

农村居民消费市场特点及启动策略研究^{*}

——一项来自济宁市农村地区的田野调查

耿 新¹ 张 匡² 王 振³

(1. 山东经济学院人才发展与管理创新研究中心, 山东 济南 250014;

2. 山东经济学院城市与经济管理学院, 山东 济南 250014; 3. 山东经济学院国际教育学院, 山东 济南 250014)

[摘 要] 当前济宁市农村居民消费的消费结构、消费地点选择、商品流通渠道等方面均有明显变化。农村居民对耐用消费品的消费潜力巨大,特别是电动车和汽车的消费增长将成为济宁市农村消费市场新亮点。然而,农民收入低、社会保障制度严重滞后、水电路等基础设施不完善、农村消费信贷金融支持体系几近空白等因素制约了济宁市农村消费市场潜力的释放。立足济宁市农村经济发展实际,从如何提高农民收入特别是工资性收入,如何完善农村社会保障体制以及继续加大“家电下乡”实施力度等方面提出农村居民消费市场启动策略。

[关键词] 农村消费;市场特点;启动策略

[中图分类号] F126.1

[文献标识码] A

[文章编号] 1000-971X(2011)04-0076-05

一、引言

面对全球金融危机,出口受阻、内需不旺、通胀压力加剧使中国经济遭遇前所未有的困境。主要依靠出口和投资的经济发展方式受到挑战,消费增长被视为保持经济平稳较快增长的重点所在,特别是近年来“启而未动”的农村消费市场更是扩大内需的重中之重^[1]。近年来中央陆续出台了“家电下乡”、“机电下乡”等一系列拉动农村消费的政策措施,但从宏观效果看,占人口总量 54.32% 的农村居民其消费支出对 GDP 的贡献仅为 8.9%^[2],农村市场的消费需求对经济增长的贡献潜力远未释放^[3]。

农村消费的相关研究多认为农村消费潜力巨大但启动农村消费市场面临很大挑战,其阻碍因素被归结为城乡二元结构^[4]、农民收入偏低且不稳定^[5,6]、农村市场结构与基础设施建设不完善、农村社会保障体系缺乏等方面^[7]。纵观以往农村居民消费问题的相关研究,学者大多采用宏观视角,通过

一般性理论分析或二手数据统计分析对提振农村消费问题展开讨论,目前少见针对典型地区农村居民收支基本情况、农民消费习惯特征以及政府惠农政策实施效果的微观考察。基于此,笔者特选择山东省济宁市农村地区展开田野调查,并结合部分宏观数据资料,对当前我国农村居民的消费能力、消费环境、消费特征进行探讨分析,以期通过“点面结合”的方式为政府进一步扩大农村内需拉动效果提供政策建议。

二、田野调查的方法及过程

(一)调查地点的选取

所选取调查点是否具有代表性以及研究者对调查点的熟悉程度,是田野调查成功与否的重要前提。就本研究而言,调查地点确定为济宁市农村地区,做出此种选择主要基于三点原因:第一,济宁市位于苏鲁豫皖四省结合部,属典型农区;2009 年全市经济总量 2280 亿元,农民人均纯收入 6415 元,在山东省

^{*} 本文是国家社会科学基金项目“新时期我国东部沿海地区村域现代农业建设的路径及政策选择”(项目编号:08BJY113)和山东省社会科学规划项目“国家粮食安全目标背景下的山东省农业竞争力提升途径研究”(项目编号:09DJGZ06)的阶段性成果。

[作者简介] 耿新(1978-),男,山东济南人,山东经济学院人才发展与管理创新研究中心副教授。主要研究方向:组织理论、区域经济。

处于中等水平,略高于全国平均水平。第二,作为“家电下乡”政策试点之一^①,“家电下乡”政策实施时间较长,成效初显。济宁市地处我国东部地区,农业基础较好,新农村建设试点工程正逐步推行,从中折射出的“三农”政策效果问题较为集中。第三,笔者本人在济宁农村地区生活多年,对当地社会生活状况较为了解,也为田野调查的顺利展开提供了有利条件。

