

上册

中册

● 下册

广东省

优秀统计分析报告选编

1999—2007

广东省统计局

广东省优秀统计分析报告选编
(1999 - 2007 年)
(下册)

广东省统计局编

二〇〇八年四月

编者说明

对国民经济和社会发展情况进行统计分析，提供统计资料和统计咨询意见，是统计的基本任务之一。近十年来，各级统计部门精心组织，统计人员用心血和汗水凝成一篇篇统计报告，可供各级统计人员互相借鉴、共同提高。这里，我们精选了1999-2007年度各级统计局部分获奖统计分析报告，编成《广东省优秀统计分析报告选编（1999-2007年）》，并附录2006-2007年度全国部分优秀统计分析报告。

《选编》分上中下三册，上册编入1999-2002年度省统计局获一、二等奖优秀统计分析报告；中册编入2003-2007年度省统计局获一、二等奖优秀统计分析报告；下册编入1999-2007年度全省市、县（区）统计局获一等奖优秀统计分析报告并附录2006-2007年度全国获一等奖优秀统计分析报告。这些报告能围绕各阶段各级党政领导关心的热点、重点、难点问题展开分析，充分利用各种统计资料和相关信息，以进度分析、专题分析、调研报告等多种形式，运用各种现代分析方法和技巧，比较客观、准确地揭示了社会经济运行态势和发展规律，为各级党政领导决策提供了充分的依据和大量有价值的咨询意见。许多认识、观点和建议被决策部门采纳，不少文章还被刊在国家和省级各种刊物上。

限于篇幅，我们对一些人编文章的内容和图表做了删节。为统一编排格式，也对一些文章的体例进行了调整，不妥之处，敬请作者与广大读者见谅。

2008年4月

《广东省优秀统计分析报告选编（1999 - 2007 年）》

编辑工作人员

主 编： 幸晓维

副 主 编： 欧卫东 彭启鹏 林万洲 刘永成 罗 永

编辑部主任： 邱 俊 钟森宏

编辑部副主任： 杨慧芳 王文森 马建强

责 任 编 辑： 曾文棣

编辑工作人员： 郭华溢 李琳燕 邹志敏

目 录

1999 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

开拓农村市场的对策研究	广州市统计局课题组	1005
关于东莞工业经济跨世纪的思考	吕琦元	1018
肇庆迈向现代化的战略性思考	黄春明	1036
关于揭阳工业“一片小”的研究	郑旭亮	1053
广州中心城市功能的发展和对策研究	广州市统计局课题组	1059

2000 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

我国加入 WTO 对广州经济发展的影响和对策研究	广州市统计局课题组	1075
以第三产业为龙头 推动我市经济“起飞”	黎忠佐	1090
对梅州市经济发展差距的认识和思考	蔡宣洲	1103
历史的飞跃		
——深圳建市 20 年来的经济总量及结构分析	杨昌斌	1108
东莞工业行业结构发生可喜变化	吕琦元 钟锦漩	1113

2001 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

激励民间投资的对策研究	广州市统计局课题组	1129
把握入世时机 增创广州工业新优势	叶荣基 杨红慧	1138
江门市民营经济发展的思考	苏建辉	1153
清远农业的根本出路在于产业化	黎忠佐	1165

2002 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

调整优化结构 促进工业发展

——广州工业经济结构调整研究	杨红慧 叶荣基	1179
“三农”：一个不可忽视的问题		
——潮阳市 100 个村（居）的调查	刘岳金 郑文奇 林惜丰等	1191
清远县域经济实证分析	黎忠佐 易利平	1203
珠海人口特征与率先实现现代化的关系研究	赵来忠	1216

2003 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

穗沪杭苏综合经济实力比较研究	广州市统计局课题组	1231
耕耘后花园 展望新清远		
——对清远市经济分布现状、问题及对策的研究	张定东	1250
东莞市机械制造业发展战略调研报告	吕琦元 李向阳	1266

2004 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

广州与环渤海地区主要城市经济发展比较研究	广州市统计局课题组	1281
新型移民城市人口与社会问题		
——深圳市面临的机遇与挑战	孔爱玲	1303
借 CEPA 东风 促江港澳经济合作		
——江门 CEPA 第一阶段实施情况分析 & 下一阶段建设对策	苏建辉	1310
跨越新世纪 跃上新台阶		
——1999 - 2003 年东莞经济社会发展综述	吕琦元 钟锦漩 邵 勇	1323

2005 年度、2006 年度广东省市、县（区）统计局 优秀统计分析报告

消费：建设“和谐深圳”和“效益深圳”的助推器	邓 平 李俊文	1335
------------------------------	---------	------

