

河南省哲学社会科学“九五”规划项目

河南省城乡居民 消费心理研究

研究成果

项目批准号：95CSH02001

课题负责人：张义泉

课题组成员：漆向东 杨 芳 宋新谱
 梅士建 王颜芳 程道发

完成单位：信阳师范学院教育教研部

完成日期：二000年八月二十八日

河南省哲学社会科学“九五”规划项目

河南省城乡居民消费心理研究

成果目录

研究报告

河南省城乡居民消费心理分析与启动河南

消费市场研究.....课题组

研究论文

城乡居民消费动机探讨.....张义泉

扩大河南省农村居民消费需求探析.....漆向东

河南省农村居民消费需求障碍及对策研究.....杨 芳

研究报告:

河南省城乡居民消费心理分析 与启动河南消费市场研究

内 容 提 要

(一)

人未满足的消费需要是消费动机产生的根据,与消费需要相适应的消费环境是消费动机产生的诱因。在消费动机的产生过程中,未满足的消费需要通过适宜的消费环境才能实现;外部的消费环境也必须以未满足的消费需要为基础,只有当二者兼有并相互作用时,消费者才能产生消费活动的行为动机。消费动机往往被压抑,因为人的愿望总是要先于行为而产生的,在愿望转变为行为之前,人的愿望必然要处于被控制、被压抑的状态,当缺乏消费能力,当消费的环境或其它条件不理想,实现消费愿望的困难比较大的时候,人们就不得不暂时压抑自己的购买意愿,延迟自己的购买行为;一旦消费的条件成熟,被压抑的消费动机又会被重新激活。基于这种心理学的理论,研究者调查了压抑河南城乡居民消费动机的种种因素:(1)河南农村居民消费能力弱;(2)企业对市场缺乏了解,不能满足居民对商品的需要;(3)教育费用和医疗费用大幅度上涨影响了居民对消费品的购买力;(4)消费的硬环境太差;(5)农民

负担过重；(6)农村市场管理极不规范等。通过对城乡居民消费动机的分析，得出三点结论：第一，我省城乡居民消费需求不旺，不是因为他们没有消费需要，而是企业生产出来的产品不能很好地满足他们的需要。第二，我省农村居民消费动机的被压抑，主要是由于消费的硬环境不理想。第三，在改善消费环境方面，消费的软环境同样不可忽视。研究者据此三点结论，提出了激发我省城乡居民消费动机的几种对策。

(二)

对河南省城乡居民消费意愿的研究是本研究报告的重要组成部分。本部分首先对信阳、南信、驻马店三城市居民的服装消费意愿进行了调查。调查结果是：预计今后一年中，人均购买衣着支出超过600元；花色、面料、款式是影响居民将潜在购买欲望变为现实购买行为的主要原因。为使居民实现预期消费，生产厂家需要不断开发新品种，及时更新花色和款式，同时要努力降低生产成本，稳定市场价格。本部分还对我省平顶山、许昌、漯河三城市居民的家用电器消费意愿进行了调查，结果表明：普通耐用家电市场不容乐观；大型家用电器冷中有热；小型家用电器前景广阔。研究者通过调查认为，我省家用电器市场要走出低谷，从市场营销看，企业应认真搞好市场调查，摸清城市家庭的真实需要，在此基础上研制开发新产品；从商业看，应以灵活、方便的服务取胜。

(三)

这一部分是对我省农村居民消费倾向的分析。消费倾向是指可支配收入中用于消费的比率，可分为两种形式，即平均消费倾向和边际消费倾向。边际消费倾向是指消费的增量和可支配收入增量的比率。影响消费倾向的因素主要有现实的可支配收入和持久性收入或收入预期的状况。河南省农村居民消费倾向偏低的原因。一是转型时期制度不完善，农村居民承担了过多的社会义务；二是农民并没有完全的生产经营自主权，

政府的干预过多；三是城乡差别使农村居民难以分享必要的公共服务和设施等；四是农村家族意识较强，存在明显的代际互换关系。根据以上社会学的分析，研究者提出了适度提高农村居民消费倾向，扩大农户消费需求的若干建议。

