


中国 农村消费市场

发展概论

◎ 严旭阳 主编



ZHONGGUO
NONGCUN XIAOFEI SHICHANG
FAZHAN GAILUN

 人民出版社

中国农村消费市场

发展概论

◎ 严旭阳 主编

F723.82

Y069

人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国农村消费市场发展概论/严旭阳主编. —北京:人民出版社,2010

ISBN 978-7-01-008690-3

I. 中… II. 严… III. 农村市场-研究-中国 IV. F723.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 020749 号

中国农村消费市场发展概论

ZHONGGUO NONGCUN XIAOFEI SHICHANG FAZHAN GAILUN

严旭阳 主编

策划编辑:王德树

责任编辑:安新文

出版发行:人民出版社

地 址:北京朝阳门内大街 166 号

邮 编:100706

邮购电话:(010) 65250042 65258589

印 刷:三河市顺兴印装厂

经 销:新华书店

版 次:2010年2月第1版 2010年2月北京第1次印刷

开 本:720毫米×970毫米 1/16

印 张:31

字 数:500千字

书 号:ISBN 978-7-01-008690-3

定 价:55.00元

著作权所有 侵权必究

通过研究中国农村现代化进程中农民消费理念、消费结构、消费能力的变化，及其对我国工业现代化、城镇化、经济结构和产业结构的影响，本书探讨了在农民不断增长的物质文化需求同农村消费市场发展、农村消费市场规范之间，如何构建协调发展机制这一重大课题。

在保增长、促消费、调结构、推进经济增长方式转换的形势下，把具有巨大潜力的中国农村消费市场作为研究对象，探讨它的发育、发展和运行规律，对于重新认识投资增长型、出口增长型和消费推动型增长模式在我国经济发展进程中的作用，以及如何通过扩大内需和消费来应对金融危机、保持经济平稳快速发展，如何更好地把国内市场 and 国外市场结合起来，在投资、出口、消费“三驾马车”之间实行平稳的战略重点转换，具有参考意义。

前言

毛泽东同志曾说，农民问题是中国革命的中心问题。事实上，从新中国成立至今60年间，不论是社会主义改造和探索阶段，还是改革开放后的中国特色社会主义建设过程中，“农业、农村、农民”问题一直是中国革命、建设、改革各个历史时期的重大问题，始终关系中国经济和社会的健康发展，关系党和国家事业发展全局。新中国成立后30年，中国经济取得了举世瞩目的成就，但也经历了曲折的发展过程，自十一届三中全会起，中国经济改革最先在农村吹响了号角，由此拉开了中国特色社会主义建设的帷幕。30年的改革开放，使中国农村社会生产力得到极大解放，农民物质文化生活得到极大改善，也使中国成为世界上经济发展速度最快的国家之一。

2008年，由美国次贷危机引发的金融危机席卷全球，中国经济也毫无例外地遭遇了金融风暴的猛烈冲击。有人认为中国经济出现了周期性拐点，有人质疑经历了30年快速发展之后的中国经济能否继续她的奇迹。中国经济新的增长点到底在哪里？这是摆在我们面前的严峻的现实问题。中国共产党坚持实事求是的思想路线，从当前中国的实际情况出发，迅速调整了有关经济政策，并于2008年10月作出《中共中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》，指出在当前外需严重萎缩、金融危机的梦魇还没有完全离散的世界经济氛围中，中国经济要保持平稳较快发展，必须把扩大内需作为保增长的根本途径，而进一步拉动内需，就必须推进农村改革发展，必须高度重视农民的消费需求和农村消费市场体系的建设问题。

基于此，北京工商大学嘉华学院在2008年下半年成立了“中国农村消费



市场发展研究”课题组，试图通过对中国农村消费市场的现状、体系建设、农民收入增长机制、农村养老医疗保障制度、农村流通基础设施建设、农村商业机制、农民消费观、农村消费的金融信贷支持、农村生产性消费市场、农副产品交易流通市场、农户家庭消费品市场、农村服务消费市场、农村文化消费市场、农村商业保险市场、农村消费市场监管与消费安全 15 个方面进行调研、分析与思考，对促进中国农村消费市场体系建设、“三农”问题的解决、社会主义新农村建设、中国特色农业现代化道路的探索以及整个国民经济的健康发展作出一些有益的建议。本书有如下特点：