凤凰涅槃 浴火重生

——清远赶超全国经济发展水平探讨	陈土清 黎忠佐	1345
十年奋斗铸造辉煌 追求卓越仍需努力		
——阳江五金刀剪产业竞争力研究报告	陈庭伟	1356
广州与国内主要城市第三产业发展研究	广州市统计局课题组	1368

2007 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告

发展与选择

——东莞现代化探索之路	冯 坚 邵 勇	1389
广州市城市居民消费行为与生活质量研究	余家荣 郑雪梅 王晶莹等	1398
清远工业化 风正一帆悬	吕健盛 黎忠佐	1418
亟待提升的朝阳产业		
——宝安区服装制造业发展现状调研报告	李庆扬 吴宜章 周方舟等	1429
特区经济发展对珠海的启示	王秀英	1442

2006 年度国家统计局优秀统计分析报告

强力打造服务业增长极

——区域服务业与城市化互动发展研究	河北省统计局	1451
科技创新与经济增长方式转变		
——江苏人均 GDP 达 3000 美元后的发展路径选择	江苏省统计局	1464
依托资源优势 构筑腾飞之基		
——新疆优势特色产业发展之路	新疆维吾尔自治区统计局	1476
奥运投入与北京经济发展投入产出分析	北京市统计局	1496
海峡西岸：机遇 挑战 崛起		
——对福建经济发展规律的探求与思考	福建省统计局	1507

2007 年度国家统计局优秀统计分析报告

隆起带与增长点

——打造沿海强省隆起带的战略构想	河北省统计局	1517
科学发展与民生问题纾解		
——江苏富民优先发展目标的实践和思考	江苏省统计局	1530
“后追赶亚洲四小龙时期”广东经济发展思考	广东省统计局	849
激活支撑作用 提升辐射功能 构筑湖北“促进中部地区崛起的重要战略支点”	湖北省统计局	1541
上海与北京第三产业发展比较研究	上海市统计局	1558

开拓农村市场的对策研究

课题组

改革开放以来，我国经济持续快速发展，经济总量不断增加，市场商品供求状况发生了根本性的变化，由短缺经济下供不应求的卖方市场，转变为城乡居民收入水平较低条件下、产品相对过剩的初级买方市场。加上近年来受亚洲金融危机影响，我市商品出口的主要市场——亚洲市场需求明显萎缩，商品出口难度加大，造成部分生产厂家开工不足，产品库存增加。这种供求关系的失衡成为制约当前经济发展的一个主要因素。在目前的经济发展阶段，由于城镇居民的基本消费需求已趋于饱和，尚处于对住、交通工具等消费需求积蓄和转化阶段；而在农村，因为人口众多，大多数农村居民生活正处于由温饱型向小康型过渡阶段，部分农民则处于小康向富裕生活过渡阶段，消费需求的增长空间广阔。因此，要确保国民经济的持续、稳定、健康发展，一是要大力发展高新技术产业，不断提高其在经济增长中的份额和作用；二是要对原有的产业结构进行有效的调整和改造，在扩大内需方面，宜把重点放在开拓农村市场上。

一、我省农村市场的发展变化和特点

建国以来，我省农村市场的发展经历了三个阶段：一是改革开放前，农村居民收入和消费水平都比较低，1978 年全省农村居民人均纯收入和生活

消费支出分别只有 193 元和 184 元。仍有相当数量的农村居民尚未解决温饱问题，购买力十分低下。二是进入 80 年代，随着农村经济迅速发展，农村居民生活水平得到明显的提高。1990 年全省农村居民人均纯收入和生活消费支出分别为 1043 元和 933 元，与 1980 年相比，10 年间平均每年增长分别为 14.29% 和 15.43%。这一时期的农村居民购买力迅速提高，其消费行为带有补偿性的特征，带动农村市场形成和发展。同期全省农村社会消费品零售总额和农村集市贸易成交额平均每年增长分别为 15.22% 和 22.66%。三是 90 年代，农村居民收入呈稳步增长态势。1998 年全省农村居民人均纯收入和生活消费支出分别为 3527 元和 2683 元，与 1990 年相比，8 年间平均每年增长分别为 16.45% 和 14.12%。在这段时期，国民经济快速发展，社会商品丰富，市场供求基本平衡，农村居民消费行为逐步趋向成熟。与此同时，农村市场进入了稳步发展阶段。1998 年全省农村集贸市场增至 3362 个，比 1990 年增长了近三成（28.32%），平均每年增加约 93 个，农村社会消费品零售总额和农村集市贸易成交额平均每年增长分别为 20.42% 和 22.54%。