(四)

河南农村消费市场的基本格局是：消费水平低；边际消费倾向低；消费模式陈旧；消费需求潜力大。河南农村市场消费不旺的社会因素是：(1)农民收入增幅减缓；(2)满足消费的供给结构不合理；(3)农村基础设施比较薄弱，缺乏良好的市场环境；(4)农民负担仍然较重。河南省农村市场消费不旺的心理因素是，第一，农民的价格预期心理；第二，传统消费心理；第三，对未来社会的预期心理。根据以上社会学和心理学的分析，研究者认为，对农村消费政策进行战略调整是十分必要的。

河南省城乡居民消费心理分析与启动河南消费市场研究

课 题 组

一、河南省城乡居民消费心理分析

对于消费需求和消费理论的研究，不能仅仅局限于经济学领域，它应该是一项涉及到诸多学科领域的系统工程，研究这个问题，我们借鉴社会心理学的三种理论模式，即动机理论模式，需求驱策力模式以及凯恩斯关于边际消费倾向的心理定律模式。这三种模式对于我们今天研究城乡居民的消费需求、消费行为和消费倾向，培养和引导居民的现代消费观念，以期拉动内需，有效地刺激经济增长，有着重要的实践价值。

（一）城乡居民的消费动机

1. 消费动机和消费动机的压抑

消费动机是指引发、维持与导向消费行为的念头、倾向和愿望，它是直接推动主体的购买活动以达到某种消费目的内部动力。消费动机是消费者购买并消费商品时最直接的原因和动力，是消费主体内心萌发的一种消费欲望，当它得不到实现时，就会造成心理上的驱策力，这种心理驱策力在适宜的消费环境下会推动消费主体从事购买行为。

人未满足的消费需要是消费动机产生的根据，消费动机是在消费需要的基础上产生的。当某种消费需要没有得到满足时，消费者便会失去内心的平衡而感到紧张，就会促使消费者去寻找满足消费需要的对象；而一旦某种需要得到满足，新的消费需要又推动着消费者去做新的活动，这就为主体产生新的消费动机奠定了基础。但是，有了未满足的消费需要，未必

一定能导致消费动机的形成。除此之外，还必须具有与消费需要相适应的外在消费或消费环境，如消费的基础设施和配套设施，消费市场的规范，社会保障制度以及社会心理环境等。在消费动机的产生过程中，未满足的消费需要通过适宜的消费环境才能实现，没有适宜的消费环境，就不可能产生相应的消费动机；外部的消费环境也必须以未满足的消费需要为基础，没有内部消费需要的作用，纯粹的外在环境也是不可能激发消费者产生某种消费动机的，只有当二者兼有并相互作用时，消费才能产生消费活动的行为动机。

消费动机往往被压抑。消费动机是一种力量，必然要推动消费者以实现相应的消费行为为目的。但由于消费能力、消费环境等因素的制约，并不是每一种动机都能够实现为相应的消费行为。消费者的动机得不到实现的话，消费者本人就要控制自己的消费愿望，即压抑自己的消费动机。消费动机被压抑的现象是比较普遍的，人的愿望总是要先于行为而产生的，在愿望转变为行为之前，人的愿望必然要处于被控制、被压抑的状态，当消费的环境或其它条件不理想，实现消费愿望的困难比较大的时候，人们就不得不暂时压抑自己的购买意愿，延迟自己的购买行为，一旦消费的条件成熟，被压抑的消费动机又会被重新激活。

2. 压抑城乡居民消费动机的因素

压抑河南城乡居民消费动机的因素主要有以下几种：(1) 河南农村居民消费能力弱。消费能力是指消费的购买能力或支付能力，而购买或支付能力则是由可支配的货币量所决定的。从1979年到1985年，我省农民人均纯收入年平均增长17.8%，随着可支配货币量的增多，农民的消费能力也随之大大地增强。但自从1986年开始，农民收入增幅明显下降。从1997年到1999年三年间，农民人均纯收入年平均增长仅为7.8%。农民收入的回落，使人们对消费持十分理智的态度，压抑了自己的消费意愿。(2) 企业

