



## · 在线咨询 ·

- 蘑菇的种植
- 下层民众的切身利
- 人口普查是为什么
- 该中心与研究生培养有关么
- 中国农村调查·2010年..

## · 中心动态 ·

- 村民自治暨合寨村村委员..
- 湖北省委常委、纪委书记黄..
- 全国政治学专家团莅临中心..
- 吉林大学周光辉教授莅临中..
- 中国社会科学院陆学艺研究..
- 中心主任徐勇教授赴福建永..

## · 新农学院 ·

## · 调研基地 ·

《农村研究通讯》

《中国农村研究》

《中国农村调查》

## · 新书推荐 ·

农民家庭内部分工及其专业化演进  
对..您现在的位置: [首页](#)>>[专题研究](#)>>[社会化小农](#)>>

社会化小农: 货币压力与理性消费——以府君寺村农民日常生活消费为例

作者: 吴晓燕

来源: 《华中师范大学学报》2006年第3期

发布时间: 2010年5月14日

农户家庭是农村基本的生产、生活、消费单位。自然经济条件下,农户的生活消费依靠农业与家庭手工业的紧密结合,以自给的方式获得满足。随着市场化和社会化的深入发展,农民的日常生活消费更多借助“社会化”的渠道进行。“社会化”在扩张农民消费欲望的同时,带来了货币支出的成倍增长。而农民的预算约束弹性极低,有限的预算约束面临呈几何级数增长的消费欲求,农户家庭通过消费内容的“扩张”与“节制”、消费渠道的“自给”与“他给”、消费时机的“提前”与“延迟”等途径,寻求“欲望”与“能力”的均衡,寻求消费“面子”与消费“里子”的统一。笔者通过河南省开封县府君寺村农民日常生活消费“社会化”满足与“家庭化”满足的选择,对其进行具体分析。

## 一、理论回顾与研究视角

## 1. 研究现状

近年来,随着“三农”研究成为显学,农民消费问题也成了研究的热点,许多学者从不同角度探讨农民的生活消费。这些研究主要涉及以下几方面:

一是整体消费状况研究。从理论上分析当前农民消费的现状、特征,揭示制约农民消费的因素,并据此提出扩大农民消费的对策。如刘玉玲撰文指出:与城市居民相比,农民消费水平低,消费结构升级缓慢,消费增长迟缓。其制约因素在于农民收入增长缓慢,负担重,农村基础设施落后,消费环境差,并把增收作为启动农村消费市场的突破口。<sup>[1]</sup>胡雪萍从农村消费环境的现状出发,认为阻碍农民消费的关键因素是农村的生态环境、社会环境和市场环境堪忧,扩大农民消费的对策在于优化农村消费环境。<sup>[2]</sup>另外,黄彬、王广深、李帅帅等都从不同角度考察了农民的消费现状,分析影响农民消费水平的原因,提出了相应的对策。<sup>①</sup>

二是消费模式研究。段庆林根据生产力水平决定消费模式的理论,把农村居民的消费水平从东到中再到西部分为小康型、过渡型、温饱型三个层次,并把农村居民消费的地区模式归纳为沿海、郊区、农区、杂居、高原五种类型。<sup>[3]</sup>唐淑云根据空间位置、个体收入、文化差异、资源与生产特征等因素,把我国农村的消费模式归纳为近郊型、远郊型、偏远型、资源型、乡镇型、牧区型和少数民族聚居区型等七类,并探讨了不同模式的相应特点。<sup>[4]</sup>

三是消费结构研究。卢嘉瑞等从多角度分析了我国农民消费结构的现状及变化趋势:消费水平由温饱向小康转变,消费行为由传统波动型向稳定发展型转变,消费需求由自给型向商品型转变,消费内容由生存型向发展型转变等<sup>[5]</sup>(p134-145);郭为从农民流动性角度分析了其消费结构的被动性调整,提出维持经济持续增长有赖于农民消费结构的自主性改变<sup>[6]</sup>。而董永茂和陈艳等则利用扩展型线性支出系统模型分析了浙江省、辽宁省农民生活消费结构的特征和变动趋势<sup>②</sup>;另有作者讨论了山东、江西、甘肃、黑龙江等省份农民的消费结构。

