

et 网上投稿

et 网上订阅

录用查询

汇款查询

杂志栏目

● 经济研究

● 西部大开发

● 改革探索

● 新观察

● 理论经纬

● 三农问题

● 热门话题

● 企业论坛

● 区域经济

● 财经论坛

● 对外开放和贸易

● 综合论坛

● 经济全球化

● 产业集群研究

● 社会主义劳动理论探讨

● 面向21世纪的中国经济学

论文正文

关于启动农村消费市场的思考

上传日期: 2008年1月23日 编辑: 现代经济编辑部 点击:486次

黄亚琴

(江苏省泰州市高港区建管局,江苏泰州 225300)

摘要:胡锦涛总书记在党的十七大报告中指出:“解决好农业、农村、农民问题,事关全面建设小康社会大局,必须始终作为全党工作的重中之重。”这是党中央、国务院从社会主义现代化建设的全局出发,再次向全国9亿农民作出的庄严承诺。如何启动农村消费,拓宽农村消费市场,促进内需,成为推动国民经济持续健康发展的重要因素。目前,由于农民收入低且增长缓慢,消费环境不理想,消费结构不合理等严重制约着农村消费市场的健康发展。根据我国农村消费市场的现状及其原因,必须采取提高农民收入,

改善农村保障制度,改变农村消费环境,转变消费观念等措施,大力开拓农村消费市场,改善和提高农民的消费水平,实现国民经济持续健康发展。

关键词:农村; 消费市场; 消费现状; 对策

众所周知,中国是一个农业大国,13亿人口有近9亿农村人口,占全国人口总数的70%,因此农村聚集着我国最大的消费群体,又被称为:“消费超级市场”。农村消费能力的提升直接关系到国民经济的全局。农村这一庞大的消费市场有着巨大的发展空间,无论是政府还是企业都应对农村消费市场给予充分的关注。本文试从农村消费的基本现状及制约农村消费市场发展的因素入手,对如何启动农村消费市场问题进行了初步探讨。

一、农村市场的基本消费现状

农村消费市场稳步发展,但整体消费水平较低,不同地区的消费水平差别较大。有关资料显示,目前我国农村消费品零售额占全社会消费品零售额的比重只有30%左右。同时农民消费水平还具有很强的区域性,消费水平基本上是从东部至西部逐步降低的,并且相差水平较大。

农村消费市场货源充裕,买方市场基本形成,但有些商品不适应农村市场的需要。伴随着一些商品在城市市场的饱和,农村市场成了这些商品的倾销地,但是这些商品却并不符合农户的需要。许多厂家、商家不注重研究农村市场的特点,市场上缺少适合农民消费水平、适合农村消费环境的商品。

农村市场商品的消费结构正在发生变化,但受经济条件的制约,农民的消费结构不够合理。主要表现在生存性消费比重较大,发展性、享受性消费比重较低,实物性消费比重较大,服务性消费比重较小;自我服务性消费比重较大,社会服务性消费比重较小。

农村消费市场体系初步形成,各种流通主体竞争激烈,但市场秩序和市场管理比较混乱。滞后的流通方式和混乱的流通秩序严重阻碍了农村消费品市场的发展,延缓了农村消费品市场化的进程。由于缺乏有力的执行机构和正常的监督,致使假冒伪劣商品泛滥,严重损害了农民的利益,也抑制了农民的消费需求。

二、制约农村消费市场发展因素

(一)农民收入低且增长缓慢,手中没有钱花。决定消费水平和消费规模的最重要的变量是收入。通常情况下,收入越高,消费需求水平越高;反之,收入越低,消费需求水平越低。近20年来,我国农村居民消费品零售额占社会消费品零售总额的比例,由