综合各方面的情况分析，全省农村市场主要有如下几个特点：

（一）农村居民整体生活水平开始由小

编者注：本文获 1999 年度广东省市、县（区）统计局优秀统计分析报告一等奖。

康向富裕生活迈进，增加消费的潜力

按国家统计局制定的小康标准，经省有关部门测算，我省农村居民的整体生活已基本达到了小康水平，表明农村居民的收入和消费水平开始进入到一个新的阶段。近几年来，我省农村居民的收支节余率均保持在 17% 左右，说明农村居民沉淀了相当数量的购买力。据本次农户问卷调查资料，截止今年上半年末，有六成多的农村居民家庭（60.34%）拥有的储蓄总额（包括有价证券）在 5000 元以上，其中储蓄总额在 1 万元以上的占 42.76%，5 万元以上的占 10%。这意味着不少农村居民家庭已经具备购买一些大件商品的条件。另从城乡居民的收入水平比较来看，扣除价格方面的因素，目前我省农村居民的收入水平已接近 1989 年全省城市居民开始进入主要耐用消费品需求旺盛阶段的收入水平（年人均可支配收入为 2108 元），综合城乡居民的收支水平、储蓄存款、消费结构、耐用消费品拥有量等多方面的比较，全省农村居民与城市居民消费水平相差估计为 10 年左右，其中我市为 5 年左右（从化市的差距要大一些）。对照城市居民收入与生活消费需求的变化轨迹，以及农村居民目前的收入与家电价格的比值高于城市居民家电加速普及期间的比值，表明我省农村居民将进入耐用消费品迅速普及时期，预示着农村市场前景十分广阔。

（二）基本生活资料消费比重下降，发展性、享受性生活资料需求明显增加

随着农村居民收入的增加，生活条件的改善，我省农村居民消费需求和消费结构发生了明显的变化。一是在生活资料消费支出中，食品支出所占比重下降。1990 年全省农村居民食品类支出占生活资料消费支出的比重为 57.71%，至 1998 年下降为 51.08%，下降了 6.03 个百分点。二是随着生活水平的提高和生活节奏的加快，农村居民的通讯和通讯类支出大幅增长。1991 - 1998 年平均每年增长

33.08%，居八大类消费支出增幅之首。三是文化教育娱乐用品和家庭设备、用品消费支出保持较快的增长速度，1991 - 1998 年平均每年增速分别为 21.50% 和 15.46%。表明农村居民在基本解决了衣食需求后，开始追求精神上享受。四是住房支出增速放缓。1991 - 1998 年农民年均住房支出增速仅 11.71%，比 1980 - 1990 年的年均增速下降了 4.26 个百分点。五是耐用消费品拥有量增加，档次提高。1991 - 1998 年，每百户农村居民家庭的洗衣机、摩托车和彩电拥有量平均每年增长分别为 21.5%、44.0% 和 24.2%。1998 年末每百户农民家庭拥有的主要耐用消费品为：电冰箱 11.02 台、洗衣机 20.27 台、彩色电视机 55.43 台、摩托车 34.02 辆。生活水平较高的近郊农民大多数用上了电话，开始购置电脑、空调器；少数富裕起来的农民把下一步购物目标瞄准了小汽车。六是自给性消费（指农民生活消费中，由自己生产提供的部分）下降，货币性消费上升。农村商品经济的发展壮大，带动农村居民货币消费水平的提高。我市农村居民生活消费中货币性消费所占的比重由 1990 年的 71.22%，提高到 1998 年的 89.85%，上升了 18.63 个百分点。

（三）农村居民收入水平差距较大，消费水平差别明显

由于我省各地经济发展不平衡，不同地区农民的收入水平差别较大。1998 年人均纯收入在 5000 元以上的地区有深圳市、广州市、东莞市、佛山市；4000 - 5000 元的地区有中山市、汕头市；3000 - 4000 元的地区有江门市、珠海市、韶关市、梅州市、惠州市、汕尾市、阳江市、湛江市、茂名市、肇庆市、潮州市、揭阳市和云浮市；3000 元以下的有河源市和清远市。最低收入地区农民的人均纯收入仅为最高收入地区的 32.53%。从问卷调查资料看，今年上半年末累计，在高收入地区中，家庭储蓄总额在 1 万元以上的占 63.33%，比中、

低收入地区分别高出 18.89 个、53.33 个百分点，其中有 15% 的家庭储蓄总额达 5 万元以上。而在低收入地区的家庭中，储蓄总额不足千元的占了 30%。此外，从平均每百户不同收入水平农村居民家庭耐用消费品拥有量看（见下表）：

名称	单位	高收入地区	中收入地区	低收入地区
1. 自行车	辆	214	207	169
2. 电风扇	台	501	356	296
3. 彩色电视机	台	98	67	45
4. 洗衣机	台	85	54	18
5. 电冰箱	台	77	50	9
6. 摩托车	辆	33	98	43
7. 电话	部	83	62	45
8. 空调器	台	11	11	1
9. 热对对对水器	台	73	50	15
10. 电脑	台	5	1	0

