

国家自然科学基金资助项目

中国农村消费市场 的分析与开拓

成思危 主编



民主与建设出版社

中国改革与发展问题应急研究丛书



思危

• 中国改革与发展问题应急研究丛书 •

中国农村消费市场的分析与开拓

主 编

成思危

作 者

成思危 张新民 姜长云 张晓山

曹力群 党国英 刘春浦 刘 放 文 刀等

民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国农村消费市场的分析与开拓/成思危主编.

—北京:民主与建设出版社,2001.2

ISBN 7-80112-356-5

I. 中… II. 成… III. 农村市场-消费-研究-中国 IV. F.
723.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 02170 号

责任编辑 刘云华

封面设计 孙 岩

出版发行 民主与建设出版社

电 话 (010)65523113

社 址 北京市工体南路吉祥里 208 号

邮 编 100020

印 刷 北京市飞达印刷厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 11.5

字 数 272 千字

版 次 2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80112-356-5/F·112

定 价 28.00 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。

本书由全国人大常
委会副委员长、民建中
央主席、国家自然科学基金委员会管理科学部
主任、中国软科学研究
会理事长成思危教授主
编,由国家统计局、国家
计委、中国社会科学院、
农业部、中商科学技术
信息研究所的著名专家、
教授分章撰写,全书具
有较高的科学性、严谨
性和可读性,具有一定
的学术价值。

主要作者

- 成思危** 工商管理硕士(MBA),教授,博士生导师,全国人大常委会副委员长,民建中央主席,国家自然科学基金委员会管理科学部主任,中国软科学研究会理事长。
- 张新民** 理学学士,高级统计师,原国家统计局农调总队总队长。
- 姜长云** 管理学博士,国家计委产业发展研究所副研究员。
- 张晓山** 管理学博士,研究员,博士生导师,中国社会科学院农村发展研究所所长。
- 曹力群** 法学硕士,副研究员,农业部农研中心统计分析室主任。
- 党国英** 经济学博士,中国社会科学院副研究员。
- 刘春浦** 研究员,中商科学技术信息研究所副所长。
- 刘 放** 研究员,中商科学技术信息研究所研究室主任。
- 文 刀** 研究员,中商科学技术信息研究所研究室副主任。

序 言

1996年,国家自然科学基金委员会(以下简称基金委)决定将管理科学组升格为管理科学部,并根据同行专家的推荐,聘我兼任管理科学部的主任。在学部成立时召开的管理科学学科发展研讨会上,我表示深知个人学识有限,难以当此重任,但为了推动我国管理科学的发展,我还是勉为其难地应聘了。4年多来,在基金委内领导和同事们的支持下,通过管理科学界广大专家学者的共同努力,管理科学部的工作取得了一些进展,其中之一就是设立了应急研究基金。

我自1991年开始担任管理科学组的评委,对基金委的工作方法及程序有一定的了解。我感到基金委在评审立题方面确实基本做到了公平、公正与公开,这是非常难能可贵的。但其缺点是从提出项目申请到批准的周期较长,一般项目至少9个月,重点项目至少1年半,重大项目要两年以上。这对于支持宏观决策的管理科学研究项目来说,其时效性就会受到较大的影响。为此我提出了设立应急研究基金的建议。

所谓应急研究是指从管理科学的角度来研究国家领

导所关心的及(或)广大群众(包括专家学者)所担心的、迫切需要解决的问题,并尽快提出切实可行的建议。这类项目的研究周期一般为9个月左右,通常不超过1年。为了在效率优先的前提下尽可能地保证公平与公正,我们初步设计了以下的工作方法和程序。

首先由我通过与国家领导人的接触或根据群众的反映捕捉需要进行应急研究的课题。然后根据专家的推荐及对专家数据库的检索选出对此课题做过一定研究工作的学者,邀请他们和部分管理科学部的评委共同研讨。研讨的重点是此课题是否有必要作为应急研究项目,国内已有的研究成果有何不足之处,以及当前急需研究解决的问题。最后由我参考大家的意见进行总结,明确立题的依据,并提出课题的研究框架,包括研究目标、要求、方法,以及子课题的划分等。会后由愿意参加竞争承担研究任务的学者们提出申请书,由管理科学部择优选定承担各子课题的研究人员,并与其签订研究合同。这一立题过程一般应在1个月以内完成。

我认为,应急研究的目的并不是代替政府进行决策,而是从探讨理论基础、评介国外经验、完善总体框架、分析实施难点四个主要方面对政府进行决策支持,是对政府工作的“补台”。