一、紧追时代步伐，密切关注民生。本课题组顺应时代和民众要求，紧随党中央的政策视角，在全球金融危机、新中国成立 60 周年等特殊背景下，对中国农村消费市场发展问题进行研究，具有一定的价值和意义。

二、强调学术分析，重视实证调研。学术性是高等院校的本质特征。教师的学术水平，学校的学术底蕴是大学文化的根本内核，是大学精神之魂。本课题组引入外部智力资源，聘请院外资深学者为本课题研究提供策划及全过程的学术指导，要求校内每位参与者以严谨的治学态度，遵循学术规范，参阅并吸收国内外相关成果。尤为重要的是，本课题组采用实地考察和问卷调查的方法获取了第一手资料和数据，使得本课题研究具有一定的现实性、客观性和科学性。

本课题是学院组织的第一次大规模科研协作。不同学科、不同系部的几十位教师投入到此项工作中，并且吸收了大量的学生参与其中，推进了研究性教学的开展，同时引导学生把目光投向农村，加深了同学们对中国农村的关心和了解。

由于参与本课题研究和撰写的同志大多是年轻教师，在学术研究的经验方面存在一些不足，加之受到时间和占有资源的所限，有些观点难免存在偏颇，有些问题也有待进一步深入研究。恳请专家学者及广大读者批评指正。

总之，《中国农村消费市场发展研究》的顺利出版是嘉华学院师生集体力量的结晶，值此举国同庆中华人民共和国成立 60 周年之际，谨以此书作为嘉华人对建国大典奉献的一份真诚心意吧！

严旭阳

2009 年 7 月 28 日



目 录

第一章	农村消费市场的现状研究	1
第一节	农村消费市场定义	1
一、	农村消费市场的界定	1
二、	农村消费市场的分类	2
第二节	当前中国农村消费市场的主要特征	3
一、	农村消费市场产品网络逐步建立	3
二、	消费水平呈现多层次性特征	4
三、	农村居民消费结构向发展性和享受性转化	5
第三节	当前中国农村消费市场存在的问题	7
一、	农村消费市场环境有待完善	7
二、	农村消费市场流通体系有待进一步健全	8
三、	农村消费市场的需求释放尚需时日	10
四、	影响农村居民消费行为的其他不确定性因素	12
五、	结束语	13
第二章	农村消费市场体系的发展建设	15
第一节	中国农村消费市场体系概述	15
一、	农村消费市场体系的内涵与构成	15
二、	农村消费市场体系建设的指导思想、原则和总体目标	16
第二节	中国农村消费市场体系的现状和存在的主要问题	18
一、	中国农村消费市场体系的基本情况	18
二、	中国农村消费市场体系目前存在的主要问题	23



第三节	进一步建设中国农村消费市场体系	27
一、	发达国家(地区)农村消费市场体系建设的经验	27
二、	进一步建设中国农村消费市场体系	29
第三章	农民增收的长效机制研究	49
第一节	中国农民收入增长的现状与存在的问题	49
一、	改革开放30年来农民收入增长的变动趋势	49
二、	中国农民收支构成分析及其变动特点	51
三、	中国农民收入增长存在的问题	54
第二节	影响农民增收的因素分析	59
一、	政策因素分析	59
二、	制度因素分析	60
三、	经济因素分析	62
四、	其他因素分析	63
第三节	发达国家农民增收的主要方式及其启示	64
一、	发达国家对农业实施支持和保护政策的主要表现	64
二、	发达国家农业合作经济组织的发展及主要经验	68
第四节	构筑中国农民增收的长效机制	70
一、	构筑农民增收长效机制的基本思路	70
二、	构建农民增收长效机制的对策措施	71
第四章	中国农村养老医疗保障制度研究	87
第一节	中国农村养老医疗保障制度的历史与现状	87
一、	中国农村养老保障制度的历史与现状	87
二、	中国农村医疗保障制度的历史与现状	91
第二节	中国农村养老医疗保障制度的比较分析	95
一、	中国农村养老保障制度的比较分析	95
二、	中国农村医疗保障制度的比较性分析	101
第三节	对中国农村养老医疗保障制度的思考与探索	110
一、	中国农村养老保障制度的特殊性与创新探索	110
二、	中国农村医疗保障制度的特殊性与创新探索	112