（注：本次调查的广州市白云区和番禺市、中山市、顺德市为高收入地区，广州市的增城市和花都市、江门市为中收入地区，广州市的从化市、梅州市、韶关市为低收入地区）

除自行车、彩色电视机差别较小外，其余的差别均比较明显。高收入地区的农民除电脑、空调器等拥有量较小外，主要耐用消费品拥有量已达到较高的比例；中收入地区农民家庭开始进入对洗衣机、电冰箱、电话、热水器等消费需求旺盛期；而低收入地区的农民除自行车、电风扇、彩色电视机的拥有量较高外，其余的仍比较低。

（四）农村市场建设远落后于城市，商品销售额所占比重下降

改革开放以来，农村市场建设有了较大的发展，但较之城市市场的发展却大为逊色。主要原因是农民解决温饱到迈向小康用了较长的时间，而城市居民较早地步入了小康并开始向富裕迈进。从广州市的情况来看，1979 年全市农村拥有商品交易市场 75 个，到 1998 年增加至 182 个，增长了 1.43 倍，平均每年增加不到 6 个市场；而同期城市的市场由 66 个增加到 808 个，增长了 11.24 倍，平均

每年增加 39 个市场。1998 年农村商品贸易市场成交额为 63.03 亿元，比 1979 年增长了 76.7 倍，平均每年增长 25.74%，比城市商品交易市场成交额年均增长 41.01% 低 15 个百分点。相应地，农村市场成交额所占比重也由 1979 年的 63.8% 下降到 1998 年的 16.6%。下降了 47.2 个百分点。

（五）农村居民购物从众、趋同，国营、集体商店原有的优势逐步消失

农村市场的发展，可供农村居民选择的购物场所和商品明显地胜于以往，农民以其独特的方式了解、选择市场和商品。从农村居民获知商品信息的途径来看，据问卷调查显示，农村居民获知商品信息途径主要是电视广告、亲戚朋友介绍和报纸杂志广告宣传等，这与城市居民获知商品信息的途径相差不大。但由于农民的经济能力不高，因而购物比较注重价廉、实用，在购物前往往要征询邻居、亲戚和朋友对商品的评价，消费示范作用特别

明显，因此全村大部分农户购买相同牌子产品的情况并不鲜见。

从农村居民选择购物的场所看：首选是个体私营店，其次是专卖店（主要是购买农药、化肥），第三是国营百货店，居第四、五位分别是供销社和自由市场。人们普遍认为国营、集体商店虽在商品质量上有保证，但在购物方便、服务周到、品种齐全、平价商品多、营业时间长等方面却无法与个体私营店抗衡。近几年来，大多数农村居民购买农资到农技站，购买日常生活用品到个体店。究其主要原因：一是方便，服务周到，边营业边介绍商品的性能、优点；二是经营手法灵活多变，商品价格可以随行就市进行议价购买；三是营业时间普遍较长。

二、农村市场的发展前景

(一) 农村居民消费需求意向

农村市场集中了我国最大的消费群体，任何商品的普及率只要提高 1 个百分点，就可增加上百万的需求量。目前全省和全市的农村（乡镇）人口分别为 5645 万和 300 万人，农村乡镇户数分别达到 1320 万户和 82.5 万户。只要农民收入能保持一定幅度的增长，就可提高农村居民的购买力，拓宽商品进入农村市场的大门。近几年来，虽然受多种因素的影响，农村居民收入增幅减慢，但总体上仍保持继续增长的态势。据农户问卷调查资料统计，预计今年收入增加及持平的家庭占 67%，而认为收入有所减少的占 33%。今年农村居民家庭打算在生产经营方面比上年增加投资的有 27%，比打算减少生产经营投资的家庭高出 10 个百分点；在生活消费支出方面，打算比上年增加支出的家庭有 37%，比打算减少支出的家庭高出 18 个百分点。表明随着农村居民收入的稳步增长，农村市场消费需求亦将保持继续增长的势头。

近期农村居民准备增加消费支出的重点项目问卷调查结果

(%)

项目	调查总体		高收入地区		中收入地区		低收入地区	
	比重	排序	比重	排序	比重	排序	比重	排序
子女教育投资	33.4	1	21.8	4	34.4	1	50.0	1
食品（含在外饮食）	25.2	2	30.8	1	15.6	10	27.5	2
衣着及床上用品	24.5	3	25.0	2	24.4	5	23.8	3
家具	21.0	4	22.5	3	21.1	7	18.8	6
生产经营投资	20.3	5	13.3	10	27.8	3	22.5	4
储蓄、购买债券	19.0	6	15.8	6	31.1	2	10.0	11
彩电等视听用品	18.3	7	15.0	7	18.9	9	22.5	4
装修住房	16.6	8	10.0	13	24.4	5	17.5	7
冰箱等家电用品	16.2	9	17.5	5	25.6	4	3.8	13
建房	14.8	10	10.8	12	20.0	8	15.0	8
交通运输工具	14.1	11	14.2	8	14.4	11	13.8	9

