

中国农村居民消费发展报告

ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO

FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI
ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO
ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO
ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO
ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO
ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO

| 徐振宇◎著 |



知识产权出版社
INTELLECTUAL PROPERTY PUBLISHING HOUSE

本书得到北京市教委学科建设专项经费资助
是北京市属高等学校人才强教深化计划项目
“中青年骨干人才培养计划·学术类 (PHR20110871) ”
中国博士后科学基金 (20090460470)
和北京市优秀人才资助项目 (2009D005003000007)
的阶段性研究成果

中国农村居民消费发展报告

ZHONGGUO NONGCUN JUMIN XIAOFEI FAZHAN BAOGAO



知识产权出版社
INTELLECTUAL PROPERTY PUBLISHING HOUSE

内容提要

本书基于权威数据、权威文献和作者的典型调查,全面总结了我国农村居民消费的中长期发展趋势,重新审视了近年来尤其是2009年以来中国农村居民消费加速扩张的背景及宏观经济影响,深入剖析了今后一段时期内支撑中国农村居民快速扩张的因素和制约中国农村居民消费健康发展的因素,最后给出了促进中国农村居民消费发展的政策建议。本书的出版不仅有助于推进中国农村居民消费的研究,也有利于进一步反思中国的农村、农业、农民问题。

责任编辑:兰 涛

图书在版编目(CIP)数据

中国农村居民消费发展报告/徐振宇著. —北京:

知识产权出版社, 2010. 7

ISBN 978-7-5130-0074-1

I. ①中… II. ①徐… III. ①农民—消费—研究报告—
中国 IV. ①F126. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 119446 号

中国农村居民消费发展报告

徐振宇 著

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8325

印 刷: 北京富生印刷厂

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

版 次: 2010 年 9 月第 1 版

字 数: 152 千字

邮 编: 100088

邮 箱: hjb@cnipr.com

传 真: 010-82000860-8240

责编邮箱: lantao@cnipr.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 6.25

印 次: 2010 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 22.00 元

ISBN 978-7-5130-0074-1/F · 347(3015)

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前言

扩大消费尤其是扩大居民消费,无疑是中国●经济在今后相当长时期内最重要的命题之一。●在中国,居民消费占 GDP 的比重低且不断降低,一个非常重要的原因就在于占总人口 50% 以上的农村居民消费严重滞后。如果农村居民消费能伴随农民收入增长而快速增长,消费占 GDP 的比重将稳步提升,国民经济发展必将具备更坚实的微观基础。●

实际上,农村居民消费不振并非中国特有的现象,而是很多发展中国家都必须直面的共同难题。很多发展中国家(如南非、津巴布韦等国)都存在严重的城市偏向,这些国家的经济都曾出现过持续快速增长,但城乡居民的收入、消费均存在非常大的差距,其国民却不得不承受收入分配不平等和消费差距不断扩大的痛楚。● 同为一个国度的公民,仅仅由于出生地点、生活地点不同从而“身份”

● 本书中的“中国”均指中华人民共和国大陆部分,不包括中华人民共和国台湾省、中华人民共和国香港特别行政区和中华人民共和国澳门特别行政区。

● 长期以来,中国经济的高速增长严重依赖投资和出口贸易。2008 年以来中国出口贸易遭遇的诸多挑战提醒国人,一个持续高速增长的大国不可能也不应该过分高估出口贸易的意义。在出口增速下滑不可避免的前提下,为防止经济增速大幅下滑,政府不得不加大政府购买和投资的力度。加大投资力度的隐忧是:近期内能够扩大总需求的投资必然在不久的将来形成新的产能,从而在更大程度上引发供给过剩(即总需求不足),政府又将被迫通过加大政府购买和投资力度“保增长”,从而形成严重的投资依赖症和政府依赖症。学界广泛探讨的“国进民退”现象,其本质是现行体制下为“保增长”采取大量“应急”措施的必然结果。

● 因为消费被公认是宏观经济中最稳定的变量(投资则被公认为是宏观经济中最不稳定的变量)。

● 牛津大学经济系奈特教授等人的研究显示,南非和津巴布韦这两个国家的城乡收入之比分别达到 3.14:1 和 3.57:1(Knight and Song,1999),与中国国家统计局公布的中国大陆城乡收入之比非常接近。