对市场缺乏了解，面向城市市场的产品开发得慢，已经不能满足城市居民新的消费需要；而另一方面，许多企业对农民的消费需求了解甚少。据我们对郑州、洛阳、新乡三城市生产消费品的30家企业的调查，只有11%的厂家对农村市场作过系统调查，农村市场80%以上的家电产品都不是为农民专门开发的，根本就不能适应农村消费者的需要。(3)教育费用和医疗费用大幅度上涨，已大大超过了城乡居民的承受能力，影响了居民^对消费品的购买力。(4)消费的硬环境太差，特别是电价问题，很多乡村都各自为政，电价一般要高出城市二倍多，除电视机较普及外，家用电器拥有量极少。(5)农村乱收费现象仍然存在，农民负担过重，据调查，河南省许多地区农民人均负担大大高于人均纯收入5%这个比例。(6)农村市场管理极不规范，假冒伪劣商品较多。以上这些因素抑制了居民的消费欲望，或是削了居民的购买能力，是压抑城乡居民购买动机的主要因素。

3. 城乡居民消费动机的多源性

消费者的消费行为作为个体行为的一部分，驱使其产生的直接动力是消费动机本身。但归根结底来源于多种多样的消费需要。河南省城乡居民的消费动机主要来源于以下几种消费需要。(1)安全的需要。居民希望所购买的商品性能安全可靠。如电器类商品的绝缘性能好、全自动的燃气灶具密闭性能好等等，居民最担心的是辨认伪劣商品。(2)求得方便的需要。尤其是农村的大多为数家庭，他们希望家电产品具有一些方便使用的功能，能减少操作使用中的麻烦。半自动双缸洗衣机最受农民欢迎，因为操作简单、维修较容易。(3)追求实用的需要。与城市家庭比较，农村家庭在购买商品时，更注重其方便、实用，要求商品经久耐用，操作简单，在此基础上，对商品的美观、大方也有一定的要求。(4)求廉的需要。特别是我省农村家庭受消费水平和消费能力的制约，在购买商品的活动中，强调经济性，要求商品价廉物美。农村居民总是力图用有限的收入去购买更多的

商品，满足更多的需要。(5) 社会交往的需要。随着河南城乡礼品市场兴旺，城市中发廊酒店、歌舞厅等各种营业性的礼交场所也日益发展，目前这一类市场需要进一步规范、引导，使其朝着文明、健康的方向发展。(6) 追求健康的需要。从目前我省居民消费结构的变化上看，医疗保健和保健类食品的消费需求都有不同程度的上升趋势。

据对全省城乡家用电器产品消费者的调查，城市居民占前三位的消费需要分别是：A、产品的质量、性能安全可靠；B、节电、无噪音、有助于健康；C、美观、新颖。农村居民占前三位的消费需要分别是：A、产品实用；B、物美价廉；C、便于操作。

4. 激发城乡居民消费动机的几点思考

通过以上对城乡居民消费动机的分析，我们可以得出三点结论：第一，我省城乡居民消费需求不旺，不是因为他们没有消费需要，而是企业生产出来的产品不能很好地满足他们的需要。第二，我省农村居民的消费动机被压抑，主要由于消费的硬环境不理想。第三，在改善消费环境方面，消费的软环境，如市场法制建设，社会风气等社会心理环境同样不可忽视。为此，应采取以下三种对策：

第一，调查了解城乡居民的消费需要及其满足状况，针对城乡居民消费需要的特点研制和开发产品。目前，多数企业的产品定位重点在城市，对城市居民的消费需要了解得较多。但问题是，城市居民的某些消费需要基本得到满足，不会再产生相似的需要，要进一步开发城市市场，企业必须根据居民消费需要的变化，重新调整产品战略。与商品定位的城市化倾向相反的是，农民这个庞大群体的消费需要被忽视了。有关部门对20多家全国著名生产企业的调查结果显示，只有10%的厂家对农民的消费需求作过系统调查，只有8%的厂家没有专门的农村市场经销部。从农民的消费需要出发，求廉的需要，求方便的需要，追求实惠的需要比较突出，因而