## 2. 研究缺陷

以上内容可以说代表了学界研究农民消费的前沿成果,但是上述研究也存在一些缺陷。

理论研究较多,实证研究不够。特别是个案实证研究不够。理论上的总体描述可以作为分析微观社区农民消费行为的背景,多元的消费模式为进一步研究不同地域、不同类型农民的消费行为奠定了基础,但这些理论对微观区域内农民的消费行为缺乏足够的解释力,也不能提供一个微观社区(比如一个村庄)农民消费行为的生动图景。在农村,村庄是基本的社区单位,农户是基本的消费单元,研究农民的生活消费,以村庄、农户为观察对象才能对农民的消费行为进行具体勾勒。

宏观研究有余,微观描叙不足。如消费结构研究中,一般根据年鉴资料把农民生活消费的内容分成八个项目<sup>③</sup>。这种划分层次不够细腻,要深入探讨农民的生活消费,需要对这些内容进行分层,一般把对食物、必要的衣物和住房归为农民的生存需要,作为日常生活消费的组成内容。而且生存消费的内容还可进一步细分,食物可以分成主食和副食,副食又可分成蔬菜、肉类、食用油等<sup>④</sup>。内容越是细分,越有助于解释农民消费选择的细微变化。

一般抽象研究较多,特质性研究不足。上述研究无论是探讨消费现状,还是消费结构与模式,一般把对象定位于全国或全省,至多是某县,进行共性抽象,寻找一般规律。发生在具体社区的农民消费行为,由于社会经济文化背景不同,在不同的村庄、乃至同一村庄的不同家庭之间都有其独特性和差异性。以村庄为解剖对象的特质性研究,可以

为我国农村消费的差异性和非均衡性提供新的素材。

承袭传统研究假设的较多，根据变化重构分析框架的较少。现有研究中不少作者指出制约农民消费的根本原因是收入增长缓慢，正是由于农民增收不足，购买力低下，影响了消费水平的提高。这些分析看到了市场经济对农民消费的影响，触及到了需求与购买力之间的冲突，但未能进一步挖掘其深层根源——农民消费欲望膨胀与货币压力的矛盾，也就跳不出收入决定消费的单向线性分析框架。

事实上当今的农民已不是生活在封闭的世界里，市场经济已把他们卷入到一个开放的、流动的社会化体系中。农民消费的产品包括日常消费品已不需要，也不可能仅靠自家生产。社会化分工体系为农民提供了丰富的消费内容，也刺激了农民的消费欲望，推动了农民的外购行为，但市场购买以支付能力为前提。社会化的实质是货币化。而我国目前以家庭为经营单位的小农户，多种因素决定其收入增长已跟不上消费的增长。需求的现代性与能力的传统性之间高度紧张。这对矛盾不仅存在于发展、享受消费过程中，也同样存在于农民的生存消费过程中，农民在满足日常生活消费时会通过什么样的选择来化解这对矛盾就是本文关注的焦点。

基于以上认识，本文选定以下三个研究视角：一是调整研究假设，将农户置于社会化的大背景中，以社会化小农的分析框架解释农户的日常生活消费行为；二是立足于微观，以农户为观察对象，只考察食物、衣物、住房三类消费品，食物包括主食和副食中的蔬菜与肉类，同时引入与食物消费密切相关的燃料。选择这些变量是因为本文定位于分析农户的日常生活消费即生存性消费；三是寻找货币与需求的均衡，从农户生存消费行为的选择中，探讨农民是怎样在“欲望”和“能力”之间寻求平衡的。由于任何消费行为都涉及三个最基本的问题：消费什么、怎样消费、何时消费，即要确定消费内容、消费满足方式和消费时机，因此本文讨论的农户日常生活消费选择将分别从消费内容、消费方式和消费时机三方面切入，把前述变量与这三方面的讨论相结合，但每一方面对变量的处理各有侧重，而不平均使用力量。

