



扩大农村消费 问题研究

主 编 · 高铁生 郭冬乐



中国社会科学出版社

扩大农村消费问题研究

主 编：高铁生 郭冬乐

编写组成员：安 毅 王成慧

张 青

❀ 中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

扩大农村消费问题研究 / 高铁生, 郭冬乐主编. —北京:
中国社会科学出版社, 2007. 10

ISBN 978 - 7 - 5087 - 1853 - 8

I. 扩… II. ①高…②郭… III. 农村市场—消费—研究—
中国 IV. F723. 83

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 156816 号

书 名: 扩大农村消费问题研究

主 编: 高铁生 郭冬乐

责任编辑: 袁美珍

出版发行: 中国社会科学出版社 邮政编码: 100032

通 联 方 法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: (010) 66051698 电传: (010) 66051713

邮购部: (010) 66060275

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京市后沙峪印刷厂

开 本: 203mm × 140mm 1/32

印 张: 6.75

字 数: 150 千字

版 次: 2008 年 1 月第 1 版

印 次: 2008 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 20.00 元

总序

生产、流通和消费是经济运行的基本环节。随着生产力的发展,商品量的日益丰富,流通和消费在经济增长的作用日益突出。对具有众多人口的中国广大农村来说,农村基本经营制度的变革和农业科技的应用,极大地解放了农业生产力,农产品产量不断增长。然而,农产品产量的增长并没有带来农民收入的同比增长,增产不增收的现象依然突出,进而影响了农民消费能力的提升。目前,影响中国经济结构优化和健康发展的主要因素是消费在国民经济增长中的贡献不高。其中关键是农民消费水平较低,占总人口近70%的农村人口,储蓄额仅占城乡居民储蓄总额的18%,社会消费品零售额仅占全社会的34.2%。同时,伴随着经济的增长和人们生活水平的提高,安全消费、放心消费已成为人们的首要选择,农产品质量和食品安全日益受到人们的关注,成为影响中国农产品出口贸易的关键因素。因此,提升农村商品流通效率,扩大农村消费,提高食品的安全水平,已成为解决我国“三农”问题,促进国民经济健康快速发展的必然要求。加强上述领域的研究也是一件十分必要且具有重要意义的事情。

商务部是主管我国国内外商业流通的部门。近年来,商务

部加大了农村市场体系建设的工作力度,适应统筹城乡经济发展、建设现代农业和社会主义新农村的要求,加快了农村市场体系建设步伐。在财政等部门的大力支持下,相继实施了“万村千乡市场工程”、“双百市场工程”,推动农村商业网点的现代化改造,扶持一批具有较强带动力的农村流通龙头企业,带动农村流通网络建设。截至2006年底,累计建设连锁化农家店26万多个,覆盖全国75%的县。通过“双百市场工程”的实施,每年将新增交易额500亿元,增加就业150万人,并使2亿城市居民吃上放心菜。根据《农村市场体系建设“十一五”规划》,到2010年“万村千乡市场工程”农家店将覆盖75%以上的县,初步形成以乡村零售网点为基础,以大中型批发市场和连锁配送中心为骨干,以各类农村流通合作经济组织和大中型农村流通企业为主体的农村市场体系。

农村经济社会发展日新月异,对农村商业工作的指导离不开理论的支撑和对实际问题的深入研究。为此,商务部市场建设司和家乐福(中国)食品安全基金会委托长期从事农村商品流通研究与实践方面的人员,就我国农副产品批发市场发展战略、流通领域食品安全以及扩大农村消费问题进行了研究,形成了《我国农副产品批发市场发展战略研究》、《我国流通领域食品安全市场准入体系研究》和《扩大农村消费问题研究》三份研究报告,在此基础上,经过修改形成了两本著作。

《我国农副产品批发市场发展战略和食品安全市场准入体系研究》一书,包含了两个方面的内容。我国农副产品批发市场发展战略研究部分,系统分析了我国农副产品批发市场发展的宏观背景、现状、特点和影响因素,对比研究了国外批发市场的发展实践与主要经验;在此基础上提出了我国农副产品批发市场发展战略,包括战略的指导思想、指导方针、总体战