（续上表）

项目	调查总体		高收入地区		中收入地区		低收入地区	
	比重	排序	比重	排序	比重	排序	比重	排序
烟、酒及饮料	10.7	12	12.5	11	6.8	12	12.5	10
电脑及通讯工具	9.0	13	14.2	8	6.7	13	3.8	13
旅游	4.1	14	5.0	15	5.6	14	1.3	15
参加技术培训	3.4	15	5.8	14	1	15	3.8	13

从整体上看，在农民打算增加支出的项目中，首推是增加教育方面的支出：占 33.4% 的家庭表示会增加子女教育支出；居第二、三位的是食品、衣着及床上用品，分别有 25.2%、24.5% 的家庭有此意向。有意向增支的家庭占调查总数在 20% 以上的项目还有家具、生产经营投资两个项目。此外，有意增支的家庭所占比例在 10 - 20% 之间的项目共有 7 个，不足 10% 的有 3 个。值得注意的是，农民家庭已经把增加对孩子的教育投资放在突出的位置，只要收入有增加，就有这方面强烈的倾向。这点与城市居民家庭的消费倾向是基本一致的。

（二）不同收入水平农村居民增加消费支出的意向

由于高收入地区农民基本解决了住房问题，耐用消费品已趋于饱和，因此不少的家庭（占 30.8%）把增加保健、营养食品和外出餐饮消费作为增支的主要项目，居第一位；居第二、三的项目是衣着和床上用品、家具，分别有 25.0% 和 22.5% 的家庭表明会增加这些方面的支出，主要属于更新换代的消费；居第四的是增加子女教育支出。

在中收入地区的农民中，占 34.4% 的家庭把增加子女教育支出作为增支的第一位；排在第二、第三位的是储蓄和购买债券、生产经营投资，占 31.1% 和 27.8% 的家庭有此种走向；居第四的是购买电冰箱等家电产品。

低收入地区农民的增支首选项目为教育支出，高达 50.0% 的家庭有此意向，比高、中收入地区农户的意愿更为强烈，带着“知识脱贫”、“望子成龙”的强烈照望，人们普遍认为“无论生活怎样艰难，也要让孩子读书”；居二、三位的是食品、衣着及床上用品，分别有 27.5%、23.8% 的家庭表明要增加这些方面的支出同居第四的分别是生产经营投资和购买彩电等视听产品。

从高、中、低收入地区农民对各个项目的增支意向看，由于高收入地区农民消费能力较强，在不同项目上有增加消费支出意向的家庭所占比例较为均衡，中收入地区农民次之；低收入地区农民由于消费能力不高，必须把有限的购买力斗在急需增加支出的项目上，因此在不同项目上，有增加支出意向的家庭所占比例差别较大。另从增支倾向看，增支倾向较大的是中收入地区农民，其次是低收入地区农民，居后的是高收入地区农民。

（三）不同收入水平的农村居民家庭购买耐用消费品的意向

从农村居民购买耐用消费品的意向看，今明两年内农村居民家庭打算购买耐用消费品中，摩托车、彩色电视机并列首位，每百户意欲购买量分别为 14 辆、14 台；居第三位的是组合音响，每百户购买 11 台。其后顺序是：电冰箱 9 台、空调器 8 台、影碟机 7 台、安装电话 7 部、洗衣机 6 台、热水器 5 台等。值得一提的是，与其他耐用消费品相比，虽然每百户农民家庭打算购买电脑 3 台的数量

不算多，但与目前每百户拥有电脑 2 台的数量相比，变化还是较大的。

从不同收入水平农民购买耐用消费品的意向看，在高收入地区中，打算购买摩托车和组合音响的数量并列第一，每百户购买 13 辆和 13 台；位居第三的是安装电话，每百户 12 部。其后顺序是：彩色电视机、电冰箱、电风扇各 10 台；空调器、电脑分别为 9 台和 8 台；洗衣机、热水器各 6 台。在中收入地区中，每百户有意向购买彩色电视机 19 台，居第一位；居第二位的是电冰箱，每百户 17 台；有意购买组合音响、空调器、摩托车各为 13 台（辆），同列第三位。其后顺序是：影碟机 11 台、洗衣机 10 台、安装电话 8 部、电饭煲 7 个。在低收入地区中，有意向购买彩色电视机的数量居第一，每百户 18 台；其次是摩托车 11 辆；并列第三位的分别是组合音响、影碟机各 10 台。其后顺序为：空调器和热水器各 6 台、液化气炉具 5 个、洗衣机和电冰箱各 4 台。以上情况表明，高收入地区农民偏重于购买时兴的耐用消费品（如电话、电脑、组合音响等）和增购或更新彩电、冰箱、空调、洗衣机等，中收入地区农民购买家电等耐用消费品的意向强烈，而低收入地区农民主要是想购买城乡居民拥有量已较高的基本耐用消费品。各类收入水平农户购买摩托车意向居前的主要原因是摩托车是农民的运输和交通的基本工具。