不同(与户口制度挂钩),就在如此长的时期内维持如此巨大的收入、消费和生活质量差距,是不道德、不人道的、不公正的,从根本上也不利于社会的稳定与和谐,影响经济社会的可持续发展。

因而,对中国农村居民消费的研究,在全球范围内也具有相当程度的普遍意义:深入剖析中国农村居民消费问题,不仅有利于中国经济的转型发展,也有利于其他发展中国家乃至全球经济的转型发展——因为这些发展中国家农村居民消费不振,不仅构成这些国家经济持续快速增长的障碍,也是全球经济复苏的重要障碍,^①同时也影响各国和全球经济社会的可持续发展。

2009年年初以来,诸多数据都显示,中国农村居民消费出现了多年来罕见的高速增长。本报告尽可能将这一现象放在中国农村居民消费中长期发展趋势中加以审视,因为消费更多地源于诸多长期性因素。影响农村居民消费的基本因素中,无论是收入、消费环境、基础设施,还是收支预期(与收支预期密切相关的是社会保障、教育、医疗等诸多方面)等,均是在长期中逐渐演化的结果,很多投资、政策、“工程”都具有不同程度的“时滞”和“长期性”。另外,为免于狭隘,报告力图跳出“农村居民消费”本身,从更长远的视角,在国民经济运行全局中考察农村居民消费问题。

本书尽可能追求数据的合宜性。一方面,本报告利用的二手数据务必确保其权威性和专业性:除利用《中国统计年鉴(2009)》的相关数据外,还充分利用了《中国农村住户调查年鉴(2009)》《中国卫生统计年鉴(2008)》、《中国环境统计年鉴(2008)》、《中国人口和就业统计年鉴(2008)》、《世界统计年鉴(2008)》等重要年鉴和《中国第二次全国农业普查资料综合提要》、《全国农产品成本—收益

① 近年来,伴随着发展中国家经济的持续快速增长,其作为一个整体对全球经济尤其是经济增量的影响力在日益增强,从而,这些国家经济“自身”的问题也就不再仅仅是各自的问题,而是会逐渐演化为一个全球性的问题。

统计(2007)》以及国家统计局部分统计公报、国家统计局网站在线数据中的相关数据;①另一方面,本书还利用了大量一手调查资料和数据,即利用作者对于湖北、安徽、山东等省份部分村庄的典型调查。

① 在使用这些权威统计数据时,必须承认其局限性。然而,在没有找到更好的替代数据之前,最优策略仍然是选用这些仍不完善的数据。中国国家统计局的统计数据,虽然还存在这样那样的问题,但数据质量的确在稳步提升。

目 录

第一章 中国农村居民消费的中长期发展趋势	(1)
一、农村居民生活消费支出增速明显加快	(1)
二、农村居民消费结构不断优化	(3)
三、不断扩大的城乡消费差距有所缩小	(4)
四、不断扩大的农民内部消费差距有所缩小	(19)
五、“挤出”其他消费的教育和医疗支出有所下降	(20)
六、较高的农村居民消费倾向近年来持续提升	(21)
 第二章 2009 年以来中国农村居民消费加速扩张之审视 ...	(27)
一、2009 年中国农村社会消费品零售总额月度状况 回顾	(27)
二、2009 年中国农村居民消费“高速”增长评析	(30)
三、中国农村居民消费加速扩张的宏观经济影响	(32)
四、中国农村居民消费加速扩张背后的隐忧	(36)
 第三章 中国农村居民消费快速扩张之支撑因素	(43)
一、农民增收能力提升与增收环境改善的“引擎” 效应	(44)
二、农村公共服务与基础设施改善的“挤进”效应 ...	(57)
三、农村新一轮建房浪潮的“带动”效应	(71)
四、农村居民消费升级潮的“联动”效应	(76)