第五章 农村流通基础设施建设研究	122
第一节 农村流通基础设施建设	123
一、基础设施的内涵	123
二、基础设施的公共产品属性	125
三、农村流通基础设施的重要性	126
四、中国农村流通基础设施的现状与问题	128
五、原因与对策	129
第二节 中国农村物流发展现状研究	133
一、中国农村物流业的现状	134
二、中国农村物流存在的问题	137
三、发展现代农村物流的建议	141
第三节 农村市场信息服务体系建设	144
一、农村市场信息服务体系的涵义	145
二、农村市场信息服务体系建设的必要性	145
三、中国农村市场信息体系建设的目标、内容与主体	146
四、中国农村市场信息服务体系的现状与问题	149
五、改进中国农村市场信息服务体系的措施	151
第六章 农村商业体制改革与现代商业模式研究	157
第一节 我国农村商业体制改革回顾	157
一、调整统购统销制度，农村商业体制改革开始 (1978—1984)	158
二、推行“双轨制”，农村商业体制由计划向市场过渡 (1985—1991)	159
三、转入市场经济轨道，改革全面加速 (1992—2000)	161
四、步入经济建设新时期，改革配套完善 (2001 年至今)	164
第二节 目前我国农村商业体制现状及存在的主要问题	166
一、我国农村商业体制现状	166
二、我国农村商业体制存在的主要问题	167
第三节 农村商业体制改革面临的新形势	169
一、政策形势	169



二、经济形势	175
第四节 构建现代农村商业模式的思路	177
一、国外农村商品流通模式的经验借鉴	177
二、建立现代农村商业模式的构想	180
三、结语	186
第七章 转变农民消费观、引导农民消费研究	188
第一节 农民消费观综述	188
一、关于消费观的界定	188
二、消费观的主要类型	191
三、影响消费观形成的主要因素	194
四、农民消费观的现代化	197
第二节 农村居民消费观现状分析	200
一、现阶段全国农民消费支出情况分析	200
二、现阶段中国农村居民消费观的特点	201
第三节 引导和转变农民消费观的对策	204
一、落实科学发展观,切实提高农民收入水平	204
二、加强教育,引导农民树立科学合理的消费观	205
三、健全社会保障体系,转变农民消费观	206
四、加强引导,帮助农民树立积极崭新的消费取向	207
五、创造良好的消费环境,促进农民消费升级	208
第八章 金融信贷支持农村消费市场研究	211
第一节 中国农村消费信贷现状及存在的问题	211
一、农村金融信贷服务机构现状	211
二、农村消费信贷现状	213
三、农村消费信贷存在的问题	214
第二节 国外成功经验借鉴	216
一、孟加拉乡村银行(Grameen Bank, 简称GB)模式	216
二、印尼人民银行一村银行(简称BRI)模式	218
三、可借鉴的经验分析	222

第三节	政府在农村信贷中的作用	225
一、	解决农村信用社的资金来源问题	225
二、	采取更加合理的利率政策	227
三、	采取灵活的信贷申请与抵押要求政策	229
四、	建立科学合理的风险补偿和转移机制	231
五、	与外资银行建立良好的关系	234
第四节	发展农村金融小额信贷, 促进农村消费	236
一、	不同收入等级农村小额信贷需求现状	236
二、	小额信贷解决农村消费的流动性约束	238
三、	小额信贷增加农村居民收入, 最终促进农村消费	241
第九章	我国农村生产资料消费的研究	248
第一节	我国农村生产资料消费的现状	248
一、	农村生产资料的内涵	248
二、	农村生产资料消费的水平及特点	248
三、	农村生产消费品结构	250
第二节	我国农村生产资料消费需求存在的问题	251
一、	收入水平不高且缺乏收入增长的长效机制	251
二、	农村消费环境差	253
三、	农村基础设施建设落后	255
四、	种田种地积极性不高	257
五、	医疗、养老、教育、住房消费挤占了农民的生产资料消费	258
六、	金融信贷支持滞后	260
第三节	农村生产资料市场购买力不足的原因分析	261
一、	政策因素对农村生产资料市场的影响	261
二、	农民对生产资料购买力不足的原因分析	264
三、	农村生产资料消费市场因素分析	267
第四节	启动农村生产资料消费市场的对策和建议	269
一、	增加农民收入	269
二、	合理控制农业生产资料价格, 充分发挥政府的监督职能	271