应急研究基金自1997年下半年建立以来,至今已启动了20个研究项目。它们是:《政府如何管理企业》(已出书)、《我国企业管理案例研究》(已出书,书名为《当代

中国工商管理案例研究》(第一辑))、《我国社会保障体系的构成与运作》(已出书,书名为《中国社会保障体系的改革与完善》)、《金融危机的防范与化解》(已出书,书名为《东亚金融危机的分析与启示》)、《规范房产市场,推进住房制度改革》(已出书,书名为《中国城镇住房制度改革——目标模式与实施难点》)、《解决企业债务链和减少库存积压》、《开拓我国农村消费市场》、《我国事业单位的改革方向和措施》(已出书,书名为《中国事业单位改革——模式选择与分类引导》)、《我国境外投资的战略与管理》、《我国货币市场的培育及管理》、《垄断行为对市场经济的危害及反垄断措施》、《中国通货紧缩问题及对策》、《中国企业管理面临的问题及对策》(已出书)、《我国城镇化的战略管理与主要措施》、《发展海峡两岸经贸关系的战略研究》、《我国西部大开发的系统管理研究》、《经济发展计划的制定与管理》、《经济全球化的趋势与对策》、《中国乡镇企业的发展与前景》、《依靠证券市场促进我国经济发展》等。我们要求每项研究的成果都要有针对性、及时性和可行性。所提出的建议应当是技术上可能、经济上合理、法律上允许、操作上可执行、进度上可实现,政治上能为有关各方所接受,以尽量减少实施过程中的阻力。在研究方法上要求尽量采用定性与定量相结合的综合集成方法。

《开拓我国农村消费市场》是1998年5月立项的应急

研究课题,当时立题的本意是想针对我国应对东亚金融危机和扩大内需的需要,从管理科学的角度对开拓我国农村消费市场问题提出一些意见和建议。为此我组织了一些专家进行研讨,初步确定了课题的框架,本课题的中期研究成果曾在1999年6月29日由国家自然科学基金委员会管理科学部主办的第六次“管理科学论坛”(在国务院发展研究中心举行)上作过介绍。各个分课题的研究工作已陆续于1999年间完成,在我阅读了各分课题的研究报告后,拟订了本书的编著大纲,在与各分课题负责人交换意见的基础上,确定了各章的内容及作者。各章的初稿在2000年上半年内陆续完成后,又进行了一些修改。

本书大体上有以下几个特点:

- 从农业和商业两个方面研究了我国农村消费市场的现状及问题,以及造成这些问题的原因,有助于读者了解我国农村消费市场的情况,理解开拓我国农村消费市场的复杂性、长期性和艰巨性。

- 用定性与定量相结合的方法着重研究了我国农村消费市场的地位、结构,发展前景预测和制度性问题,分析了我国农民的消费行为和消费结构,探讨了开拓我国农村消费市场的方法,以及提高农民购买力的途径。国家统计局农村社会经济调查总队的大量调查统计数据和农业部全国农村固定观察点办公室对31个省、市和自治区327个村的2万多农户的调查数据,再加上在本课题研

究中建立的一些数学模型的运算结果,为本书所提出的论点提供了坚实的基础。

• 对我国农村商品市场的现行流通渠道和运行机制进行了介绍和分析,评介了国外商品流通体制与管理方面的经验,对我国农村商品流通市场的建设与管理提出了一些意见和建议。尽管由于作者水平及本书篇幅所限,论述不够全面深入,但也有助于读者对这方面的情况取得概括的了解。

为了避免与各章的内容相重复,我在《总论:解析中国农村消费市场》中着重根据本课题研究的结果(对数据尽可能作了一些更新),加上我于2000年3月~4月到江西和安徽农村实地调查的感受,用复杂科学的方法和消费经济学的原理对开拓我国农村消费市场问题进行了分析和思考,探讨了我国农民的消费能力、消费行为,以及我国农村消费市场的环境因素对农民消费的影响,并在此基础上提出了开拓我国农村消费市场的九条政策措施建议。本书的书名也几经我仔细推敲,最后确定为《中国农村消费市场的分析与开拓》,以求能更好地反映本书的目的和内容。

细心的读者可能会发现,本书各章作者的观点不尽相同,在个别问题上甚至有较大的分歧。这主要是由于各人对有关问题的熟悉程度和观察问题的角度略有差异。我作为本书的主编,并没有对各部分强求一致,这一方面是为了尊重作者,另一方面也是为了发扬“百家争

鸣”的精神,让读者自行判断。至于我在总论中的有些观点,只是我个人千虑之一得,并不代表其他作者的看法。

特别应当说明的是,近两年来我国农村的情况在不断发展变化,而本研究是在 1999 年完成的,虽经一些补充修改,但也难以及时并全面地反映我国农村消费市场的全貌,因此在一些章节中不可避免地会出现一些过时的情况,请读者在阅读时留意。