五、农村消费方式货币化与“城镇化”进程的 “推动”效应	(86)
六、企业加大开拓农村市场力度的“促进”效应	(88)
七、政府诸多政策刺激的“催化”效应	(89)
 第四章 中国农村居民消费健康发展之制约因素	(91)
一、农民增收的基础仍不稳固，收入差距仍有扩大的 可能	(91)
二、农村公共服务有待加强，居民收支预期仍 不乐观	(101)
三、农村基础设施尚待完善，消费环境还须改良	(119)
四、农产品流通不畅影响增收，农资价格偏高挤占 消费	(128)
五、农村人口“未富先老”，养老保障不足影响 消费	(132)
六、城市和国外市场的繁荣使工商企业忽视了农村 市场	(137)
七、城乡居民权利不平等是制约中国农村居民消费的 根本因素	(138)
 第五章 促进中国农村居民消费健康发展之政策建议	(145)
一、基本前提：加快推动城乡居民基本权利平等化 进程	(145)
二、根本措施：增强农民增收能力，改善农民增收 环境	(155)
三、基本方向：投资农民的未来，改善农民收支 预期	(160)

四、重要支撑：继续加大基础设施投入力度，改革建设与 管护体制	(163)
五、重要保障：提升农村流通效率，改善农村消费 环境	(164)
六、智力储备：持续重视对农村居民消费的深入 研究	(167)
附 录	(170)
参考文献	(173)
致 谢	(184)

第一章 中国农村居民消费的中长期发展趋势

从 20 世纪 80 年代中后期开始，中国农村居民消费的基本旋律是：生活消费支出增长缓慢，消费结构长期停留在较低水平，城乡居民消费差距不断扩大，高企的教育和医疗费用不断“挤出”其他消费。但是，自 2004 年以来，以上趋势正在发生显著转变，这主要表现为：中国农村居民消费增速明显加快，消费升级趋势日益凸显，城乡居民消费相对差距不断扩大的趋势逐渐缓解（虽然绝对差距仍然较大）。在 2009 年这个非常困难的年份，中国农村居民消费仍然维持了异常强劲的增长格局。

越来越多的重要证据表明，当前中国农村居民消费出现重要“转折期”或“拐点”，正处于从迟滞增长到加快发展的阶段性转折点上。我们甚至可以断言，中国农村居民消费已经站在一个新的历史起点上——虽然这个起点并不算太高，但是增长势头非常强劲，不仅增长速度较高，而且持续增长的时期较长，中国农村居民所蕴藏的巨大消费潜力正处于加快释放的过程中。支持以上判断的基本证据如下。

一、农村居民生活消费支出增速明显加快

过去 30 年中国农村居民人均生活消费支出，从增长速度上看，大致可以划分为五个阶段。三个高增长期分别是 1980 ~ 1985 年、1994 ~ 1996 年和 2004 ~ 2008 年。两个低增长期，分别是

1986~1993 年连续 8 年和 1997~2003 年连续 7 年的低速增长期，在这两个低增长期，农村居民消费增速极为缓慢，甚至在 1989 年和 1998 年出现负增长（参见图 1.1）。^①