（四）农村居民家庭购买“广货”的意向

要开拓农村市场，在商品供给方面，对生产厂家而言，关键要有受农民欢迎的产品。问卷调查显示，在我省农村市场销售的“广货”中，最受农民欢迎的产品是洗涤用品（包括洗衣粉、洗发液、香皂等），其次是饮料（包括汽水、矿泉水、果汁等），居第三位的是雪糕类；其后依次是包装食品（包括腊肠、罐头、糖果等）、香烟、自行车、啤酒、糕点（包括饼干、月饼、蛋糕、点心等）、部分

家用电器、衣着用品等。这些购买“广货”的农户，首先是对“广货”的产品质量和性能感到满意，其次是价格上可以接受。但对产品外观、包装等方面的要求较为一般。

在耐用消费品方面，由于“广货”的生产起步较早，早期的一些商品在农村市场享有一定的知名度，如钻石牌和五羊牌电风扇、三角牌电饭袋、五羊牌自行车、五羊牌摩托车等。因此在农村居民家庭拥有的这些种类耐用消费品中，有不少是“广货”。据问卷调查资料统计，“广货”占有率较高的产品有电风扇和电饭煲，高达 50% 以上；占有率在三成多至五成的有自行车、组合音响、影碟机、电冰箱和电话机，占有率在两成多至三成的有洗衣机、热水器和抽油烟机，占有率在一成多至两成的有普通彩色电视机和电脑，占有率不足一成的有大屏幕彩色电视机、摩托车（五羊牌摩托车质优，但价高，只有收入高的农户才购买）、分体及窗式空调器等。

从今明两年内打算购买的耐用消费品中，有意向购买“广货”所占的比重来看，达到五成左右的有电饭煲、电风扇和影碟机；三至四成的有电冰箱、自行车、组合音响、洗衣机、电话机和液化气炉具；一至二成的有彩色电视机、摩托车、热水器、抽油烟机、照相机、分体空调器等。

三、开拓农村市场的难点

（一）农民收入增长幅度明显收窄，制约购买力的提高

农村市场的兴旺有赖于农民收入的提高。近几年来，由于物价一直处于低位运行的状态，我市集市贸易价格指数连续两年下降，尤其是 1998 年比上年下降 9.7 个百分点，导致农业增产而农民收入未能得到同步增长，加上乡镇企业发展放缓等方面的原因，农村居民收入增速放缓，大多数农民的购

买力不高，有效需求偏低。1991—1996 年我省和我市农村居民纯收入平均每年增长速度分别达 20.43% 和 22.40%，而 1997 年比 1996 年分别增长 8.93% 和 7.4%，1998 年比上年仅增长 1.71% 和 1.5%。由此带来的负面影响是：（1）农村居民收入增长速度滞后于消费品生产能力的扩张，仍有相当数量中、低收入水平的农民缺乏足够的购买力，可用于增加消费的余钱不多；（2）对未来收入的预期信心下降，消费行为变得谨慎起来。部分农民手里拿着钱不敢花，延缓或减少了即期消费，消费需求的增幅呈平稳固落的态势。因此，在不具备农民收入较快增长的情况下，期望农民较大幅度地增加消费支出是比较困难的。有相当数量的农民投资者和生产经营大户，因投资、生产效益不理想，将原来用于或准备用于投资、生产经营的资金存入银行，导致银行储蓄存款增加。如果近期内未能采取有效措施扭转农民收入增幅下滑的势头，在“消费制轮”（消费支出的变化落后于收入的变化）的作用减弱之后，农民的有效消费需求将进一步萎缩。

（二）适合农村消费需求特点和要求的“广货”为数不多，开拓农村市场难度较大

改革开放以来，我市经济的外向度和城市居民的生活水平不断提高，大多数企业把发展的立足点放在城市市场和国外市场，产品向多功能化、高档化和包装豪华化方向发展。因此，我市工业品给广大农村居民的印象是，产品的质量比较好，但价钱也比较贵，因而使不少农村居民望而却步。而我们对农民的消费需求并不完全了解，针对农民需求和农村消费环境特点开发生产的物美价廉、实用耐用产品较少。近年来，在出口增长回落和国内市场竞争加剧下，城市市场的已开始竞争迅速蔓延到农村市场，而我市目前能够在农村市场占有一定份额的只是食品、洗涤用品、衣着、自行车等传统的轻纺产品，不少产品还缺乏成本价格、功能实用性等方