三、大力发展农资连锁经营	274
四、加强农村基础设施建设	275
第十章 农副产品交易流通市场研究	278
第一节 农副产品交易流通市场概述	279
一、引言	279
二、中国农副产品交易流通市场的发展历史	279
三、中国农副产品交易流通市场存在的问题	282
四、建设完善的农副产品交易流通市场的对策	283
第二节 农副产品期货市场研究	285
一、中国农产品期货市场的发展现状	285
二、中国农产品期货市场发展面临的新机遇	286
三、中国农产品期货市场发展面临的挑战	287
四、进一步发展中国农产品期货市场的对策建议	288
五、中国农产品期货市场发展前景展望	291
第三节 农村经纪人	292
一、农村经纪人的现状	292
二、农村经纪人的作用	293
三、农村经纪人经营活动中的问题	294
四、农村经纪人发展建议	295
第四节 农副产品电子商务发展研究	297
一、农副产品电子商务发展现状	297
二、农副产品电子商务发展中的问题	298
三、农副产品电子商务发展对策	300
四、中国农副产品电子商务发展策略	302
第十一章 农户家庭消费品市场研究	304
第一节 农村消费品市场现状	304
一、关于农村消费品市场	305
二、农村消费品的种类及消费影响因素	305
三、北京工商大学嘉华学院“百县百乡农村消费市场调查”	322

323	第四节	对我国农村消费品市场的现状调查结果	307
324	第二节	导致农村消费品市场的现状的原因及影响因素	320
324	一、	城乡经济发展不平衡	321
324	二、	农业政策落实不到位, 农民收入增长缓慢	322
324	三、	市场经营环境比较落后	323
324	四、	社会保障体系不健全	324
324	五、	商业网点布局不完善	325
324	六、	农业商品化进程不快, 农业商品率过低	325
324	七、	农村城镇化建设不够快	325
324	八、	农村基础设施比较落后	326
324	九、	农村就业和富余劳动力问题严重	326
324	十、	农村商品市场不发达, 商品服务化功能弱化	327
324	十一、	农村消费需求心理及习惯	327
324	十二、	农民居住分散, 消费结构不同	328
324	十三、	农村消费品流通体系不健全, 缺乏规范管理	329
324	第三节	解决农村消费品市场发展问题的对策	329
324	一、	进一步提高农村居民收入水平, 努力扩大农民的非农	
324		就业岗位及其现金收入比重	329
324	二、	不断完善农村社会保障制度, 促进农民购买力的实现	332
324	三、	加强农村基础设施和公共设施建设, 改善消费环境	334
324	四、	加大市场立法和执法力度, 强化市场监管职能	337
324	五、	充分发挥农村的资源特色, 大力开发生态农业和其他	
324		产业	339
324	六、	在加快我国工业化进程中扩大吸纳农村剩余劳动力	340
324	七、	国家的其他政策和服务	341
324	第十二章	农村服务消费市场的研究	345
324	第一节	国内农村整体服务消费的情况概述	345
324	一、	服务消费的概念界定和相关产品	345
324	二、	农村服务消费的历史和现状	347
324	三、	农村服务消费的需求与供需状况	350



四、农村服务消费存在的问题及其解决思路	352
第二节 农村服务消费情况分析与对比	354
一、服务消费支出研究	354
二、过去三年的消费与2009年的对比分析	357
三、消费支出大的原因分析	358
四、家庭服务消费低的影响因素分析	359
五、要使服务消费增加,期望家庭收入增加幅度分析	360
六、不同教育程度消费状况分析	361
第三节 目前农村服务消费存在的问题	362
一、服务消费中的体制问题	362
二、农村服务消费中的政策问题	364
三、生产服务消费产品问题	365
四、生活服务消费产品问题	366
五、影响农民服务消费的主要因素	368
第四节 提高与引导农民服务消费的对策及建议	369
一、国家政策层面上的支持和倾斜	369
二、丰富生产和生活服务产品的供给	370
三、拓展适合农村服务消费的渠道	373
四、提高农民收入水平是提高消费的基础	375
第十三章 农村文化消费市场研究	377
第一节 农村文化消费概述	377
一、农村文化消费的概念	377
二、农村文化消费的研究范围	378
第二节 农村文化消费研究的相关理论	379
一、文化消费研究的内容	379
二、农村文化消费的现状研究	380
第三节 农村文化消费市场调研分析	382
一、调研基本情况	382
二、基于数据分析文化消费情况	383
三、基于数据分析的农村文化消费的影响因素	389