### 3. 个案描述

本文选取的个案——府君寺村，隶属于河南省开封县袁坊乡，距离县城约20公里，是一个典型的平原聚居村落。村里共5个村民小组，近1800人。黄河从村子北边流过，黄河流经该村的河道经常摇摆，属于典型的游荡性河段，所以该村属于黄泛区，耕地多为沙地，适宜种植小麦、花生、红薯、玉米和西瓜等旱地作物。农民的收入除了来自传统的种植业外，非农收入主要依靠村里的旋木加工和外出务工，以及少量的养殖、运输和粮油加工服务等。文中有关该村的资料主要通过问卷获取，在5个村民小组随机抽取了206户进行调查，调查内容涉及家庭成员基本情况、农户类型、主业与副业、收入构成、日常生活消费内容、方式、水平、建房时间及成本等；另外还有部分资料来自访谈和实地观察。

选择该村为研究对象，缘于在该村做农民增收与就业调查时，发现村民在日常生活消费中存在悖论现象：一是村民普遍反映种粮不赚钱，手头缺现金，但村里种菜和饲养牲畜的农户很少，蔬菜和肉类消费以集市购买为主，农户所用燃料除了自产的秸秆，还有煤和液化气；二是村里近80%家庭的院落入口处建有门楼，相当一部分住户的门楼非常高大气派，但院内正屋却矮小简陋。如何解释这些现象？村民蔬菜和肉类的实际消费水平怎样？如果村民重门楼是出于要“面子”，那么轻“内在”的原因何在？府君寺村村民在日常生活消费中表现出的特质性和对以上悖论的解释促成了该个案的选择。

由于日常生活消费是满足生存需要，存在一个最低消费水平，农户的消费既面对大市场、大社会，又发生在同质的农村社区，由此形成了本文研究府君寺村农民日常生活消费的三个约束条件：一是社会化背景下货币压力的约束，二是传统“面子”观念的约束，三是农民的最低消费忍耐度的约束。下面的分析就是在这三重约束下，考察农户消费内容、方式和时机的具体选择。

#### 二、消费内容：“扩张”与“节制”并存

##### 1. 蔬菜与肉类：形式与内容殊异

该村村民的蔬菜和肉类消费大多来自市场，而不是以自给为主。在调查的206户家庭中，有15户自己种有少量蔬菜，一般不买菜；另有12户家庭声称，因缺钱而未购买蔬菜；其余的179户家庭多多少少都购买一定数量的蔬菜，种类涵盖时令菜品和外地贩运而来的反季节蔬菜，一般都是赶埂（当地村民称赶集为赶埂）时从当地的集市购得。

肉类的消费同样如此。除了几户养猪和养鸡专业户外，被调查的206户家庭中2004年只有36户家庭养猪，户均3头，2005年57户养猪，平均每户不到3头；2004年有36户家庭养鸡，户均不足7只，2005年76户家庭养鸡，每户也不到8只；春节时农户一般也不杀年猪（2004年有2户家庭杀了年猪）。即蔬菜和肉类消费主要通过外购（见表1）。



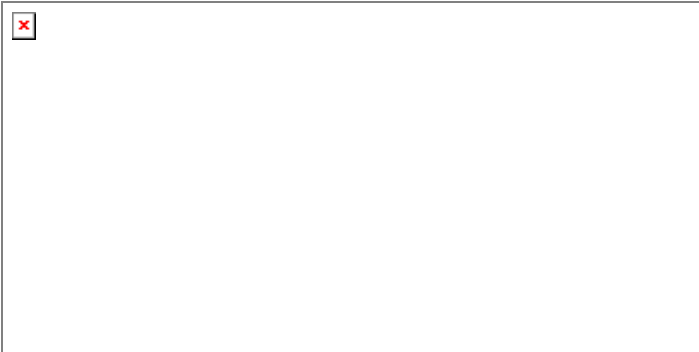
尽管村民不种蔬菜，也很少饲养牲畜，但市场为他们提供了丰富的菜品和各类肉食，只要有消费需求和消费能力，村民不能自给的消费品完全可以借助市场来获得。附近的米厂每月逢四、九是赶埂时间，一月共有6次定期集市。村民蔬菜和肉类的平均外购频率也不算低。但市场消费需要货币支出，缺少货币的村民在“扩张”了的内容背后却是消费的节制。这从蔬菜和肉类的实际消费水平可以看出（见表2）：调查对象中有27户（包括15户自己种有少量蔬菜的农户）家庭做了“从未购买蔬菜”的选择；月蔬菜支出在30元以内的农户最多，占38.4%，这类家庭蔬菜支出平均每天不到1元；31—60元的有53户；只有12户家庭月消费蔬菜超过100元。从肉类食品的消费来看，受调查农户户均月支出17.5元，如果剔除99户没有肉类消费的家庭，剩下的107户家庭户均每月肉类支出33.7元，虽然自称没有肉类消费的