开拓农村消费市场仅是解决对我国至关重要的农村、农民、农业问题的一个重要环节。改革开放以来,我国农业取得了较快的发展,农民的生活也有较大的改善,但是解决我国的“三农”问题还是一项复杂、艰巨、长远的任务。这就要求我国的管理科学家和政府官员等有关方面人士认真学习邓小平理论,发扬实事求是的精神,深入思考,努力探索,在实践中不断总结经验。

按照历史唯物主义的观点,人类社会是一个不断进步的、自然的历史过程,其发展的决定性力量是生产力和生产关系、经济基础和上层建筑的矛盾运动。社会进步的衡量尺度是生产力的发展、文化的发展,以及人的全面发展和解放的程度。笔者认为,在解决我国“三农”问题的过程中,要注意连续性和阶段性的统一,既不能超越现实,急躁冒进,又不能迁就现实,停步不前。为此我们应当高瞻远瞩,埋头苦干,积极而慎重地推进农业产业化、农村城镇化、农民知识化,为将我国建成一个富强、民主、文明的社会主义现代化国家奠定坚实的基础。

本书全部完稿之时正值新世纪和新千年的开端,我深切希望本书的出版能引起更多的有志之士对我国“三农”问题的关注,并致力于研究及思考其中的一些问题,为增加我国农民的收入、提高其消费能力、转变其消费观念及行为、繁荣我国农村消费市场而共同奋斗。

成思危

2001年1月1日

目 录

总论 解析中国农村消费市场

..... 成思危(1)

- 减少农业人口、增加农民收入是实现现代化的
必由之路 (4)
- 我国农村消费市场的潜在能力与现实问题 (5)
- 农民的可支配收入
——农民消费能力的源泉 (10)
- 我国农民的消费行为探讨 (17)
- 市场环境因素对农民消费的影响 (23)
- 开拓农村消费市场的政策措施建议 (29)
- 简短的结论 (38)

上篇 中国农村消费市场的分析

第一章 中国农村消费市场的地位与结构

..... 张新民等(43)

- 农村市场地位 (44)
- 农村市场结构及其分布 (55)

第二章 中国农村消费市场的需求预测

- 姜长云(69)
- 当前农民收入增长的形势及未来前景展望 (71)
- 未来三年内农民人均消费需求和消费结构预测 ... (75)
- 未来三年内农民人均耐用消费品消费需求预测 ... (83)
- 未来三年内农民住房消费需求预测 (88)
- 农村消费市场需求总量预测 (91)
- 简短的结论启示 (96)

第三章 现阶段中国农民消费行为分析

- 张晓山等(99)
- 理论观点 (100)
- 现阶段我国农民消费的总量状况和结构特征 (102)
- 现阶段我国农民消费行为的实证分析 (108)
- 现阶段我国农民消费行为分析的几个主要结论 (123)
- 扩大农村消费市场的政策建议 (126)

第四章 中国农户消费结构的微观透视

- 曹力群等(135)
- 80年代中期以来农户消费结构的演变过程 (136)
- 农户收入水平对农户消费结构的影响 (149)
- 农村消费环境对农户消费结构的影响 (162)
- 农户消费结构变动对社会经济的影响 (167)
- 未来农户消费结构的变动趋势 (170)

第五章 中国农村消费市场的制度性问题分析

- 党国英(175)
- 消费总量增长问题..... (178)
 - 消费与储蓄的比例问题..... (182)
 - 消费结构问题..... (185)
 - 政策分析..... (189)

下篇 中国农村消费市场的开拓

第六章 提高农民购买力的途径与措施

- 曹力群(197)
- 正确认识现阶段农民购买力的特点和状况..... (198)
 - 制约农民购买力增长的因素分析..... (205)
 - 增加农民收入是提高农民购买力的基础..... (209)
 - 调整支出结构是提高农民购买力的有效途径..... (213)

第七章 开拓农村消费市场的方法与建议

- 张新民等(215)
- 农村消费市场的影响因素分析..... (216)
 - 开拓农村消费市场的方法..... (227)
 - 开拓农村市场的建议..... (230)

第八章 现行中国农村市场流通渠道与运行机制

- 刘春浦(237)
- 历史沿革..... (238)
 - 流通渠道..... (249)

- 运行机制..... (253)
- 我国农村商品流通主体——供销合作社..... (258)
- 分析与讨论..... (262)

第九章 国外商品流通体制与管理

- 刘 放(267)
- 市场经济条件下农村商品流通体制分类..... (268)
- 介绍几种不同的流通体制和管理模式..... (269)

第十章 中国农村商品流通市场的建设与管理

- 文 刀(311)
- 搞好流通网点布局规划和建设管理..... (312)
- 提高组织化程度..... (324)
- 加强对商品流通市场的主客体管理..... (332)
- 加强法制建设与依法治市..... (347)
- 推进商品流通市场建设和管理现代化..... (348)

总 论

成 思 危

解析中国农村消费市场