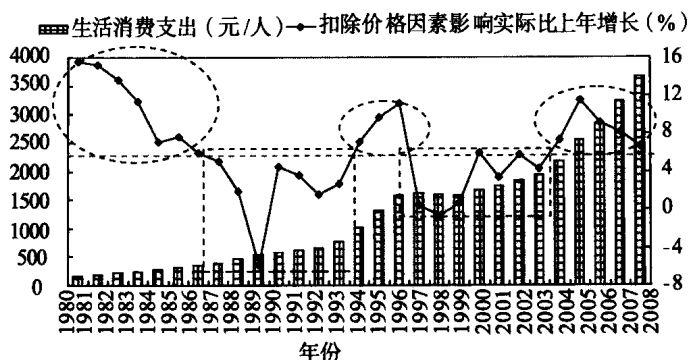


图 1.1 农村居民人均生活消费支出及增长率变动图

资料来源：国家统计局农村社会经济调查司，中国农村住户调查年鉴（2009），中国统计出版社，2009：40。

注：○为农村居民人均生活消费支出的三个高增长期；

□为农村居民人均生活消费支出的两个低增长期。

在三个高增长期中，前两个时期都带有相当的特殊性。1980~1985 年的高增长主要是农村经营体制（包括产权体制、价格体制等）的革命性变革所致，因而必然是不可持续的。1994~1996 年，中国农村居民消费呈现出自 1986 年之后第一轮高速增长期，但高增长主要得益于政府大幅提高大宗农产品价格，农民的增收能力并没有实质性的提升，收支预期也没有改善，消费的高增长并不具备微观基础，从而也必然是短暂的、不可持续的。从 2004 年开始，中国农村居民消费呈现自 1986 年之后第二轮高速增长期，其增长率之高，持续时间之长，大致可以看成过去 20 年间甚

① 分别为 -5.9% 和 -0.7%。

至 30 年间的一个真正的黄金时期（唯一有资格与之相提并论的时期只有 1980 ~ 1985 年这个中国农村发展史上梦幻般的黄金时期）。至于这种势头能否持续，是否具备了更坚实的微观基础，都有待在下文予以深入的具体剖析。

二、农村居民消费结构不断优化

从 1980 年以来，中国农村居民消费结构持续优化。近年来，中国农村居民消费结构的优化表现为如下特征：一是食品支出占总支出的比重，即恩格尔系数继续稳步下降（参见表 1.1），反映生活水平稳步提升；二是与生活质量的进一步提升更加相关的支出，或者说“住”（包括居住支出和家庭用品购买支出等）和“行”（包括交通和通信）占总消费支出的比重持续上升；三是文教娱乐支出占比开始下降；四是医疗保健支出占比基本停止了增长（参见图 1.2）。这表明，近年来，中国农村居民消费维持了结构优化和消费升级的长期趋势。

表 1.1 中国农村居民生活消费支出构成变动表

年份	食品支出	衣着支出	居住支出	家庭设备用品及服务支出	交通通信支出	文教娱乐用品及服务支出	医疗保健支出	其他支出
1980	61.8	12.3	13.8	2.6	0.4	5.1	2.1	2.0
1985	57.8	9.7	18.2	5.1	1.8	3.9	2.4	1.1
1990	58.8	7.8	17.3	5.3	1.4	5.4	3.3	0.7
1995	58.6	6.9	13.9	5.2	2.6	7.8	3.2	1.8
2000	49.1	5.7	15.5	4.5	5.6	11.2	5.2	3.1
2001	47.7	5.7	16.0	4.4	6.3	11.1	5.5	3.2
2002	46.2	5.7	16.4	4.4	7.0	11.5	5.7	3.1
2003	45.6	5.7	15.9	4.2	8.4	12.1	6.0	2.2

续表

年份	食品支出	衣着支出	居住支出	家庭设备用品及服务支出	交通通信支出	文教娱乐用品及服务支出	医疗保健支出	其他支出
2004	47.2	5.5	14.8	4.1	8.8	11.3	6.0	2.2
2005	45.5	5.8	14.5	4.4	9.6	11.6	6.6	2.1
2006	43.0	5.9	16.6	4.5	10.2	10.8	6.8	2.2
2007	43.1	6.0	17.8	4.6	10.2	9.5	6.5	2.3
2008	43.7	5.8	18.5	4.8	9.8	8.6	6.7	2.1