那些价格便宜、结构简单、操作方便、经久耐用的家用电器最受农民欢迎。企业只有认真研究农村消费者的消费需要特点，生产和销售适合农民消费需要的产品，才能刺激他们潜在的消费需要，进而激发其消费动机。

第二，加快我省农村基础设施建设，改善农民消费的物质环境。

居民的消费动机是在一定的消费环境中发生的。从影响消费的物质环境方面看，广大农村的配套设施建设处于较低的发展阶段，往往不能满足消费者的要求，影响消费动机的发生。近期改善消费环境的重点是加强农村基础设施建设，发展农村电网及供水系统；加快乡村道路建设；改善农村通讯条件，降低农村电价。具备了这些适应消费的物质条件，可以诱发农民对家用电器和农用机械的消费欲望，可将农民潜在的消费动机转化为现实的购买行为。

第三，优化城乡居民消费的社会心理环境。

居民原消费需要和消费动机，也是在一定的社会心理环境中发生的，并受社会心理环境的影响和制约。良好的社会心理环境可以使居民对未来社会的预期乐观，减轻生活的不安定感，增强即期消费的信心。首先，要建立健全社会保障制度，减少消费者对未来各种不确定因素的后顾之忧。我省消费不旺的重要原因就是城乡居民对社会保障制度心中无数，担心住房、医疗、教育、养老等改革会增加未来生活的货币支出，因而储蓄倾向较强，压抑了即期消费的动机。为此，必须加快全省统一规范的社会保障制度建设。其次，要加强法制建设，铲除社会腐败现象，杜绝权力市场化和政府行为企业化等丑恶现象。同时要制止教育费用和医疗费用的继续上涨，这样做旨在增强党和政府的权威形象，给居民提出一个稳定的制度预期，同时有利于他们形成稳定的收入预期，对城乡居民的消费动机和消费行为产生积极的影响。

（二）对信阳、南阳、驻马店三城市居民服装消费意愿的调查。

1. 预计今后一年中, 人均购买衣着支出超过600元。多年来, 人们在吃饱吃好的基础上, 日益讲究穿着打扮, 城市居民购买衣着支出呈缓慢上升趋势。1989年人均购买衣着支出为182.3元, 1998年增为510.4元, 增长1.8倍。去年入夏以来, 由于全省商品零售价格总水平持续下降, 市场疲软使纺织服装行业首当其冲受到震动, 居民衣着消费周期显著缩短, 求新, 求美, 求个性的消费心理增强, 并对今后表现出了较强的购买欲望。据对我省信阳、南阳、驻马店三城市600名不同部门、不同行业、不同收入水平的居民调查表明, 95%的受访者均预计在今后10个月中, 或多或少会购买各式衣着商品, 按平均每人支出金额计算, 人均预计购买衣着支出达611元, 超过历年度人均实际购买衣着支出额。其中预计在今后10个月中, 购买衣着支出在900~1500元的有99人, 占全部受访人员的16.7%; 预计购买衣着支出超过千元的有36人, 占6%, 如按性别分析, 女性人均预计购买衣着支出为659元, 男性为608元, 女性比男性高8.5%, 按不同年龄组分析, 34岁以下受访人员预计购买衣着支出为811元; 35~49岁609元; 50岁及以上为398元。最轻年龄组人员人均预购金额分别比上两个年龄组高35.8%和1.72%。从以上调查数据不难看出, 三城市各阶层居民均欲花费一定或较多的钱添置衣物。这是使我省衣着类市场销售由滞转销、由销转畅的良好契机。