略框架、主要目标、具体目标、战略重点、战略实施以及外部支持措施等。食品安全市场准入体系研究部分，分析总结了我国流通领域食品安全现状、相关法律、法规与政策、安全标准体系，对比分析了国内外食品流通的特征与模式；阐述了食品安全市场准入制度现状及执行中存在的问题，国外食品安全市场准入制度的建立及流通领域食品安全管理经验，最后提出了我国流通领域食品安全市场准入体系。

《扩大农村消费问题研究》一书回顾了西方消费理论，分析了我国农村消费的历史变动趋势和现实中存在的主要问题，以及制约我国农村消费增长的主要因素，比较研究了其他国家或地区发展农村消费的政策措施、经验与启示，最后提出了扩大农村消费的基本思路与政策建议。

这两本书是一个有机的整体，分别从农村流通和消费两个领域着手，紧紧扣住了当前农村市场体系建设的中心，抓住了中国“三农”问题的关键环节。该研究成果的问世得益于我国蓬勃发展的农业和农村经济，得益于党中央、国务院对流通工作尤其是农村流通工作的重视。该研究成果具有较强的现实性、针对性和实践指导意义。希望他们能为从事农村流通、消费和食品安全领域研究的专家、学者和实践工作者，提供有益的参考，为中国的“三农”事业，为社会主义新农村建设做出应有的贡献。

常晓村

2007年12月

前言

经过改革开放后近 30 年的发展,我国已经完全摆脱了短缺经济的束缚,市场环境由卖方市场向买方市场转变,出现了主要消费品相对供过于求的经济发展局面。与这种局面相伴随的是,经济中也出现了一些不利于发展的因素,如储蓄率过高,消费率偏低,消费对国民经济增长的拉动作用减弱等。尽管国家非常重视消费需求在经济增长中的拉动作用,先后采取了一系列调控措施,用以扩大国内需求,启动消费市场,优化投资、外贸、消费在经济增长中的贡献率结构,但是整体效果远不理想。其中的原因是多方面的,各因素之间的相互作用关系也非常复杂。其中一个非常关键而紧迫的问题是,农村消费市场发展缓慢,制约农民消费水平的因素众多。

我国目前有 7.45 亿农村居民,大约占全国总人口的 57%。单就此而言,农村居民消费就是整个农村经济中一个非常重要的组成部分,也构成国民经济系统中一个至关重要的子系统。因此,农村消费市场的繁荣发展,直接影响着整个经济的健康运行。据估计,农村每实现 1000 亿元的消费,将对中国经济产生 2356 亿元的消费需求。但是,我国长期以来一直采取侧重发展城市和工业的经济政策,农村经济为此做出了巨大牺牲,农村消费体系也因此处于相对落后状态。农村消费体

系的要素构成不健全,农民消费水平相对较低且发展极不平衡。如果按照可比价格计算对比收入和消费的绝对数(这里不考虑消费品质量结构),可以发现,在收入方面,农村居民比城市居民最少落后10年左右,在消费方面则最少落后20年左右。如果把农村居民的绝对消费水平提高到城市居民20世纪90年代中前期消费水平,明显将极大地拉动我国经济的持续增长和全面发展。

进入21世纪以后,我国社会经济开始进入新的发展阶段,努力繁荣农村经济、有效扩大农村消费,成为今后很长一段时期的重要政策取向。一些重大形势变化对扩大农村消费、繁荣农村经济提出了新的要求。这些新形势和新要求包括:中国加入世界贸易组织,国内经济与国际经济逐步融合,利益格局面临重新分配和调整;我国人均GDP进入1000~3000美元新的发展阶段,正在向全面完成“三步走”战略目标快速前进;党和国家提出全面建设小康社会和建设社会主义新农村的宏伟目标;城市化进程加快、农民外出务工和农村人口老龄化造成农村人口结构正面临全新的调整。这一系列的条件变化,对于依然是一个农业大国的中国来说,提出了一系列新的要求,即如何依据消费规律,提高农民消费水平、优化农村消费结构、净化消费市场环境、发掘农村消费潜力、扩大农村消费规模。应该清楚地认识到,改善农民生活质量,提高农民消费水平,扩大农村消费规模,不是一个权宜之计,而是需要长久应对;不是一个简单问题,而是一个复杂系统。提高农民消费水平,繁荣农村消费市场,应该放置于更长远、更广阔的视野中,应该和全面实现小康社会目标、建设社会主义新农村、统筹城乡社会经济发展等紧密联系的发展战略联系起来。惟其如此,才能对扩大以及如何扩大农村消费具有客观、正确的认识。