99户家庭并非严格的从无消费，偶尔有亲戚来不得不破例买肉，但除此之外平时几乎没有肉类消费。即便有消费，平均每天肉类支出不到1元的家庭仍占了最大比例，达35.4%。村民的说法是首先填饱肚子，蔬菜和肉类消费尽管需要，但只要身体能够忍受，节制这类“营养”物品的消费可以减少货币支出。

## 2. 门楼与正屋：“面子”与货币压力的权衡

在府君寺村，住房是村民的脸面，而门楼又是住房的脸面。房屋作为必需品，也体现了一个家庭的经济实力，反映了其在村庄的社会地位，甚至会影响其子女的婚姻前途，所以村民往往不惜倾其所有修房建屋，而在房屋修建中又重门楼轻正屋。



该村村民的住房一般由门楼、院落和正屋三部分组成。门楼是从外面进入院落首先穿过的那部分高大建筑，与院落围墙相连并巍然耸立于其中，而且风格各异，形式多样。村里80%农户家的正屋前建有门楼。门楼的修建成本为1500元到4000元的最多，一般占到整个房屋建筑成本的15%-25%左右。无论是老式门楼上古朴典雅的花鸟虫鱼砖雕，还是新式门楼光洁鲜亮的现代装饰都十分引人注目，白色瓷砖熠熠生辉，琉璃飞檐气宇轩昂。但穿过门楼进入一些院落却是另一番景象：院坝中风吹尘舞，秸秆、树枝满地堆放；与门楼相比，正屋矮小狭窄，房间结构松散，室内灰暗简陋，缺少基本的家具，相当部分农户家里没有凳子和椅子；个别家庭甚至没有室内厨房，只在院落里用石头、砖块搭成的“露天厨房”中做饭。门楼的豪华和正屋的简陋形成巨大反差。村民把有限的货币收入集中于住房的“脸面”——门楼的修建上，正屋的修饰只得勉强应付，炫耀性的外在消费是以牺牲内在生活的舒适为代价的。少数生活困难的农户没有修建门楼，或即便有门楼也是由几根柱子或砖块简单搭建而成，维持日常生活的迫切需要替代了“面子”追求。

## 3. 燃料：收入决定选择

村民们以前的燃料主要是秸秆和树枝，包括玉米秆、麦秆、大豆苗、花生苗和少量枯枝。现在村民的燃料选择日益丰富：除了秸秆外，还有煤炭，连以前不敢想的液化气也进入了农民家庭(见表3)。



秸秆是农作物收获后的副产品，不需要另外的开支，但用起来不卫生，不方便；煤炭尤其是液化气的使用为村民做饭带来了便捷，但需要增加相应的货币支出：一个四口之家若只烧气，一月要消耗一罐，烧煤需200-300斤，煤的价格一般0.21元/斤，液化气50元/罐，加上运费，接近55元/罐。燃料越现代，支出的费用越高。为节省货币支出，村民往往根据自己的收入进行燃料选择。家庭收入高的用液化气的多，村里一部分做旋木成品加工、搞运输和从事养殖的家庭，一般都只烧煤或液化气，其余家庭大多是几种燃料搭配使用，农闲一般烧秸秆，农忙时节为节省时间，使用液化气的较多。另有54户家庭因收入很少，面对丰富的燃料来源，也只能望而兴叹，选择不用花钱的秸秆。

从村民的日常生活消费来看，已不再是“自产自消”，市场丰富了他们的消费内容，但也增加了货币支出，农民为节省开支，既可能节制消费欲望，也可能为“门面”而放弃必要的内在生活满足，有时根据收入状况决定消费内容也是理智之举。