(二)调查方式的选择

本研究的调查时间为2010年2月至5月,调查采取结构化访谈的方式展开。在确定最终访谈问题之前,首先拟定了调查大纲,并通过预调研对调查问卷各项进行了修订。通过分层抽样方式确定访谈对象,并采取入户调查方式获取调研数据。本次田野调查涉及济宁市的6个县区,主要调查对象为20~55岁、有劳动收入或有一定消费决策自主权的农村居民,共进行调查510人次,获取有效调查资料407份。期间,还对部分县区政府官员和农村基层干部进行了访谈。

三、当前济宁市农村居民消费特征及存在的问题

(一)传统消费观念正逐步淡化

从消费结构看,济宁市农村居民的通讯及衣着类消费支出在生活消费支出中所占比重增长较快。问卷调查数据显示拥有手机者为360人,占调查总量的89%,其中60%受访者表示手机是近三年所购买;277位(68%)受访者表示当年本人购买服装的支出超过200元。122位年龄在20~30岁的受访者中有68位能够说出两个及以上服装品牌。从消费地点选择来看,当前农村居民正经历着由当地消费向城市消费的转变。调查显示,有25%的农村居民经常在城市购买服装、手机及家电类商品。这部分农村居民大多是年轻一代,其受教育程度相对父辈较高,大部分有外出打工或自身创业的经历。该群体消费不像父辈那样保守,开始注重商品的品牌与时尚,并且愿意为子女消费。虽然多数农村消费者依旧持有传统的消费观念,但这种观念会随新生代农民消费群体的扩大而淡化和改变。

(二)日用品等商品流通渠道的改善便利了农民消费,但产品质量、售后服务仍难有保证

传统乡镇集市商贸的活跃,为济宁市农村日常商品集散与交易提供了方便,而各种便利店或小型超市在农村地域的普及,则进一步为农村居民的日用品消费提供了便利。但另一方面,假冒伪劣产品充斥农村商品流通市场的痼疾仍难消除。农村消费者维权意识的薄弱,则进一步为劣质商品的销售提供了空间。有36%的受访者表示三年内曾在当地购买到劣质商品。市场秩序的混乱以及相关监管机制缺位、监管力度不足,伤害了农村居民的消费积极性,制约了农村居民的消费购买行为,也对国家出台的一系列农村内需拉动政策产生了负面影响。

(三)主要耐用商品消费潜力较大,“家电下乡”政策有待做出针对性调整

就济宁市农村主要耐用用品的普及状况而言,表1中的调查结果与统计数据显示,尽管电视机、手机、洗衣机的家庭普及率已较高,但与城市家庭相比,农村家庭在冰箱、电脑、空调、微波炉等家用电器的拥有数量上还存在较大差距。结合农村居民未来三年购买计划的调查结果,农村居民对电脑的消费需求排在首位,其次是对空调和冰箱的需求。这表明随着近年来农村收入水平的提高,济宁市农民正逐步追求较高的生活质量,生活改善型耐用消费品正逐渐受到农村消费者青睐,特别是空调、冰箱等耐用消费品在农村市场上的市场潜力较大,仍有相当的农村居民消费需求空间有待挖掘。

表 1 济宁市每百户居民家庭主要耐用用品 拥有量及需求量				
消 费 品 名 称	单 位	农村居民 拥有量 ^a	城市居民 拥有量 ^b	农村居民需求量 (购买计划) ^a
电视机	台	99	120	2.5
手机	部	89	190	—
洗衣机	台	74	94	6
电 动 自 行 车	辆	56	—	13
摩托车	辆	58	36	3
电冰箱	台	45	100	12
电脑	台	21	71	22
空调	台	16	95	16
微波炉	台	4	50	4
汽车	辆	4	16	11

资料来源:a;数据来源于本次调查;b;数据来源于《山东省2010年统计年鉴》^[8]。

(四)电动车、汽车消费增长将成为济宁市农村

调研结果显示(表1),作为山东省第十大家电下乡商品^②,尽管电动自行车在农村居民家庭中的普及率已达到56%,但其需求依然旺盛,需求率为13%。调研结果显示有56%受访者表示知晓购买电动车是家电下乡产品,购买后可以得到一部分财政补贴,但仅有14%的受访者能够正确说出补贴比例。在调研过程中笔者发现,受访者普遍认为电动自行车的使用与维修成本低,且耐用并相对安全。在短距离交通工具的选择上,济宁市农民对电动车的需求已逐渐取代了摩托车。此外,更应引起注意的是,大约每十户农民中就有一户有购买汽车的打算,这包括一部分农民将汽车作为生产、致富的新工具:“农忙的时候可以拉庄稼、拉种子和化肥,冬闲也能出去跑生意,用不了三两年,买车的钱就赚回来了”;也包括一部分先富起来的农民已逐渐将汽车作为交通工具的首选。这意味着在“衣、食”质量改善后,出行的便捷性将逐步成为农村居民消费的热点所在,而汽车消费即将成为农村居民消费的新亮点。

