



· 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·

您现在的位置是: [首页](#)>>[农村新论](#)>>

我国农民市场消费分析

作者: 李跃 来源: 《农业经济问题》2009年第5期 发布时间: 2010年5月14日

· 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..

摘要: 本文从农民消费水平较低的现状出发,分析了制约农民消费水平提升的原因,提出的提升农民消费水平的对策包括增加农民收入、改善农村消费环境、优化农民消费结构、完善农村社会保障体系。

关键词: 农民消费, 农民收入, 消费结构, 消费环境

市场需求不足是当前我国经济发展中的主要矛盾,而需求不足的主要原因是人口众多的农村消费尚未启动。我国是一个农业大国,农民约占全国总人口的70%以上,是最大的消费群体。启动和扩大农村市场已成为当前重大课题。2009年中央一号文件是改革开放以来第11个以“三农”为主题的中央一号文件,文件明确提出“扩大内需潜力在农村”。

一、我国农民消费市场的现状分析

我国消费市场潜力巨大,尤其是农村消费市场具有巨大的开发潜力,农村人口众多,与城市居民相比其消费水平仍然偏低:

1. 农民消费额占市场消费总额的比重偏低且呈下降趋势。1978——2008年,农民消费额不及城乡居民消费额的1/3。城乡居民消费水平的对比值从2.9增加到3.7(农民为1)。

2. 农民的恩格尔系数偏高。过去20年间农民恩格尔系数由1988年的53.5下降到43.08,但是与城镇居民36.1相比,农民的整体消费水平仍然较低。与国外的农民恩格尔系数相比情况更严重。2003年美国农民的恩格尔系数为14.7,新加坡为17.1,加拿大为15.7,法国为18.3。我国农民人均纯收入不及城市居民的1/3,在如此高的恩格尔系数下用于非食品消费的支出更少。

二、制约我国农民消费水平提升的因素分析

1. 农民收入水平低,购买力不强。收入是制约消费水平的首要因素。农民的收入主要来源于出售农产品和劳务输出,渠道比较单一。

2. 农民消费环境差,基础设施落后。许多地费。农村商业网点少,布局分散且规模小,再加上通讯设施落后,农民的消费余地不大。农村社会信用体系建设滞后和信贷政策偏颇成为影响农村消费扩张的体制性障碍。农村贷款难,生产挤消费的现象十分普遍。

3. 农民消费结构不合理。虽然农民在吃住方面支出的比重在逐年下降,医疗保险、交通通讯、文教娱乐的比重在增加,消费结构呈现多样化的趋势,但农民生活仍未摆脱以必需品为主的生存式消费。供水、供电、道路、电视信号接转等问题仍没有得到解决,抑制了农民对家用电器、农用机械等的消费模式,消费结构不够合理。

4. 农民消费观念保守。农民由于受传统观念的影响以及自身缺乏相应的商品和消费知识,科学文化水平较低,在消费行为上显得比城市居民谨慎。我国传统文化崇尚节约,提倡“量入为出”的谨慎消费,强调储蓄在农村表现尤为突出。

5. 商品供给结构失衡。我国生产厂商多考虑城市需求,很少专门研究农村市场,不是根据农村市场消费特点开发产品。

三、改善我国农民消费行为的对策

1. 增加农民收入、增强农民购买力。(1) 调整和优化农业产业结构。把资源优势转变为经济优势以提高农产品的市场竞争力,使农业从数量型转变为质量效益型。(2) 财政继续加大对农业投入的力度,较大幅度增加农业补贴,用价格支持和补贴等多种形式稳定农民收入。改善农业的生产条件和农民的生活条件,为农民增加收入创造良的环境。(3) 大力支持返乡农民工就业和创业。大力培育民营企业主和个体工商户,使更多务工人员变为企业家。

2. 改善农村消费环境。(1) 加强以新农村建设为主要内容的农村道路、电网和自来水建设,创造农村就业机会,使农村大量需求释放出来。对农村通讯增加投入,兴修农田水利,改造中低产田,保护生态环境,加强农业科技攻关和适用技术推广。扩大农村商业网点,建立适合农村消费特点的生产流通体系,健全农村流通网络,开拓和完善国内农村市场体系。(2) 完善农村市场环境。加强市场监管,加大执法力度,将消费者维权活动延伸至农村,方便农村消费者投诉维权。(3) 大力推进农村金融改革,诱使农民的潜在需求变成现实需求。加强农村金融尤其是消费信

· 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
对农村土地制度变迁的影响研究

的投入力度，包括资金支持和网点拓展，在适当的竞争机制下建立农村金融多元化供给主体。放宽贷款条件，提供灵活多样的消费信贷产品。

3. 优化农民消费结构，提升农民消费水平。全面推行家电下乡，开拓国内农村市场，建立适合农村消费特点的生产流通体系，实现产品市场多元化和内外贸易协调，降低经营风险。家电下乡中补贴给农民的13%正是家电出口退税额，也就是说在国际金融危机冲击下海外市场萎缩，当家电出口遇到困难时我们就打开国内农村市场，8亿农民完全可以替代国外消费者完成我国扩大内需的任务。

我国目前农村家电普及率极低，仅相当于20世纪80年代水平，统计显示2007年农村居民平均每百户彩电拥有量为城镇的2 / 3，洗衣机和手机不超过1 / 2，电冰箱为1 / 4。从目前情况看，为了实现家电下乡的目标，必须同步建立物流、零售、售后服务等相应的网络，由此必将形成遍及全国农村的商业网络，而这张网络一旦形成其服务对象将不仅限于家电，而是形成一张覆盖所有商业领域的农村市场。与这张有形的网络相配套，信息、金融服务等无形电子网络也将随之同步建设。家电下乡补贴政策若能坚持数年，则作为副产品而形成的农村商业、服务网络可能是比它实现了多少亿销售额更大的收获。

4. 拉动农村内需的最好方式是完善农村社会保障体系，提升农民消费信心。与市场经济发展相比，我国社会建设相对滞后，农民对社会建设的需求十分迫切。看病难、上学难、养老难、住房难是困扰农村的难题。中央十七届三中全会明确提出，“建立社会主义新农村，形成城乡经济社会一体化格局，必需扩大公共财政覆盖农村范围，发展农村公共事业，使广大农民学有所教，劳有所得，病有所医，老有所养，住有所居”。为此必需把发展农村公共事业置于更加突出的位置。我国民生欠账较多，必须大幅度提高农村社会保障水平，特别是基本医疗保障、失业保障和养老保障水平。把发展农村公共事业置于更加突出的位置，着力建立农村最低生活保障制度，健全农村社会养老保险制度，完善新型农村合作医疗制度，加强农村教育和培训保障。

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