20世纪80年代初期的64%，下降到2005年的47.8%。从历史上看，1981年，我国居民消费率曾达到67.5%，为改革开放以来最高水平。那几年是我国农村实行联产承包责任制，农民收入增长最快的时期。农民收入在经过“八五”期间的较高速增长之后，进入了缓慢的增长阶段，城乡收入差距不断拉大。受农产品难卖及价格下降、乡镇企业人员回流、农民进城劳务收入减少等因素的影响，农民收入中的现金比重进一步下降。在农村中乱收费、乱罚款、乱集资的问题还没有从根本上得到解决，客观上也削减了农民的投资和消费能力。

(二) 农村消费设施落后、消费维权缺乏，农民有钱不能花。目前农村家电普及率与城市相比要落后10年，如彩电的普及率只有城市的一半，电脑更少。相当一部分农民家庭里没有电视，不是农民买不起，而是相关配套设施不完善，如有的地方电压不稳，或是电视信号不好，电视频道少且接收差(有的地方只有一个频道，且模糊不清)，要么是电价偏高且不时也会停电。再如洗衣机，很多农民没买的主要原因是自来水问题，在农村约有60%的地方还没通自来水。近年来，随着国家对市场监管和整治力度的加大，商品市场秩序有所改善，但部分地区特别是农村市场，掺杂使假，花样翻新，假冒伪劣仍很严重，一些外地不法商人看中了当地农民消费水平不高，贪图便宜和自身权利保护意识差，便把大量的假冒伪劣商品运到农村倾销，“劣质奶粉”事件、有毒大米事件接连出现，农村消费市场逐渐变成“销废市场”，严重损害了农民的身心健康和消费权益。据商务部调查，75%的农民买到过假冒伪劣商品。由于农村交通不便，外出成本高，一些农民就近购买商贩走村串户送来的商品，而这些商品往往容易出现假劣问题。商品供应比较单一，在村里的小卖店，只能买到方便面、洗衣粉、铅笔等最基本的生活用品。

(三) 社会保障不健全，消费预期不稳定，农民有钱不敢花。我国农村长期受城乡二元结构影响，社会保障体系建立十分迟缓，现有保障机制整体上严重滞后于城镇水平。令农村居民普遍头痛的上学难、治病难、养老难，已经成为当前阻碍农民扩大消费的羁绊。尤其是最近几年，全社会对于教育、医疗服务价格快速上涨深感不安。广大城市居民尚且为日后难料的失业、大病、养老而忧虑重重，在强大心理压力下，有钱宁肯选择储蓄贬值也不愿增加即期消费，更何况家底本来就薄的农民了。随着农民对未来支出的预期大大增加，导致储蓄倾向上升，即期消费和边际消费倾向下降，严重影响了农民对生活消费品的购买能力和农业生产资料的需求，影响了农村消费市场的开发。

(四) 农村消费结构不合理，农民有钱不会花。随着农村居民收入的增加和消费观念的更新，农村居民消费结构中吃住的比重在逐年下降，用于医疗保健、交通通讯、文教娱乐及其他方面的比重逐年上升，消费结构呈现多样化趋势。但从总体上看，尤其是在中、西部地区，目前农村居民生活消费仍未摆脱以必需品为主的生存型消费模式，消费结构水平还较低，消费结构不合理。主要表现在以下几个方面：一是当前农村居民消费结构仍偏重于物质，仍以解决温饱为前提，生存资料的比重大大高于享受资料和发展资料的比重。二是人情消费、愚昧消费开支大，如封建迷信消费、隔代消费等。三是农民消费求同、互相攀比现象严重，影响了农民消费结构的优化，使农民在有限的收入中不能获得最大化的消费效用。比如，在目前农村居民生活并不十分富裕的情况下，仍有许多农村居民在建房上盲目攀比，在婚丧嫁娶中过度消费。