四、当前制约济宁市农村居民消费的主要因素

(一)农民收入偏低且增收困难

2000年以来,尽管济宁市农村人均纯收入实现了较快增长,但总体水平仍较低。特别是同城市人均可支配收入相比,两者之间的差距持续增加,2000年城市人均可支配收入为农村人均纯收入的2.1倍,2009年该比值扩大到2.7。

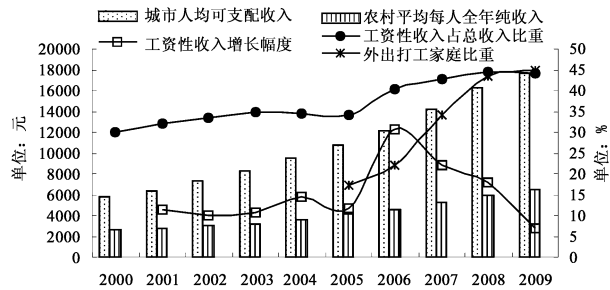


图1 2000年-2009年济宁市城市与农村收入变化图
资料来源:外出打工家庭比重数据来源于调查问卷;其余数据来源于2001年-2010年《山东省统计年鉴》。

从农民收入构成来看,工资性收入和家庭经营收入约占家庭总收入的90%。近年来农村家庭经营收入受自然条件、农业技术与市场约束的影响,增

长较为缓慢;加之越来越多的家庭选择外出务工以增加收入(图1),工资性收入在济宁市农村人均纯收入中所占的比重不断上升,由2000年的30%增加到2009年的44%,然而自2006年以来工资性收入增长幅度却表现为逐年降低。根据对济宁市的实地调研,笔者认为其原因主要在于济宁市外出打工地点多为山东省内沿海地区,当前受到全球金融危机的影响,东部沿海地区部分劳动密集型企业生产萎缩。从长远来看,技能水平不高的农民工不能适应不断升级的产业结构,因此济宁市工资性收入持续增长乏力,并最终导致农民增收困难。

(二)社会保障制度严重滞后导致农民谨慎消费

同城市居民相比,济宁市农村居民在教育、养老、疾病等方面的预防性储蓄行为十分明显。农村家庭子女教育支出,高中阶段每年要花费6000元左右,大学阶段一般每年要花费15000元左右。而一般的家庭年收入多在15000-25000元之间。调查结果表明,137位受访者将家庭教育的预期支出作为存款的首要目的,占调查总量的34%(图2)。农村居民比较担忧的还有盖房(包括婚嫁)、养老与医疗问题,这些问题给家庭收入原本就不高的农村居民带来较重的支出负担,在很大程度上制约了农村居民的消费。仅有1/5的受访者表示存款的首要目的是为了资金安全和获取利息。