为了方便厘清研究思路,本报告概述了西方消费理论的要
点及其对研究我国农村消费问题的指导意义和不足之处。在此
基础上,通过回顾我国农村消费的历史变动趋势和总结现实当
中存在的主要问题,本研究提出扩大农村消费需要各项政策的
衔接和配合。

第一,最关键、最基础的问题是:如何建立农民持续增收
的长效机制,提高农民购买能力。农民收入水平是否合理,能
否持续增长,对于制定消费政策具有决定性的意义。各项发展
和扩大农民消费的政策必须以此为参照予以制定,不能脱离
实际。

第二,扩大农村消费应该针对面临问题和发展趋势做好各
方面的配套工作。主要包括:继续深入推进农村经济体制改
革,根据条件加快建立农村人口的社保与医疗卫生体系,稳定
农民支出预期,扩大即期消费;积极创造条件,因地制宜地推
进农村生活基础设施建设,改善农村居民的生活消费环境;改
革创新农村金融服务体系,满足农村生产和生活对金融资金需
求,防止生产资金缺乏对生活消费资金过度挤压。

第三,需要根据我国经济发展所处阶段以及农村经济和农
民消费自身特点,采取恰当措施促进农村消费结构的转换和升
级,提高农村居民消费的商品化率,努力开拓新的农村耐用品
市场,不断形成新的消费点,以此扩大农村消费规模,提升农
村居民消费水平。在发展新的消费点时,不能忽视消费安全,
应注意以发展连锁配送方式为基础,建立高效的农村食品安全
监管、应急体系。

第四,需要特别提及的是城市化、农民外出务工和老龄化
问题。这三个因素使得农村的实际消费群体在未来15~20年
发展巨大变化。这个变化究竟会对农民生活消费乃至整个农村

社会经济产生多大变化，是今后国家制定政策时必须严密关注的重大问题。

第五，考虑到我国市场体系发育滞后，流通环节存在诸多问题等因素，因此在我国扩大农村消费的政策体系中特别需要注意的一点是，如何整合现有农村流通体系，培育现代流通组织，降低流通成本，扩大农村消费。这一点是我国农村消费领域面临的一个重要问题。

目 录

前 言	(1)
-----------	-----

第一部分 消费理论的核心内容评述	(1)
------------------------	-----

一、凯恩斯学派：绝对收入的消费理论和

消费函数	(1)
------------	-----

二、杜森贝里的相对收入消费理论	(3)
-----------------------	-----

三、莫迪里安尼的生命周期消费理论	(4)
------------------------	-----

四、弗里德曼的持久收入消费理论	(6)
-----------------------	-----

五、理性预期消费理论	(8)
------------------	-----

六、储蓄与消费替代理论的新进展	(9)
-----------------------	-----

七、其他理论：影响消费的其他因素	(11)
------------------------	------

八、耐用品消费和需求理论	(13)
--------------------	------

九、西方消费理论对研究我国农村消费市场的 启示与不足	(15)
-------------------------------------	------

第二部分 我国农村消费发展现状与主要问题	(19)
----------------------------	------

一、我国农村消费水平的变动过程	(19)
-----------------------	------

二、我国农村消费结构的变化过程	(27)
-----------------------	------

三、我国农村消费存在的主要问题	(30)
-----------------------	------

第三部分 制约我国农村消费增长的主要因素	(45)
一、农民收入增长缓慢及收入差距扩大的影响	(45)
二、农村社会保障与医疗卫生事业落后的制约	(50)
三、农村人口结构变动制约	(52)
四、农村生活消费基础设施落后的影响	(55)
五、流动性约束	(56)
六、消费行为与消费心理制约	(60)

