

### 冯兴元：“家电下乡”计划要不得(2009-07-16)

作者: 发布时间: 2009-7-16 8:49:10

政府“家电下乡”补贴计划的基本做法是,通过企业投标,政府选择补贴一批中标家电生产企业的中标家电产品。这些家电通过中标的销售企业或者中标的生产企业自己的营销网络下乡。中央和地方政府根据售出的家电数量补贴给购买家电的农民。比如厦门对下乡家电的补贴比率为13%。以彩电为例,2008年底确定的品种为15个型号。彩电投标限价每台2000元。

根据商务部和财政部的通知,家电下乡销售企业由省级商务部门会同财政部门推荐,商务部、财政部通过招标方式在推荐企业中确定。销售企业必须是家电产品销售额位居本省(区、市)前列,一般在3亿元以上,配送能力覆盖本省(区、市)所有县(市)。中标企业的销售网点若要直接组织销售,其销售规模及服务水平居所在地区前列,具备送货、安装调试、维修保养等服务能力。

政府的用意是通过家电下乡扩大内需。但是,家电下乡会造成一系列的问题。首先,家电下乡是需要农民自己投入大部分购买资金的(87%)。这部分资金中很大一部分本来就会被农民用于投资或者消费,少数则为农民持有,或者用于农民之间的拆借。农民购买指定的补贴家电的花费在很大程度上可能仅仅造成了对其他投资或者消费计划的替代,而不是增加了消费。其次,即便增加了部分内需,也是短期行为,因为农民的下一轮消费仍然需要其现有财产或者新的收入才能支撑。家电下乡造成农民为此支出的钱财流向城里的大型家电生产企业,农民由此失去下一轮用于投入和消费的资金。再次,家电下乡也是反竞争的做法。一方面,大型生产和销售企业受益,中小企业受到歧视;另一方面,家电下乡造成农村原有的一些小型家电零售企业失去收入,倾向于削弱这部分企业的生存基础,减少这部分“中产阶级”的数量。

政府对农民推行家电下乡计划主要是为了刺激农民消费需求。但是如果为了达到这个目的,存在着更好的捷径。那就是农民在购买了各种消费品之后,直接找政府报销一部分规定额度的费用。或者农民拿到规定额度的消费券,在购买消费品时使用消费券,同时用自有资金补足余下的消费金额。这样看来,政府通过组织投标确定家电清单和供货企业名单,是一种多余之举。

总而言之,上述分析表明,家电下乡计划吃力不讨好,没有必要。

此外,仅四川一个省的试点,有关政府部门估计农村新增消费额在2009年有可能高达20亿到30亿元。此外,有关政府部门估计,全国几十亿元的财政补贴估计可带动几百亿元的内需。但是,这可能是一厢情愿。在山东的“家电下乡”计划基本上是不成功的:一是农民对家电企业提供的家电有怀疑,认为那是城里淘汰下来的过时产品,从而不大愿意购买;二是销售单位因为列入家电下乡清单的家电价格总体上低,赚头不大,更愿意向农民推荐时新的、价位较高的家电产品;三是这样一来,购买规定清单内家电的数量并不大,所谓通过家电下乡带动大量内需的计划也告泡汤。总体看来,印证了这样一种说法:政府的政策往往带来非意图的后果。这里,政府政策所带来的非意图后果无疑更多的是负面后果。

[\[推荐朋友\]](#) [\[关闭窗口\]](#) [\[回到顶部\]](#)

转载务经授权并请刊出本网站名

您是第 访客 - - 招聘信息 - - 投稿热线 - - 意见反馈 - - 联系我们

中国社会科学院农村发展研究所版权所有, 请勿侵权

地址: 北京建国门内大街5号 邮政编码: 100732 联系电话: 85195663

农村发展研究所网络室维护