2. 花色、面料、款式是影响居民将潜在购买欲望变为现实购买行为的主要原因。穿着用品大多数为选择性强、消费需求伸缩性比较大的商品。尤其是在当前人们四季衣着多有囤积的情况下, 买衣多为“赶潮”和美观得体。为了研究如何将居民潜在购买动机变为现实购买行为, 在调查问卷中我们询问受访者: “如果您有条件购买也想购买, 而尚未购买的原因何在?” 被访者各抒己见。归纳起来, 主要有四种原因: 一是因为花色、面料、款式不甚理想。调查中, 41.2%的受访者认为尽管目前服装市场多姿

多彩，但认真挑选起来，花色、面料、款式仍不甚理想。他们认为经过一段时间的市场疲软后，人们开始慎重地审视市场，理智地选购商品，购买衣着“挑剔性”明显增强。调查中一位退休老干部说“没有我们可买的衣服，规格少，档次少，中老年服装很难能买到合体的。”二是因为价格较高。由于高档服装较一般服装需求弹性小，调查中35.1%的人认为各类时装较理想的面料价格高。近年来由于企业效益滑坡，下岗职工增多，城市居民收入增幅减缓，与前几年通货膨胀时期比较，人们的“价格意识”，有所增强，加上居民家庭对高档衣着已有一定保有量和不断变化的求新颖、求个性的消费心理，居民购买衣着有既要求新式、新型、又要求价格适中的倾向。三是因为无暇挑选，推迟甚至取消了购买愿望。调查中13.7%的人认为现在衣着类商品，花色品种繁多，价格多异要买一件称心衣物需化费很大精力反复挑选。但随着人们生活节奏不断加快，多有各种社交活动和家务劳动，给消费者挑选造成一定困难。四是因为等待价格回落。调查中有9.7%的人认为物价仍会继续下跌，服装价格也一定会下跌，希望等待价格回落后再选购高档西服和皮衣。

3. 为使居民实现预期消费，首先，为适应城市居民对衣着消费的多层次多样化，~~为满足~~生产厂家应不断积极开发新品种及时更新花色，款式。其次，要努力降低生产成本，减少流通环节，加强市场管理，稳定市场价格。再次，考虑在条件允许的情况下，适当增设销售服务网点，提高服务水平，增加对新产品实事求是的广告宣传和推销，以促进居民为各季服装、各类时装、各种面料的即期消费。

（三）对平顶山、许昌、漯河三城市居民家用电器消费意愿的调查

为了展望家用电器市场前景，3月初，我们在平顶山、许昌、漯河三城市中抽选了600户居民家庭进行了购买意愿调查。调查结果表明：

1. 普通耐用家用电器市场不容乐观。从被调查的三市共600户居民家

庭购买意向情况分析，近一时期内，普通耐用家用电器销路仍不乐观。在被调查的600户中，当前准备购买彩电的仅占3.8%，电冰箱占3.6%，洗衣机占4.7%，造成居民购买欲望不高的原因是多方面，从居民消费角度分析主要有以下几点：(1)74%的居民认为职工收入增长幅度趋缓，使居民购买力受到了限制。据三市住户调查资料，1999年三市职工平均工资为565.6元，年均增长7.1%，略高于上年年均增长速度。(2)46.8%的居民认为目前居民主要耐用家用电器已趋饱和。据三市住户调查资料，截止今年2月底，三市每百户居民家庭拥有彩电达89台、电冰箱95台、洗衣机92台、电风扇114台。加之耐用消费品使用寿命长的特征决定了居民一时难有新的购买行为。(3)37.5%的居民认为缺少适销对路优质名牌产品，从广大消费者心理看，名优特新产品将赢得广大消费者。(4)39%的居民认为近两年家电商品连续降价，以后还会继续降价，不少消费者持币观望，有期待再降价的心理。(5)61%的居民认为教育和医疗费用不断上涨，应该多储蓄一些钱供小孩将来上高中、上大学和用于防病，因而不愿在家用电器上有大的开支。