第四部分 韩国发展农村消费的政策措施与 启示	(63)
一、韩国农民收入水平和消费现状	(63)
二、韩国发展农村经济、扩大农村市场和消费的 政策措施	(66)
三、几点启示	(81)

第五部分 美国、日本和我国台湾地区发展农村 消费的经验与启示	(85)
一、美国农村消费:现状与发展经验	(85)
二、日本农村消费:现状与发展经验	(92)
三、我国台湾地区农村消费:现状与发展经验	(96)
四、简要总结	(105)

第六部分 扩大农村消费的基本思路与政策 建议(上)	(107)
一、建立农民持续增收的长效机制,提高农民 购买力	(107)
二、加快农村人口社保与医疗卫生体系建设,	

稳定支出预期,扩大即期消费	(126)
三、提高公共服务水平,改善农村生活基础	
设施	(134)
四、改革金融服务体系,解决流动性约束	(143)
五、建立有效的食品安全应对机制,提高农村	
居民整体消费水平	(149)
六、开拓农村耐用品市场,多方促进农村消费	
结构升级	(153)
七、关注特殊群体消费,改善其消费水平	(158)
 第七部分 扩大我国农村消费的基本思路与政策建议(下)	
——培育农村现代流通体系,扩大农村	
消费	(159)
一、我国农村流通体系建设中存在的主要问题	(160)
二、建设顺畅安全的农村现代流通体系,促进农村	
消费增长	(173)
 后 记	(197)
家乐福(中国)食品安全基金会简介	(199)

第一部分 消费理论的核心内容评述

近几十年来,消费函数理论一直是经济学家关注和研究的重点领域,关于消费行为的理论研究和实证分析可谓数不胜数。西方宏观经济理论对居民消费行为的核心研究内容主要是集中在收入与消费—储蓄关系方面,其演进过程是:由当期消费扩展到跨期消费,由确定性条件下的消费扩展到不确定性条件下的消费,由较宽松下的预算约束扩展到较严格条件下的预算约束。其中最主要的消费理论有:凯恩斯的绝对收入假说和杜森贝里的相对收入假说,弗里德曼和莫迪利安尼分别提出的永久收入假说和生命周期假说,霍尔提出的随机游走假说,以及以预防性储蓄假说和流动性约束假说为代表所引发的大量相关经验理论与假说。

一、凯恩斯学派:绝对收入的消费理论和消费函数

在凯恩斯学派中,消费和收入之间的关系显得极为重要,甚至处于理论中心地位。凯恩斯认为,居民家庭收入对消费具有决定性意义,并提出一条基本心理规律:一般而言,随着收入的增加,人们将增加消费,但消费的增加不及收入增加的那

样多。

在凯恩斯的消费理论中有两个非常重要的基础性概念：边际消费倾向（MPC）和平均消费倾向（APC）。边际消费倾向是指增加的消费与增加的收入的比率。平均消费倾向则是指任何一个收入水平上的消费支出在收入中的比率。

凯恩斯理论提出：（1）就长期而言，边际消费倾向和平均消费倾向均呈现递减特点，因此，随着收入的增加，人们的新消费减少，投资部分开始增加；（2）边际消费倾向始终低于平均消费倾向；（3）由于消费增量只是收入增量的一个部分，因此边际消费倾向总大于0而小于1，相比之下，平均消费倾向则可能大于1、等于1或者小于1；（4）消费倾向具有反周期变动，边际消费倾向在衰退时高于长期趋势，在繁荣时低于长期趋势。

凯恩斯还列出了影响边际消费倾向的各种主观因素和客观因素。

客观因素是：（1）价格变化，消费与其说是货币收入的函数，在某种意义上不如说是实际收入的函数；（2）总收入和净收入之差的变化；（3）资本的意外受益和损失；（4）实际利率的变化；（5）财政政策的变化；（6）收入预期的变化。

