shanghai University of Finance and Economics, 777 Guoding Road, Shanghai, 200433, China; Tel: 86-21-65908957; E-mail: ivannj@163.com.