(五) 商品供给结构不合理，售后服务不完善。农民有钱不愿花。农民因收入水平、消费习惯和消费环境的影响，在商品的需求结构、档次上与城市居民差异明显，但多数工商企业对农村市场重视不够，把主要精力投入自身比较熟悉的城市市场，产品开发、生产、销售以城市居民为重点，忽视了对农民消费的需求、结构、特征的研究。尽管农民在消费时间上具有相对的滞后性，但农民对商品的质量、价格、性能有特殊的要求，实际生活中农民难以买到价格适中、功能实用、操作方便的产品，这样便导致适销商品供应不足，而品种单调、功能过剩、价格偏高超出农民实际承受力的商品无人问津，最终影响农民的正常消费需求的恶性循环。同时，工商企业服务意识不够，知识宣传、上门维修、技术咨询等在农村开展很少，农民买回一样耐用消费品存在诸多的隐性麻烦，这又一定程度制约了农村市场的开拓发展。

三、发展农村消费的对策

要提高农村消费力，就必须根据农村消费力的特点，制定妥善的切实可行的对策，消除影响和束缚消费力发展的诸多因素，促进消费力的解放和发展。

(一) 壮大农民经济，增加农民收入。边际消费理论表明：对于边际消费倾向较低的低收入阶层而言，实际收入水平上升对消费需求具有极其明显的扩张作用。在当前中国，农民收入每增长1个百分点，农村消费品市场销售额将增长约1.18个百分点。因此，要增加消费，增加收入是关键。农民收入高低直接关系到农村消费力的高低。

目前，通过提高农产品价格来增加农民收入的途径已基本不复存在。增加农民收入应

主要依靠结构调整，发展优质农产品，发展有市场的第二、第三产业，减轻农民的负担。纵观近两年影响我国农民增收的主要因素不难判断，随着减免农业税、取消特产税的惠农政策陆续到位，减负措施对增收的作用愈来愈小；靠各级政府的支农补贴帮助农民增收，客观影响力极其有限；祈盼风调雨顺的“天时”保佑粮食年年增产并不现实，仅“两年增一年减”的粮食生产“小周期”规律作用，就令2006年继续增产面临重重压力。由此可以看出，“十一五”期间，以农业增产促农民增收的难度系数颇高。根据中央“一号文件”精神，需要大力拓展以下有前景的农民增收渠道：

其一、在农业生产方面，大力提高农业科技创新和转化能力，加强农业基础设施建设，推进农业机械化、农业结构优化、农业产业化经营，积极发展优质、特色、高附加值的农产品，以尽快实现农业生产增值增效。

其二、加快转移农村劳动力，不断增加农民务工收入，特别是从收入待遇方面处理好农村剩余劳动力进城务工的突出矛盾。近两年，我国东南沿海等经济发达的大中城市陆续出现“用工荒”，由农民工待遇不公引发的劳资冲突凸显。与此同时，有统计数据表明，目前全国第一劳务输出大省河南，农民外出务工劳务收入占农民纯收入的比重高达30%；山东农民务工收入对农民增收的贡献率已接近30%；湖北农民人均外出务工收入增加对纯收入增长的贡献率逾40%。可见，农民工需要进城打工挣钱，城市工业发展同样离不开农民工。我们现在讲城市反哺农村，可以从改善农民工待遇入手帮助农民加速增收，为新农村建设做点添砖加瓦的实事，其意义可想而知。

其三、加快推进城市化步伐。根据估算，“十一五期间，我国城市化率每年增加1个百分点，就会有100-120万人口从农村转到城市。由于城市人口消费是农村的2.7-3倍，因此，城市化率每年提高1个百分点，可拉动最终消费率上升16个百分点。据预测，未来10年内，我国将有1.5-2亿农村人口转移进城；2020年，我国城市化水平可能达到60%左右。展望发展远景，现有农民中的许多人都将在未来的城市进程中增加收入、扩大消费。但大前提是，今后在城市化建设中，必须加倍努力杜绝普遍存在的“粗暴地把农民排除在外”的做法，切实扩大城市就业，进城农民成为中国城市化的直接受益者。