导致储蓄而不是消费的主观因素是：（1）预防性（谨慎性储蓄）；（2）将来的收入和支出之间的不平衡（如在退休时）；（3）实际利率动机；（4）享受逐渐增加的支出；（5）享受独立的感觉；（6）能够利用将来的金融或实物投资的机会；（7）为后人遗留财产；（8）“吝啬”。

凯恩斯理论提出，如果消费和收入呈线性关系，则消费函数可以表示为： $C = \alpha + \beta y$ 。式中， α 表示必不可少的自发消费， β 为边际消费倾向， βy 表示收入引致消费。凯恩斯的消

费函数中消费和投资具有明显的替代关系,而且这种替代关系非常稳定。

凯恩斯绝对收入假说认为,假定不存在不确定性和流动性约束,消费者即期实际收入决定消费支出,并且居民边际消费倾向遵循递减规律。依照凯恩斯的宏观消费函数,消费由目前可动用收入决定,没有考虑个人对预期收入或对消费的时间偏好。因此,尽管凯恩斯的这种绝对消费理论和消费函数提出后,被其很多支持者用横截面资料进行了证实,但是在某些方面或者某些情况下也被证明并非是金科玉律。例如,西蒙·库兹涅茨研究认为美国 1869 ~ 1938 年之间,平均消费倾向并没有随收入的上升而稳定下降,而是相对稳定。再如,二战以后消费呈现不规律性,消费倾向并没有出现反周期变化。

以上说明,尽管凯恩斯的决定消费理论为我们研究经济问题奠定了重要的基础,但是问题远未结束。研究消费问题应该从更多的因素予以综合考虑。

二、杜森贝里的相对收入消费理论

在凯恩斯之后,杜森贝里从消费者行为的分析和设定入手,提出了相对收入假定消费函数。杜森贝里提出两个基本结论:第一,与绝对消费水平相比,消费者更关心自己与他人相比的相对消费水平。对于收入水平低于平均消费水平的人,其消费在收入中所占比例较高。反之亦然。这样,收入水平越高的人,平均消费倾向越低;收入水平越低的人,平均消费倾向越高。第二,现期消费不仅受现期最高消费水平的影响,而且还受到消费者本人以前曾经达到的最高消费水平的影响,即消费具有不可逆性。

根据消费和储蓄的关系，杜森贝里提出的消费函数是：

$$C/Y = (1 - \alpha_0) - \alpha_1 Y/Y'$$

当收入沿着趋势增长时，从前的高峰收入总是上一期的收入，因此 Y/Y' 就等于 1 加上实际收入增长率，两者之和是一个常数。因此，平均消费倾向保持不变，在长期中边际消费倾向等于平均消费倾向。但是在短期内，实际收入围绕长期增长趋势上下波动，消费在收入中所占的比例将随着收入的波动反向波动。将杜森贝里消费理论的短期分析和长期分析结合起来，就可以得出消费函数中著名的“棘轮效应”，即短期消费函数趋向像棘轮一样，对消费的下降起着阻滞的作用。

但是，需要注意的是，由于经验研究上的严重欠缺，以及与理性选择理论的假设不一致，这一理论现在已经不再受到更多关注。

三、莫迪里安尼的生命周期消费理论

凯恩斯的消费理论更多强调的是，人们在特定时期的消费是与他们在该时期的可支配收入相联系的。与此不同，莫迪里安尼则提出，人类的消费行为并不仅仅与现期收入有关，而总是会在更长的时间范围内计划生活消费支出，以达到整个生命周期内消费的最佳配置。为实现一生消费效用的最大化，一个人会尽可能使其一生消费保持相对稳定。因此，从总体上说，在一生中，虽然收入不稳定，但消费却相当稳定。

生命周期消费理论的宏观经济含义是，如果忽略遗赠，储蓄和资产积累的存在仅起到把购买力从一个时期传递到另一个时期的作用。根据生命周期消费理论，可以得出储蓄率长期恒