## 三、消费方式：“自给”与“他给”均衡

### 1. 自给自足：节省货币的途径

我国小农家庭在相当长的历史发展进程中，自给自足是其消费满足的主要方式甚至是唯一方式。农民家庭凭借传统农业与手工业的结合，过着“男耕女织”的田园生活。在20世纪的集体经济时代，国家强行的制度安排使农民的日常生活消费仍然在自给自足的轨道上重复。在府君寺村，为节省货币支出，自给性消费仍然得以延续。村民们自己生产的消费品主要是食物中的主食——面粉以及副食中的食用油，还有少量家庭以自己喂养的家畜提供部分肉食，食用自家地里的部分蔬菜。村民们以面食为主，所以家家户户都种小麦，绝大部分农户的小麦供自己食用，少有出售，村民们说不指望种粮能赚钱，主要是解决全家的口粮问题；食用油是自产的花生油和少量的菜籽油。除此之外，燃料中的秸秆也以这种方式获得。自给性消费既与农业生产的特性有关，也是一种节约货币支出的途径。

### 2. 物物交换：迫不得已之举

物物交换是商品经济发展初期的交换形式，是在生产力水平极其低下、人们间或有剩余物品时偶然发生的交易，这种人类交换的雏形在府君寺村依然存在。农民家庭自己不能供给的消费品，一般在市场购买，但村民们缺少货币，为需要，便通过物物交换来换取一些日常生活消费品。通常是小商小贩走村串巷带来村民需要的日用品，村民用自己的农产品与之交换，比如用小麦换水果，用黄豆换豆芽、豆腐，偶尔也可用黄豆换到鱼类产品。交易的比例既考虑约定俗成的比价，也取决于双方讨价还价的能力，但一般是农户要吃点亏。如1斤黄豆换2斤豆芽或1斤豆腐，但1斤

黄豆一般可以生产3-4斤豆芽，或2-3斤豆腐，除去加工费用等非原料成本，交易比价对村民不利。谋求以最小支出获取最大满足的理性消费者之所以会接受这种交换方式，通过询问和观察，发现首要的原因是节省现金支出，其次是为了实现食物消费的多样化。

### 3. 市场购买：社会化与“面子”的推动

近代商品化过程中，小农参与市场主要是满足基本生存需要的余缺调剂。而当代商品经济的发展和市场的复兴，农民的日常生活消费便开始由自给型向半自给型转化，由实物性消费向货币性消费转变。尤其是在社会分工发达，市场化、社会化程度日益深化的条件下，与现代商品信息相伴的流行价值观念和消费行为方式广泛向农村渗透，农民的消费欲望急剧膨胀，在消费中不仅无法自给，更无法自足，欲望的满足越来越依靠市场购买。

一方面，市场化和社会化使农民无需根据自己的产出来安排家庭的消费，外购成了府君寺村村民消费社会化的主渠道。该村周围有米厂、东祖良、黄河大桥和袁坊四个集市，但村民常去的是另一个村庄米厂村所在的集市，虽然米厂仍是一个村社之间的集市，但这个市场是附近的农产品集散地，府君寺村村民消费的蔬菜、肉类大都在这里购买(见表1)，而且服装也大部分在此处购买(见表4)。农户也参与更高一级的市场交易，比如有些村民到县城或省城购买服装，或到县城购买液化气等，但大多数的外购都发生在集市上。调查中发现村民建房所用的砖瓦、水泥、木材等也完全市场化了。



注：表中的“本地”指村民赶圩的地方，本文中指村民常去的米厂村集市。

另一方面，“面子”观念也推动了借助市场的消费。比如村里的裁缝已“失业”，村民们大多认为裁缝做的衣服“土气”，不如集市上买的时尚。虽然村民们主要在村社集市购买服装，面料也以化纤为主，质地和做工都相当粗糙，但仍不愿意穿裁缝做的衣服。村民对同样属于日常生活消费的理发、洗澡地点的选择也颇能说明这个问题。1995年，村里有过一家集理发与洗澡为一体的澡堂，洗澡和理发的价格非常低，但因门庭冷落不久就关门了。村民愿意付出更多的金钱和时间到米厂或袁坊去理发洗澡，而不愿享用身边提供的服务，原因在于村民尤其是年轻村民大多认为村里理发师的手艺不如集市上的，付出更大的代价换来的是脸面的“光彩”。