面的比较优势。例如我市农村居民拥有摩托车较多，但大多数是价格低廉、便于载物的外地产品，本地生产的五羊牌摩托车虽质优但价高而购买者甚少。至于农用生产资料，除少数产品如广州石化厂生产的化肥在农村市场有一定的份额外，仍有相当数量的农用生产资料因质量或知名度不高，销路受阻。如用于果树培植的化肥，农民担心国产化肥会使树根腐烂，宁愿花多点钱去买贵得多的进口化肥。部分生产企业缺乏资金，产品宣传不力，农民不了解产品的性能、功效，打不开市场。广州氮肥厂最近生产出一种新的复合肥料，等值效果比进口化肥要好，但由于缺乏资金进行广告等宣传，有相当多的农民尚不知道有这种化肥。此外，有些专门从事农用生产资料推介的单位，从本身的实际得益出发，使有些质量好的产品未能通过这些渠道流向农村市场。

农村市场虽大，但同时也因地域广阔、农户居住点分散，在农村设点销售，往往难以达到销售规模效益，加上交通不便和运输等费用较大，经营成本上升。这样，一方面，使产品的销售范围受到了明显的限制；另一方面，企业、商家获利低微或无利可图，降低了开拓农村市场的积极性。同时，要在农村搞好售后服务的成本高，有些企业因为销售到农村市场的产品所占比重较小，在农村市场基本上没有提供售后服务，因而农民对大多数商品的售后服务表示不满。从农户问卷调查看，对商品售后服务最不满意的是汽车，有九成的农村居民表示不满意；其次是农用生产机械类，有 87% 的农民表示不满意；照像器材类也有高达 85% 的农民表示不满意。此外，有六、七成的农民对农用生产资料、自行车、摩托车的售后服务不满意。因此，对于售后服务要求较高的产品，要进入农村市场难度较大。在经营方式上，搞赊销本来可以做大生意，但风险太大，使企业迟疑不决，不敢放手去做。到外省农村市场推销产品，不仅存在推销产品网点少

的困难，而且要冒货款回收难或无法回收的风险。

（三）农村消费配套设施建设滞后，消费环境不理想

据 1996 年农业普查资料：全省农村自来水普及率只有 29.3%，广州市为 47.0%，其中白云区、番禺市、增城市分别为 43.0%、91.0%、36.0%，从化市和花都市均为 13.0%。从问卷调查情况看，在使用自来水的农户中，水压不足的占了近两成（19.9%）。在用电方面，供电不正常的占了近一成（9.0%），电压不稳定的占了一成多（14.4%）。表明我省现有农村生活消费基础设施仍比较薄弱，尤其是那些远离市区的农村。有些地方的农户连买回来的电器产品也用不了，制约了农村市场的发展。此外农村电费仍较高，无疑加大了家电进入农村市场的难度。可喜的是，近期经过大力改造农电网络和省电力部门努力实现年底前农电限价目标下，农电价格已明显下降，这对扩大家电产品在农村市场的需求将会有较大的促进作用。

（四）对生产和销售假冒伪劣商品的打击力度不够，市场管理有待加强

由于不少国有、集体流通企业在农村市场缺乏竞争优势，镇以下的农村市场基本上以个体、私营企业为主体，商品销售网点小而分散，实力单薄，经营的商品档次较低。大多数的个体、私营企业经营者素质不高，少数经营者法律意识淡薄，为谋取厚利，利用农民缺乏商品知识和法律知识，以及农村消费者投诉不便、部分农民购物贪图便宜的弱点，以低价诱饵出售假冒伪劣产品，导致假冒伪劣产品充斥农村市场。其后果是，一方面，使农民防不胜防，屡屡上当受骗，直接损害了农村消费者的利益；另一方面，使遵规守纪生产厂家的产品因价高获利微而在农村市场销售的份额减少，影响了这些厂家产品的声誉和生产发展。