（二）进一步完善农村社会保障制度，稳定农村消费者的消费心理。十七大报告中提出：“要以社会保险、社会救助、社会福利为基础，以基本养老、基本医疗、最低生活保障制度为重点，以慈善事业、商业保险为补充，加快完善农村社会保障体系”、“探索建立农村养老保险制度，全面推进城镇职工基本医疗保险、城镇居民基本医疗保险、新型农村合作医疗制度建设。完善城乡居民最低生活保障制度，逐步提高保障水平”，随着相关政策、资金、措施的逐步到位，越来越多的农村居民因此受惠。在完善我国社会保障体系的过程中，政府首先要发挥主导作用。根据我国基本国情和经济社会发展的实际，积极借鉴世界其他国家发展经验，探索中国特色的社会保障事业发展模式，既尽力而为又量力而行，逐步实现覆盖城乡居民的发展目标。一是调整财政支出结构，建立规范的社会保障预算制度，进一步提高社会保障支出的比重。目前，我国财政在这方面的投入偏少，2006年的比重不到13%，低于许多国家。二是科学规划，使社会保障体系的覆盖面进一步扩大。适应人口老龄化、就业方式多样化、城镇化加快的特点，完善现有的保障制度，有计划地把应该纳入而未纳入的人切实纳入进来，真正实现“应保尽保”；探索新的制度建设，如建立符合农民工特点的社会保障制度、农村养老保险制度等。三是加强社保基金的筹集和监管。通过各种方式，积极引导参保人员缴纳社会保险费，鼓励社会捐赠，扩大社保基金的筹集渠道，不断做大做强全国社保基金。同时，要进一步加大对社保基金的监管力度。2006年的上海社保基金案，以及国家审计署查出省级社保基金违规金额70多亿元，都暴露出基金监管存在的问题。要进一步提升基金的统筹层次，建立健全各项制度，促进基金管理的公开、透明，确保基金的安全运行。

（三）加大农村基础设施投入，改善农村消费环境。首先，要大力加强农村基础设施建设。

增加对农业和农村基础设施建设的投入，不仅有利于改善农村消费环境，还能扩大农村劳动力的就业机会、增加农民收入，从而直接提升其消费能力。如近年来的农村电网建设和改造，由于降低了农电的相对价格而导致农村家电消费的较快增长。因此，当前在充分发挥当地资源优势、促进农民增收的同时，要抓住国家实施农村“六小”工程建设的契机，通过财政资金的杠杆、导向作用，吸引各类社会资金流向农村，尽快搞好农村的水利、公路、通信、电网等基础设施建设，为大力拓展农村消费市场提供切实保障。

其次，积极创造条件，改善农村消费市场环境。改善农村消费环境，一是要整顿市场秩序，净化农村消费环境。要建立起一套有效的管理制度和手段，落实监管责任，增加乡村集贸市场的检验检测设备配套，并通过宣传使农民增强自我保护意识，加大农村市场打假力度，维护农村市场秩序，切实保护农民的消费权益，让农民放心消费。

二是要培育农村消费市场，让农民买得到好东西。为此政府应转变“重城市、轻农村”的思想，深入搞好农村市场调研，建立健全农村消费市场设施和商业网点，依托和发挥供销社系统的网络、信息等优势，实行连锁经营，拓宽消费品进入农村的渠道，让文明、健康、便捷的市场服务于广大的农村消费者。积极引导大型企业面向农村消费者，根据农村的实际情况，开发农村真正需要、农民又买得起的适销商品。

(四)提高农民消费意识、更新农民消费观念。消费观念与消费行为的关系告诉我们，有什么样的消费观念，就有什么样的消费行为，消费观念在消费行为中起着主导作用，有时甚至起着决定作用。因此启动农村消费市场，一定要变革广大农民的落后的、传统的消费观念。