从村民日常生活消费方式的选择来看，自给自足、村社内物物交换和市场购买同时存在，但市场购买已逐渐占据主导地位，选择三种方式的结合在于寻求欲望满足与货币压力的平衡。

## 四、消费时机：“提前”与“延迟”搭配

### 1. 波动的预期收入

人们都希望自己的消费水平稳中有升，解释稳定消费行为的理论主要是弗里德曼的持久收入理论。该理论认为，家庭对稳定消费的癖好胜过对不稳定消费的偏好，家庭消费保持稳定有利于获得更高的效用满足水平，在收入水平保持相对稳定的情况下，理智的消费者一般不会把今天的钱花光，以免明天的消费水平下降。<sup>[7]</sup> 弗里德曼把消费者的收入分成持久收入和暂时收入两部分，暂时性收入指短期的、非连续性的、带有偶然性质的收入；而持久性收入是消费者可以预期到的、连续的、带有常规性的收入。这两部分收入对消费行为的影响是不同

的，家庭是根据持久收入来决定消费，即家庭消费水平在很大程度上取决于家庭对其持久收入的理性预期，并使家庭消费行为与之相一致。

府君寺村95%以上的农户以农业为主业，农业收入是其主要的持久收入来源，而自然和市场双重风险决定了农业收入作为持久收入始终处于波动之中。2004年该村人均农业纯收入1210.7元，扣除自给消费的口粮部分，当年的人均农业纯收入为783.8元。2005年由于黄河涨水，该村大多数花生地被淹，作为主要经济作物的花生大面积减产；而农业生产资料中的地膜则由2004年的50元/卷上涨到63—65元/卷，化肥和农药的价格也一路上扬；机耕费从每亩15元上涨到20元，机器收割费用从每亩5元上涨到每亩8元……在农作物减产的情况下，农产品的市场价格却与去年持平，个别产品还略有下降，该村2005年估计的人均农业纯收入只有1152.8元，如果仅维持与上年相同的人均口粮消费，2005年该村人均农业纯收入只有725.9元，比上年低7个多百分点，农业收入作为预期的持久收入缺乏稳定性。

如前所述，村民的农业外收入主要来自村内小工、外出打工和饲养、加工等非农业产业。村里的旋木加工起源于上个世纪60年代，目前有近60户家庭从事这一行业，但大都是在冬季农闲时进行。正因为村里存在旋木加工，使得相当一部分村民没有选择外出务工，只是农闲时在村里做小工——为旋木加工户从事零件加工、装配或油漆。而该村的旋木加工业普遍规模太小，面对一个完全竞争的市场，原料供应不足，市场前景堪忧，2004、2005年的销量和价格都明显下降，相应地也影响了小工的收入。2005年村里的几家养鸡专业户深受禽流感影响，全面亏损。大部分外出打工的村民农忙时都回到村里收割庄稼，打工收入也不稳定。即多种因素致使村民的非农收入只能是暂时性收入。总体

来看，村民根据农业生产的特点和对整体经济发展状况的具体理解，预期的持久收入是不稳定的。

## 2. 艰难的时机选择

“理性预期”的持久收入而非当期收入决定农户的消费水平，持久收入的不稳定和增长乏力，使得农户不得不在消费时机上艰难抉择，持久收入高的家庭才会有较高的平均消费倾向，收入不稳定的家庭就必须在当期消费与未来消费之间进行选择。

在日常生活消费中，村民的偏好顺序是“吃穿用”，而不是城市居民的“用穿吃”。村民首先解决的是吃饭问题。在吃的问题上，先数量后质量，首先满足主食的消费，副食则可以一再压缩。服装的消费则尽量节俭，先满足孩子的需要，成人的服装消费欲望被一再克制、推延。从村民的年购衣支出来看，2004年户均支出为350.8元，其中孩子平均花费245.6元，成人平均花费105.2元。有的村民说有时两三年也不添一件新衣。