2. 大型家用电器冷中有热。随着居民家庭普通家用电器拥有量的稳步提高，人们对VCD、录像机和照相机等文娱家用电器消费也逐渐升温。据三市600户居民调查，近一时期内肯定或可能购买VCD的比重最高，占24.4%，录像机占18.4%，照相机占11.3%，形成大型家电市场冷中有热的局面。值得注意的是，在普遍家用电器淡销的同时，人们的眼光已开始转向名优新产品，“质次、价高、老面孔”的产品将被淘汰。在“您若具备经济条件而再有一次选择机会时，您准备选择什么？”一问中，80%的居民选择25吋以上数码彩电和数码照相机，77.2%的居民选择无氟大冰室冰箱；62.5%的居民选择全自动洗衣机。这些产品不仅可以满足新组建家庭“一步到位”的设想，也可以成为部分家庭的换代产品。

3. 小型家用电器前景广阔。与大型家用电器形成鲜明对照的是：家用淋浴热水器、抽油烟机、食品加工器等小型家用电器将保持良好的俏销势头。据600户居民购买意向调查表明，居民对这些小型家用电器兴趣渐浓，这些产品会越来越多地步入居民家庭。从不同收入家庭分组情况看，人们肯定或可能购买这些产品户数的比重具体见下表：

单位：%

品种	600户平均	人均月收入在 300元以下	人均月收入在 300~400元	人均月收入在 400元以上
淋浴热水器	25.8	19.0	26.7	41.7
抽油烟机	23.6	21.4	24.9	19.4
吸尘器	21.0	15.1	22.3	30.6
食品加工器	20.0	—	—	—
电烤箱	15.6	13.5	14.8	30.6
电脑VCD机	15.6	14.3	16.6	11.1

从上表可以看出，目前那些省时、省力，使居民生活更方便、更舒适的现代家用小电器正在涌入寻常百姓家。同时，随着家长更注重子女的智力投资，学习机、电脑VCD也将占领一定的市场份额。

综上所述，家用电器市场如何走出低谷？从市场营销看，企业应认真搞好市场调查，摸清城市家庭的真实需要，在此基础上研制开发新产品；从商业看，应以灵活、方便的服务取胜。

（四）河南省农村居民消费倾向分析

1. 消费倾向及其影响因素

消费倾向是指可支配收入中用于消费的比率，消费倾向可分为两种形式，即平均消费倾向和边际消费倾向。平均消费倾向是指总消费与总可支配收入的比率。边际消费倾向是指消费的增量和可支配收入增量和比率。一般来说，消费与可支配收入存在一种函数关系，随着收入的增加，消费相应增加。凯恩斯 (Keynes) 提出过一个著名的心理定律，即边际消费倾向会随着收入的增加而下降。扎德斯 (Zeldes) 的数值模拟结果支持了这一心理定律。根据他们的研究成果，高收入居民的消费倾向低于低收入居民，居民的消费倾向会随着收入的增长而降低，这也符合我国的实际情况。然而，许多学者的研究证实，消费倾向递减并不具有普遍的适用性。收入处于同一档次的不同社会阶层消费倾向具有很大差别，农户的消费倾向低于城市居民家庭的消费倾向。这是因为，影响消费倾向的因素有很多，概括起来有以下几种：

(1) 现实的可支配收入。根据凯恩斯的心理定律，消费与可支配收入之间存在着一种以经验为根据的稳定关系。由于城乡贫富差别的问题的存在，农民可支配收入远远低于城市居民，因而消费倾向也明显低于居民家庭。

(2) 持久性收入或收入预期的状况。米尔顿·弗里德曼于 50 年代在芝加哥大学首先提出持久性收入的假说。按照弗里德曼的观点，收入有两个部分组成：持久收入和暂时收入。其基本思路可以概括为：由于人们期望自己能够益寿延年，因此他们着眼于整个生命周期作出消费决策。持久收入并不是由预期寿命期间所挣得的收入构成的，它可被视为在各个年龄段的平均收入。弗里德曼认为，人们能够非常恰当地预见其寿命期内这些财富的流动量，并进而使自己的消费与持久收入相适应，而这种收入从长期来看是趋于稳定的。暂时收入是一种未曾料到的额外收入，即股票增值、彩票中奖及其他意外之财等带来的收入。正是消费与持久性收入的稳定关