由于农村市场分散，政府有关部门打假力量有限，行政执法力度不够，经常性的检查监督较少，

加上地方保护主义在一些地区盛行，使农村市场出售假冒伪劣产品的现象较为严重。部分企业出于无奈，自己组织人员去追查假货，既分散了企业的精力，又加重了成本。

（五）传统的消费观念制约农民消费的合理增长

由于大部分农村居民缺乏固定收入来源，绝大多数的农村还没有能力设立退休养老制度，农民仍要为“积谷防饥、储钱养老”而奔波，加上几千年的传统节俭思想，使得农村居民的消费方式显得较为保守，消费倾向呈下降态势。从广州地区的情况来看，1979—1998 年全市农村居民生活费支出年均增幅比纯收入增幅低 1.09 个百分点；1998 年收支节余率为 18.13%，比 1990 年的 8.04% 上升了 10.09 个百分点。与此同时，农村居民储蓄倾向增强。1998 年全市农村居民家庭储蓄借贷支出占现金支出的比重达 20.39%，比 1990 年上升了 3.43 个百分点。农村消费的重头戏建房、婚嫁，往往要花掉多年的积蓄，或要用多年的时间来偿还欠下的债务，使得农民在消费上表现为能省就省，还可以用的东西就尽量将就着用，积累型消费特征明显。为数不少的农户（尤其是人均年纯收入在 4000 元以下的农户）拥有宽敞的住房，但房间的摆设却十分简陋，高档耐用消费品寥寥无几，显得很失调。有些还不富裕的农民，买回来电冰箱，因电价高，一年难得用上几天，放在房间里当摆设品；仍有相当数量的农民，为了省钱，平时做饭烧煤、烧柴，需赶时间方用煤气；买回来的电饭褒平时舍不得用，要等到有客人来时才用。因此，对农民消费也有一个宣传、引导、推介的问题。在接受消费信贷方面，从对农户问卷调查资料来看，表示愿意接受信贷用于购买农用生产资料、建房修房的农户较多，分别为 29.4% 和 32.3%。但在利用消费信贷购置大件贵重物品方面，大多数农民对这种超前性享受型消费不予以考虑，仅有一成半的农户

表示愿意接受，而城市居民则有三成的比例。这反映出两者之间的明显差别，也表明在农村开展消费信贷，借以开拓农村日用工业品市场的空间不大。

四、开拓农村市场的对策

（一）促进农村经济新发展，千方百计提高农民收入

开拓农村市场的关键是增加农民收入，减轻农民的负担。据 1991 - 1998 年数据测算，全省农村居民人均纯收入每增加 100 元，消费支出增加约 74 元，我市约 69 元。因此必须把开拓农村市场与提高农民收入结合起来，提高农民对未来收入预期的信心，激活农民潜在的或延期的消费需求，才能使农村市场真正活跃起来。

1、促进乡镇企业二次创业，加快农业产业化发展

改革开放以来，乡镇企业蓬勃发展，有力地促进了农民收入水平的提高。但在近几年来，受经济大环境和产业结构调整的影响，乡镇企业竞争力有所下降，我省乡镇企业增长幅度收窄。1996 - 1998 年全省乡镇企业总产值平均每年增长 15.35%，与 1991 - 1995 年的年均增长 43.46% 相比明显放缓。因此，必须通过技术升级、扩大规模等有效措施促进乡镇企业的发展。特别是在我市经济转型吸收农民工能力有限的条件下，更要致力于在农村本土的乡镇企业吸纳更多的农民，提高农民的收入水平。1990 年以来，我市总人口中的农业人口比重持续下降，由 1990 年的 48.98% 下降到 1998 年的 38.10%，平均每年下降 1 个多百分点。因此，要推动农村小城镇的发展，还有必要搞好乡镇企业集中连片发展，加速农村城市化进程。与此同时，要认真做好农村消费市场及网络的规划与建设，促进农民消费观念的转变，扩大农村市场的消费。

实现农业产业化是实现农业现代化的重要途径

之一，也是新的发展形势下提高农民生活水平的重要途径之一。因此政府部门要通过资金扶持、宏观规划、微观示范引导农业产业化发展。为解决农业生产分散、规模小、效益低的状况，在严格执行中央有关稳定和完善农村土地承包关系的前提下，在农民自愿、互助互利的基础上，积极引导土地经营权的流转，提高农业专业化、商品化、机械化的程度，让少数农民经营农业生产，以便有更多的农民进入第二、三产业。

2、搞好农产品的流通，指导农民调整农产品结构

当前农副产品供给十分丰富，普遍出现卖难的情况，若我国加入世界贸易组织（WTO）后，农副产品生产经营的难度更大。所以，当前政府部门和经营单位应想方设法地帮助农民解决卖难和促进“三高”农业发展。第一，疏通农产品流通渠道，提高农民进入市场的组织化程度，培育和发展类似日本的农协、法国的农业合作社等具有综合服务功能的流通组织，如“公司 + 农户”；积极改进农产品的流通方式，如深圳市的布吉市场模式，充分发挥农产品中心批发市场巨大的集散功能，建立灵敏的市场信息网络，促进农产品的大生产、大流通格局的形成，使农产品有比较可靠的销售保证。第二，由于我国大多数农产品的价格已接近或达到国际市场价格，靠提高农产品价格来增加农民收入的空间有限，同时，为迎接我国加入 WTO 后国外农产品进入我国市场的增量带来的挑战，有关部门应尽早研究对策，在积极地为农民提供技术和市场信息指导同时，提出我市农业生产应对措施和优化农产品结构的方案，改变以往单纯追求产量的做法，多生产品质优、销路广、价钱好、适应现代城市居民需要的无污染、无公害和保健的农产品，提高农产品的竞争力，减少生产盲目性和加入 WTO 后国外农产品带来的冲击，以达到生产发展，农民增收的目标。