住房消费的时机选择让村民颇费心思：住房是农户的一项必需品，有儿子的家庭都面临修建新房或翻新旧房的问题，而修房需要庞大的开支，甚至要借钱，与此同时，市场上建筑材料的价格不断上涨，反正迟早要修，与其听任材料涨价，不如在基本具备建房条件时就动手实施，村民的住房消费有普遍提前的趋势，尤其是1980年代和1998年前后，收入稍有增长，村里建房速度就明显加快(见表5)，一些资金不足的家庭也在这几年内借钱修建了住房。随后农民收入增长减缓，村里建房速度又开始回落。

村民追求消费偏好的稳定，但波动的预期收入决定其消费路径是不稳定的。在修建了新房以后，有些农户需在相当长的时间内存钱还债，为此不得不压缩日常生活开支，家庭成员可能要减少蔬菜、肉类的消费，或在几年内很难添置新衣，桌椅或其他日用设施的置备或更新也会被推迟。



## 五、结论

考察府君寺村农民的日常生活消费，可以得到以下几个简单结论：

第一，“小农”消费供给由家庭转向社会。本文分析的基本单元虽然仍是一家一户的小生产单位，即通常意义上的小农家庭，但已远不同于传统意义上封闭的、完全自给自足的小农。当下的农民家庭已被裹挟至高度开放的市场化和社会化体系之中，农户家里消费的许多生活资料，已不再自己生产，而是通过市场购买。市场诱发了农民的消费欲望，扩张了消费内容，并拓展了消费渠道。不仅府君寺村农户的蔬菜、肉类消费以外购为主，邓大才在湖南“湖村”、刘金海在湖北“山村”的调查反映了同样的趋势：来自湖村2004年的206份有效问卷显示，栽种蔬菜的家庭有194户，占94.17%，不种蔬菜的12户，但实际外购蔬菜的农户为115户，达55.8%，湖村村民几乎家家饲养牲畜，但户均购肉仍达5.09次/月<sup>[8]</sup>；对山村249户家庭2003年的调查显示，其中120户、50户和75户家庭户均消费自产猪肉、鸡肉和鱼肉分别为77斤、13斤和32斤，但该村山村仍有168户家庭外购猪肉，户均46斤，165户购买鱼产品，户均30斤，另有若干家庭分别购买了鸡肉、羊肉和牛肉。<sup>[9]</sup>农民蔬菜和肉类的外购行为说明传统的自给生产已不能满足农民的需求，农民的生活消费乃至生存性消费已由家庭供给为主转为社会供给为主。

第二，农户通过相机决策缓解货币压力。社会化赋予农民更多的消费选择，农民不再局限于自己生产什么就消费什么，但社会化消费网络和现代消费时尚在膨胀农民消费欲望的同时，增大了农户的货币支出压力。在收入有限的情况下，农户通过相机消费决策来缓解货币压力：为节省开支，面对丰富的消费内容，只得节制欲望；在方式上，除了继续依赖部分产品的自我供给外，还会寻求节省货币的替代途径，包括回复到以物易物的传统交换形式；在时机选择上，则会把可以忍耐的消费向后推延，首先满足食物消费，其次是住房，然后才考虑衣物的添置。与此同时，当有限的农业收入已不能应付社会化消费的支出时，农民就会改变对土地的“过密化”劳动投入，把劳动配置由家庭转向社会，以追逐货币收入。于是，农户的兼业化趋势日益明显，越来越多的农民离开土地，选择外出务工。

第三，家庭消费欲望与货币约束取得了强制性均衡。传统封闭条件下的农民家庭，由于收入有限，生活消费往往精打细算，量入为出，而处于社会化大背景下的农户，日常生活已与市场紧密相连，大众传媒不断地向农村输入现代消费信息，农民的生活消费标准不再是向邻居看齐，而是要求逐渐向城市靠拢，农民的消费欲求便会急剧扩张，超出自己的支付能力。但当前以小规模的家户经济进行经营和生产的农民，本质上仍是小农，增收能力十分有限，难以长期“寅吃卯粮”，膨胀的消费欲望与相对低下的消费能力之间的矛盾只能通过欲望的强行节制得到平衡。然而，扩张起来的欲望之火往往难以平抑，由此造成的身心痛苦使农民在生活水平绝对提高的同时，生活满足感却相对下降。