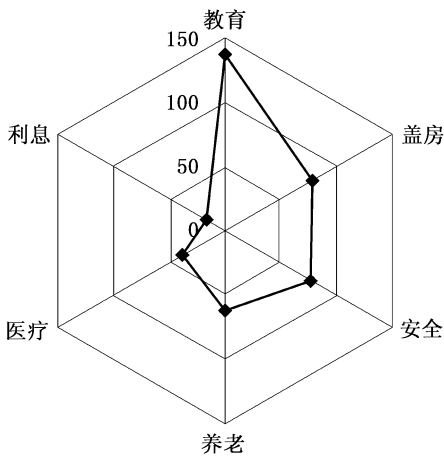


图2 济宁市农村居民存款首要目的

(三)济宁市部分农村水、电、路等基础设施不够完善

农村基础设施条件是相当一部分农村消费品市

场得以拓展的前提条件。农村基础设施的不完善,抑制了农村市场结构和消费结构的升级。笔者通过走访调研也发现,在被调查的地区中,有30%左右的农村居民依然没有用上自来水,而且仍有30%左右的居民对村里的交通状况表示不太满意或很不满意,这就极大地制约了洗衣机、汽车等耐用消费品在该类地区的需求增长。有超过一半的受访者认为村里的电网存在老旧、电压不稳等问题。在尚未购买冰箱的受访者中,有40%的人不购买冰箱的原因是认为停电会影响到冰箱的使用。此外,目前农村地区开通互联网的费用比较高,全年开通要800元到1000元之间,加之部分地区手机信号覆盖区域有限,信号强度差,这也使得电脑、手机等电子类产品在农村市场销售中遭遇到基础设施瓶颈。

(四)济宁市农村消费信贷金融支持体系建设严重滞后

农村金融是农村经济的核心,有效运转的农村金融体系通过合理的金融制度和产品安排可以平滑农村居民自身和内部的即期和跨期消费,从而达到促进消费的目的。然而长期以来,农村居民关于“贷款消费不光彩”的意识根深蒂固。即使因嫁娶、教育、大病等事件确需借贷消费,也往往习惯于向亲友借款,而不愿接受消费信贷。更为重要的是,当前济宁市的农村金融体系严重滞后于农村经济发展,同城市相比:(1)金融机构网点覆盖率低,往往几个村子才有一个小的信用合作社;(2)金融服务不到位。不仅贷款种类少、放贷额度小而且发放贷款的限制条件多、手续繁琐,对普通农民来说交易成本过高,基本不具有可操作性;(3)作为个人(或农户)信贷发展的基础,农村居民的信用评价较复杂,信用管理与监测系统建设成本高,目前这方面的工作几近空白。

五、济宁市农村消费市场的启动策略分析

农村消费市场潜力是巨大的,但开拓农村消费市场是一个复杂而艰难的过程。启动农村消费市场,需要把巨大的需求潜力变为有效需求。扩大农村内需并非推销过剩工业产品的权宜之策,在实施短期政策刺激消费的同时,完善农村社会保障体系,建设农民持久增收的机制才是开拓农村市场的长远之计。

(一)着力提高农民收入是启动农村消费市场的根本

提高农民收入应主要从提高家庭经营收入和工资性收入两方面入手^[5]。其中家庭经营收入的提高应立足济宁市农业与农村经济发展实际,积极发展现代农业并提高农业产业化水平,推进农业科技进步与创新,着力提升以农业基础设施建设、土地产出率、资源利用率、农业劳动生产率和农业综合效益为主要内容的农业综合生产力。工资性收入的提高则应主要从两方面入手,其一应积极鼓励和支持农民工返乡创业,发展农村二、三产业,使更多的农民在家门口就能获取工资性收入;其二应加强农民工技能培训,加快农村剩余劳动力的转移力度,并尽快使农民工由体力型务工向技能型务工转变。

(二)完善农村社会保障体制是启动农村消费市场的关键

建立农村社会保障制度不仅可以直接提高农民的收入,还可以消除农民对养老、医疗、教育等方面的后顾之忧,改变农民对未来的收入支出预期,促进农民消费的增加^[9]。当前济宁市农村地区的社会养老保险、新型农村合作医疗保险、农村低保等还多处于试验阶段,社会保障深度及普及率都较低,并且在实施农村社会保障的过程中也面临着诸多问题,如社保资金来源不稳定、保障项目少、医疗保险异地参保困难等。因此,继续推进城镇基本医疗制度的全覆盖,减轻居民医疗支出负担;完善农村最低生活保障、养老和新型合作医疗制度,增加对困难群体、弱势群体的支持;鼓励经济发达地区进一步提高社会保障水平等,这些措施将为济宁市农村居民收入增加和消费需求刺激奠定稳固基础。

(三)加强基础设施建设,整顿规范农村市场秩序是启动农村消费市场的前提

加快农村基础设施建设,包括水利水源、电网改造、国土整治、生态环保、农房检修、村庄规划、农村交通道路整修等为重点的农村建设项目,可以改善农村消费环境刺激农村消费,吸纳部分劳动力进而带动劳动就业,同时也可以为农业生产打下良好基础,促进农民持久增收。另一方面,加强农村市场秩序的整顿和规范力度,加大对农村流通领域假冒伪劣商品的打击力度,加快推进完善农村市场流通网