844	第四节 总结与建议	395
844	一、农村文化产品供给存在的问题	395
844	二、农村文化消费需求存在的问题	395
844	三、促进农村文化消费的建议	396
844	第十四章 农村商业保险消费市场研究	399
851	第一节 农村商业保险的生产与消费	399
851	一、农村商业保险	399
851	二、农村商业保险与社会保险的关系	401
851	三、目前农村商业保险的供求情况	401
851	第二节 农村商业保险消费的潜力	405
851	一、中西保险市场消费比较	405
851	二、中国沿海与西部农村保险消费比较	408
851	三、影响农村商业保险消费的因素分析	408
851	四、农村商业保险消费远景展望	410
851	第三节 经济增长与农村商业保险消费	413
851	一、GDP 与农村商业保险消费	413
851	二、农业发展水平与农村商业保险消费	414
851	三、工业发展水平与农村商业保险消费	415
851	四、农村生活消费水平与农村商业保险消费	416
851	第四节 政策性保险与农村商业保险消费	418
851	一、目前政策性农业保险的现状	420
851	二、政策性保险的局限性	424
851	三、对政策性农业保险拉动农村商业保险的思考	427
851	第五节 保险供给与农村商业保险消费	431
851	一、农村商业保险消费的主要障碍	431
851	二、农村商业保险产品缺失与评价	435
851	三、农村商业保险组织类型及评析	436
851	四、非营利商业保险机构的缺失评析	438
851	五、农村商业保险监管策略评析	441
851	第六节 拉动农村商业保险消费的杠杆与路径	443



298 一、政策性保险的实施路径 443

298 二、保险组织机构的创新与发展 445

298 三、满足农村需求的保险险种创新与发展 446

298 四、农村保险意识的挖掘与引导 448

298 五、监管/立法的创新与协调发展 448

第十五章 农村消费市场监管与消费安全研究 451

第一节 农村消费市场安全现状 452

104 一、消费安全含义 452

104 二、农村生活消费市场消费安全现状及成因 452

201 三、农村生产消费市场消费安全现状 459

第二节 农村消费市场消费安全监管现状 462

804 一、农村消费市场安全监管的意义 462

804 二、农村消费安全监管现状 463

第三节 提高农村消费市场消费安全的对策和建议 475

814 一、努力提高农民购买力，同时加强对农村消费者进行
消费教育 476

814 二、加强农村商品经营单位自我监管及建立社会监督体系 476

814 三、加强行政管理部门对农村消费市场监管 477

后 记 479

130 封底封套 377

434 封底封套 377

434 封底封套 378

434 封底封套 379

434 封底封套 379

434 封底封套 380

434 封底封套 382

434 封底封套 382

444 封底封套 383

444 封底封套 389

热门商品一般指消费者偏爱的商品或服务，如名牌商品；冷淡商品指消费者不受情感左右，从心理上排斥的商品或服务；冷静理智对待的商品。

热门商品、冷淡商品对消费者而言，在消费品中占少数，大多数商品都是消费者理智选择的，所以生活中理智商品占多数。

第一章

农村消费市场的现状研究

(1) 按消费

例如冰箱、电视机、高档家具等。

第一节 农村消费市场定义

一、农村消费市场的界定

1. 农村区域范围的界定

《新华字典》对农村的定义：以从事农业生产为主的劳动者聚居的地方。农村也叫乡村，与城市相对应。与人口集中的城镇比较，农村地区人口呈散落居住。具有特定的自然景观和社会经济条件。

2. 农村消费市场概念的阐释

消费是指为了维系、更新和改善人类生理和心理功能，以及在生产中提供物质和文化产品时所消耗的物质和文化产品的生理和经济行为。

由以上定义可以看出，实际经济生活中存在着两种消费，即生产消费和个人消费。

生产消费是指在生产过程中对生产资料和活劳动的消耗；个人消费是指任何人要想生存下去并得到发展，就必须消耗一定数量的物质和文化产品。

农村消费市场是指在农村的地域范围内产生的各种消费关系的总和。从这个角度来看，农村消费市场不包括农民在城市里的消费，比如农民工在城市工作、生活所产生的所有消费，但是应该包括城市居民及企业下乡购买农产品所产生的消费。