第四，农户消费行为是多重约束下的理性选择。农民在安排家庭的日常生活消费时，要顾及传统的“面子”观念，因为“面子与荣誉相连，是一种个人的心理满足，是他人给予的社会评价”<sup>[10](p163)</sup>。乡村社会中的“面子”不仅影响个人在其关系网络中的地位和声望，而且成为了一种道德资本，悄然影响着农民的消费行为。其次，要考虑身体的忍耐极限，因为消费不足会带来身心的痛苦，于是为了“面子”而节衣缩食或为了必要的消费满足而舍弃“面子”的窘境时常困扰着农民。当然，农民的消费还必须受制于家庭的收入水平，日常生活“全方位”社会化是以增加货币支出为代价的。农民面对货币压力、“面子”观念和最低消费忍耐度三重约束的消费满足过程，就是理性的消费选择过程。从这个意义上界定农民的消费理性，即是在经济、社会乃至文化习俗等约束条件下，农户通过对消费内容、消费方式和消费时机的选择来获得既定条件下的最大效用满足。

注释：

①黄彬在《湖北农民消费与治理地区贫困研究》(《消费经济》2005年第3期)、王广深在《当前农民消费需求不



的原因分析及对策》(《农业经济》2003年第11期)、李帅帅和刘东昌在《启动我国农村消费市场的对策思考》(《经济纵横》2005年第9期)等文中论及相关内容。

②董永茂在《浙江省农村居民家庭生活消费结构变动及需求弹性分析》(《财经论丛》2005年第9期)、陈艳和陈永昌在《辽宁省农村居民生活消费结构及变动趋势分析》(《农业经济》2004年第8期)、高山和王楠在《我省农村居民生活消费支出情况分析》(《统计与咨询》2005年第2期)、张可成在《山东省农村消费现状调查分析》(《山东社会科学》2003年第3期)等文献中分别论及浙江、辽宁、黑龙江、山东省农民的消费结构特征。

③指食品、衣着、居住、家庭设备及服务、医疗保健、交通和通讯、文教娱乐用品及服务、其它商品及服务,既包括生存性消费,也包括发展性消费和享乐性消费。

④对农民而言,蔬菜和肉类曾被视为改善生活质量的消费,但现今已日益成为必需品;住房虽有一定的享受消费和储蓄价值,但在农村,没有住房则无法进行正常的生产、生活,所以本文将其纳入日常生活消费内容考察。

#### 参考文献:

- [1] 刘玉玲. 我国农民消费现状及对策研究[J]. 当代经济研究, 2002, (6).
- [2] 胡雪萍. 优化农村消费环境与扩大农民消费需求[J]. 农业经济问题, 2003, (7).
- [3] 段庆林. 我国农村地区消费模式研究[J]. 中国农村经济, 1999, (3).
- [4] 唐淑云. 我国农村消费模式与拉动消费增长的对策[J]. 湖南社会科学, 2002, (2).
- [5] 卢嘉瑞, 等. 中国农民消费结构研究[M]. 石家庄: 河北教育出版社, 1999.
- [6] 郭为. 农民的消费结构、流动与城市化[J]. 上海经济研究, 2002, (6).
- [7] 夏少斐. 持久收入理论对有效需求不足的解释和启示[J]. 上海财经大学学报, 2000, (1).
- [8] 邓大才. 农民就业与增收研究之湖村经济, 未刊稿。
- [9] 刘金海. 农民就业与增收研究之山村经济, 未刊稿。
- [10] 杨懋春. 一个中国村庄: 山东台头[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2001.

作者简介 吴晓燕(1969—), 女, 四川大竹人, 西华师范大学政法学院副教授, 华中师范大学中国农村问题研究中心政府经济学专业博士生, 主要从事农村问题研究。

本网站为纯公益性学术网站, 无任何商业目的. 因部分文章来源于网络, 如有侵权请来邮或来电告知, 本站将立即改正。

Copyright 华中师范大学中国农村问题研究中心 鄂ICP备05015407号  
Tel: 027-67865845 Fax: 027-67865189 Mail: newccrs@yahoo.com.cn