络建设,通过着力培育大型流通企业集团,构建县、乡、村“三位一体”的农业生产资料、日用消费品、农副产品、再生资源等连锁经营网络,则可以在方便农民生产生活的基础上,进一步促进农村居民消费。

(四)做好支农惠农政策的宣传普及是启动农村消费市场的重要手段

从本次调查情况看,有近 70% 的农村居民对“家电下乡”政策不甚了解,这在较大程度上影响到了该政策的内需刺激效力;此外,对于农村合作医疗保险实施仍有 20% 左右的农村居民不太了解,以至许多农村居民还不清楚如何有效使用该政策,从而也影响到政策的预期效果。考虑到农村居民受教育水平整体偏低,理解接受信息的能力有限,在进一步完善相关支农惠农政策机制的基础上,应考虑强化对相关政策的宣传普及力度,利用平面媒体、广播电视媒体、手机短信等多种形式,全方位、多角度地宣传相关政策的目的、内容和实施方式,真正使各项支农惠农政策落在实处,发挥其在扩大农村内需中所应有的作用。

(五)完善农村金融体系是启动农村消费市场的有力支持

首先应加快构建农民个人信用评价、管理及监测体系,健全农村信用约束和失信惩罚机制。其次,引导相关金融机构调整市场定位,鼓励和允许条件成熟的县、镇、村通过吸引社会资本或有组织的民间借贷在法律框架内开展消费信贷服务。再次,针对农村消费市场的特点在贷款的期限、价格、担保抵押等方面进行创新,积极探索订单质押、五方联保等方式的消费贷款业务。调整农贷的额度和期限,适度增加中长期贷款投放,增强农村小额信贷的适用性,进一步拓展农村消费信贷领域。

品种基础上新增一款补贴产品的种类,山东、江西、河南、湖北、安徽、陕西、江苏、云南、山西、河北十个省份新增电动车作为下乡产品。按照《新增家电下乡补贴品种实施方案》,将按销售价格的 13% 给予电动自行车企财政补贴,最高补贴限额为 260 元。(《财政部、商务部、工业和信息化部关于印发〈新增家电下乡补贴品种实施方案〉及确认新增补贴品种等有关问题的通知》财建字[2010]62 号)

参考文献:

- [1] 中国人民大学课题组. 扩大农民消费问题研究[J]. 经济研究参考, 2009, (08): 1-68.
- [2] 黄国雄. 论流通发展方式的转变[J]. 上海商业, 2010, (09): 1-6.
- [3] 朱琛. 改革三十年中国农村消费对经济增长动态影响的实证研究[J]. 经济理论与政策研究, 2010, (01): 150-161.
- [4] 张利庠. 二元结构下的城乡消费差异分析及对策[J]. 中国软科学, 2007, (02): 11-16, 40.
- [5] 罗勤. 我国农村居民收入与消费研究[J]. 江西社会科学, 2010, (12): 90-93.
- [6] 郭洪仙. 提振我国农民消费能力需要新思维——从包容性增长的视角探究增加农民财产性收入的途径[J]. 经济问题探索, 2011, (03): 28-32.
- [7] 董长瑞, 邢宏建. 网络投机消费研究[J]. 中国工业经济, 2009, (02): 35-45.
- [8] 山东省统计局. 山东统计年鉴(2010)[M]. 北京: 中国统计出版社, 2010.
- [9] 谭彦红. 公共财政与拉动农村消费需求[J]. 中央财经大学学报, 2009, (08): 5-9.

(责任编辑:郝 涛)

【注】

①财政部、商务部决定,2007 年 12 月 1 日至 2008 年 5 月 31 日,在山东、河南、四川三省实施家电下乡试点工作,对彩电、冰箱(含冰柜)、手机三大类产品给予产品销售价格 13% 的财政资金直补。(《财政部关于开展家电下乡试点工作的通知》财建字[2007]710 号)

②2010 年 3 月 29 日,国家财政部发布扩大家电下乡补贴产品范围的新规定,31 个省(区、市)各自在现有 9 类补贴