1、正确地引导农民逐步养成健康、科学、文明的消费观念。鼓励农民在经济发展、收入增加的同时增加科技、文化、教育、娱乐、旅游等文化消费和精神消费，努力改善消费结构提高消费水平和档次。从现在农村居民的消费结构来看，还存在很多不合理的现象。如农村婚、丧大宗消费支出过度，成为许多农村家庭的消费负担。请客送礼的现象也十分严重，“人情消费”成了不少家庭的沉重负担，影响了居民的正当消费需求。

2、通过宣传教育，更新广大农民的消费观念。帮助农民树立科学理性的消费观念，使农民形成有时代特色的思想意识，培养其适度“负债消费”的现代消费方式，以促进农村消费能量释放和消费结构升级换代，逐步扭转中国农村消费过于保守的现状。使广大农民的综合素质得到提高，进而达到变革消费观念的目的。当农民形成现代消费观念和科学的消费习惯后，就会重视生活质量的提高，愿意购买更多的商品和服务。农村的消费领域就会拓宽，农村消费市场就能不断扩大，并最终达到推动中国经济持续稳定增长的目的。

(五)积极发展农村消费信贷支持农民消费升级。针对农村当前消费信贷品种单一的现状，金融机构要增加消费信贷品种如农户住房装修贷款、农户耐用品消费贷款、生源地助学贷款等。根据农村居民消费特点为其提供灵活多样的期限和额度设置、还款方式和利率定价方式。在期限设置上可根据不同贷款品种和农村居民的需求适当延长贷款期限；在额度设置上针对贷款支持的对象积极探索较大额度贷款。在防范信贷风险的基础上适度放宽额度限制；在还款方式上，可开办分期还款业务，将农户消费贷款的还款压力分散在不同时期，在利率定价方式上可扩大农村金融机构自主定价权，积极稳妥推进利率市场化改革。此外还要加快建立农户信用制度进一步扩大消费信贷规模拓宽消费信贷领域，改善消费信贷服务降低消费信贷门槛，简化消费信贷流程使更多的农民利用信贷消费方式实现消费升级。

总之，开拓农村市场是一个艰巨而复杂的系统工程，在政府、企业、农民多方面的努力和全社会的支持下，农村市场一定会成为拉动我国经济增长的新的动力源。

参考文献：

- [1] 韩克勇.激活农村消费市场的对策建议.经济研究参考,2005;(87)
- [2] 张芸.加快农村消费市场发展的初探.特别关注
- [3] 王伟婉.开拓我国农村消费市场的对策研究.丽水学院学报,2005;(8)
- [4]张雪荣.我国现阶段农民消费行为的思考.农村经济, 2007,;(6)
- [5]张海燕.拓展农村消费市场的实证分析.消费经济,2006;(12)
- [6]李明贤,文春晖.农村消费不足对我国经济增长的约束分析.消费经济,2006;(6)
- [7]李晖.对农村消费市场“启而不动”的思考
- [8]王中军.农村消费方式转变的思考.苏州大学商学院博士硕士论坛.绵阳经济技术高等专科学校学报, 2003.1
- [9]李巧云.提高农村消费力.促进新农村建设.理论学刊,2006;(7)
- [10]陈潮鹏.完善我国农村消费环境的探索.改革与战略,2007;(3)
- [11]方凤玲.农村消费需求不足的原因与对策.陕西农学,2006;(5)

[12]张雪荣.我国现阶段农民消费行为的思考.农村经济,2006;(6)

[13]张玉霞.扩大我国农村消费的政策思考.山东省农业管理干部学院学报,2005;21(3)

[14]喻占元.如何扩大农村消费.商业研究

[15]增加农民收入是建设新农村的关键.经济日报

[16]2008年热点(3)完善社会保障制度问题

[17]十七大报告辅助读本

版权所有:《现代经济》编辑部

E-MAIL:mej@vip.sohu.com 电话:0898—68928581 传真:0898—68919810

地址:海口市龙昆北路24号龙园别墅D1栋 邮编:570105