系决定了消费与可支配收入的稳定关系。经济学家对持久收入假说的检验结果证明，消费者对不同类型的收入变动会作出不同的反应。如果收入的增加是永久性的，那么人们就可能会消费掉所增加的大部分收入。另一方面，如果收入的增加是具有明显的暂时性，那么，收入增加的相当大的部分就会被储蓄起来。

2. 河南省农村居民消费倾向偏低的社会学分析

(1) 转型时期制度不完善，农村居民承担了过多的社会义务。突出表现在农民负担比较重，加大了农民预期收入的不稳定。农村经济体制的改革涉及了经营制度的改变，确立了一种新的生产组织形式。但没有触动产权根本变革，土地的所有权依然虚化。虽然土地承包明确了集体资产在国家、社区、农户三者之间的对应关系，但并没有在此基础上建立起相应的分配制度，目前在分配领域所遵循的“交够国家的、留足集体的、剩下全是自己的”原则，本质上还是集体经济的分配形式。因为任何一个农民，不论你的生产成果是多少，社区政府都权通过提留、统筹和其他手段调节社区内劳动剩余的分配格局。农业税基本上是一个常数，所以说交够国家的并不是问题，但留足集体的却缺少具有法律效力的理化指标，它总是随着社区政府本身的经费需求，以及来自上层部门收费的多寡而变化，没有边界。尽管国务院一再三令五申，反复强调农民承担的农业税和“村提留、乡统筹”的费用不超过上年农民人均纯收入的5%，但农民负担过重的问题始终没有有效解决，且有愈演愈烈之势。根据我们对全省20个村的抽样调查，在高收入组中，58%的村人均交纳提留不超过人均收入的4%，其余的也不超过6%；而在最低收入组中，有20%的村级提留占人均收入的15%，加上其他税费，总负担突破收入的40%。在这种分配格局下，增大了农村居民收入分配不确定的风险。农民在总收入中由自己能够支配的收入都不能确定，在消费的选择上必然是节衣缩食。由此可见，因分配制

度的不合理，加剧了农民预期收入的不稳定，从而导致农民消费倾向的严重偏低。

(2) 农民并没有完全的生产经营自主权，政府的过多干预，使农民难以根据市场需求作出理性选择，增大了市场风险和预期收入的不稳定。现在不仅一些县乡政府经常干预农户的生产经营活动，连村级组织在农民面前也成了权力极大的家庭经营活动的干预者。从实际情况来看，地方政府和村级组织对农民生产经营活动的干预绝大多数都并不具有任何正当的理由，比如强迫农户种植某个农作物品种或使用某种要素投入，往往是为了兜售政府机构销售的种子或其他农业生产资料。林毅夫在《深化改革是解决当前农民问题的关键》（《经济研究》1998.11）一文中指出，近十几年来，国内外农业经济学研究取得了一个最重要的成就就是终于认识到，整日和土地打交道的农户是理性的，尤其是在温饱线上的农户，为了生存和改善生活，他们必然会对各种开支精打细算，对各种增加生产、增加收入的机会想方设法去掌握。农村经济和社会情况极为复杂，和农户不具有同等切身利益的政府很难和农户作出同等细致的计算和精明的反应，因此在农业生产经营方面并不比农户高明，试图干预农民家庭的生产经营活动是极不明智的。农户在一方面缺乏生产经营自主权，另一方面又要独立承担市场风险的情况下，收入预期必然是低而又不稳定的。

(3) 城乡差别使农村居民难以分享必要的公共服务，农村的基础设施建设、农村义务教育、农村医疗卫生服务等投资和费用，基本上由农户承担，由农村集体承担的部分大部分也是由农户负担的。越是经济不发达的地区，集体经济和非农产业越落后，各种公共服务的费用由农户承担的比例就越高。与此形成对照的是，城镇居民户在人均收入高于农户的条件下，享受着广泛和相对廉价的公共服务。我省农村义务教育、医疗等公共服务质量低、费用高，不仅使农村家庭增加了开支，影响了其它消费，而且公