资料来源：国家统计局农村社会经济调查司。中国农村住户调查年鉴（2009）。中国统计出版社，2009：48。

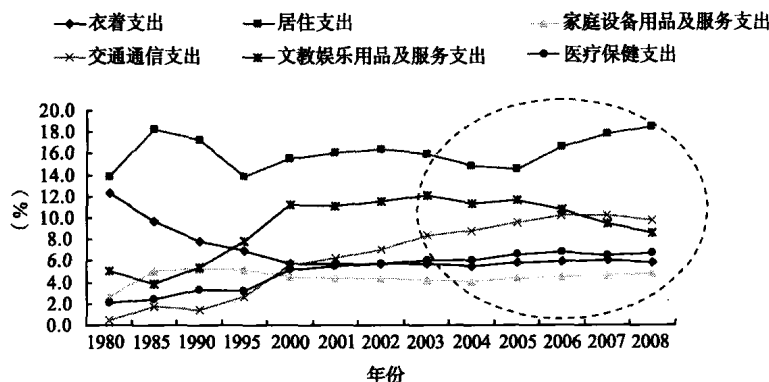


图 1.2 农村居民生活消费支出构成变动图（不包括食品支出和其他支出）

资料来源：根据《中国农村住户调查年鉴·2009》（第48页）整理。

注：○为近年来农村居民消费结构升级。

三、不断扩大的城乡消费差距有所缩小

无论是从城乡社会消费品零售总额，城乡居民消费水平及年度增长率，从城乡居民家庭恩格尔系数对比，从城乡居民住房消费对比，还是从城乡主要耐用消费品拥有量对比来看，城乡居民之间的消费差距都曾经经历了一个不断扩大的时期。但是，城乡

消费差距不断扩大的趋势近年来有所缓解，城乡差距甚至有相对缩小的趋势。^①

(一) 城乡社会消费品零售总额相对消费差距缩小

长期以来，学界一般都将农村消费在总消费中的比重不断降低^②看成一个“问题”。如果将“市”的社会消费品零售总额看成城市的社会消费品零售总额，将“县及县以下”的社会消费品零售总额看成“农村地区”的社会消费品零售总额，则的确可以得出“农村地区”在全国的比重不断降低的结论（参见表 1.2 和图 1.3）。

表 1.2 全国社会消费品零售总额及城镇人口比率变动表

年份	社会消费品零售总额	按销售单位所在地分					城镇人口比率 (%)
		市 (金额)	县 (金额)	县以下 (金额)	市所占 比重 (%)	县及县以下所 占比重 (%)	
1978	1558.6	505.2	380.4	673.0	32.41	67.59	17.92
1980	2140.0	733.6	399.4	1007.0	34.28	65.72	19.39
1985	4305.0	1874.5	737.2	1693.3	43.54	56.46	23.71
1990	8300.1	3888.6	1337.4	3074.1	46.85	53.15	26.41
1991	9415.6	4529.8	1491.2	3394.6	48.11	51.89	26.94
1992	10993.7	5470.3	1689.8	3833.6	49.76	50.24	27.46
1993	14270.4	7138.1	2090.1	5042.2	50.02	49.98	27.99
1994	18622.9	9387.8	2558.7	6676.4	50.41	49.59	28.51
1995	23613.8	12979.4	3366.3	7268.1	54.97	45.03	29.04
1996	28360.2	16199.2	3759.7	8401.3	57.12	42.88	30.48

① 不过，综合各种因素，按照可比价格计算，农村消费水平整体上要落后于城镇 15 年左右。

② 基本证据是县及县以下社会消费品零售总额在全国社会消费品零售总额中所占比重不断下降。

续表

年份	社会消费品零售总额	按销售单位所在地分					城镇人口比率 (%)
		市 (金额)	县 (金额)	县以下 (金额)	市所占 比重 (%)	县及县以下所 占比重 (%)	
1997	31252.9	18499.5	4011.6	8741.8	59.19	40.81	31.91
1998	33378.1	20294.1	4220.2	8863.8	60.80	39.20	33.35
1999	35647.9	22201.8	4460.8	8985.3	62.28	37.72	34.78
2000	39105.7	24555.2	4831.1	9719.4	62.79	37.21	36.22
2001	43055.4	27379.1	5251.4	10424.9	63.59	36.41	37.66
2002	48135.9	31376.5	5566.5	11192.9	65.18	34.82	39.09
2003	52516.3	34608.3	6011.8	11896.2	65.90	34.10	40.53
2004	59501.0	39695.7	6636.0	13169.3	66.71	33.29	41.76
2005	67176.6	45094.3	7485.4	14596.9	67.13	32.87	42.99
2006	76410.0	51542.6	8477.9	16389.5	67.46	32.54	43.90
2007	89210.0	60410.7	9943.8	18855.5	67.72	32.28	44.94
2008	108487.7	73734.9	12212.8	22540.0	67.97	32.03	45.68

资料来源：根据《中国统计年鉴（2009）》计算整理。

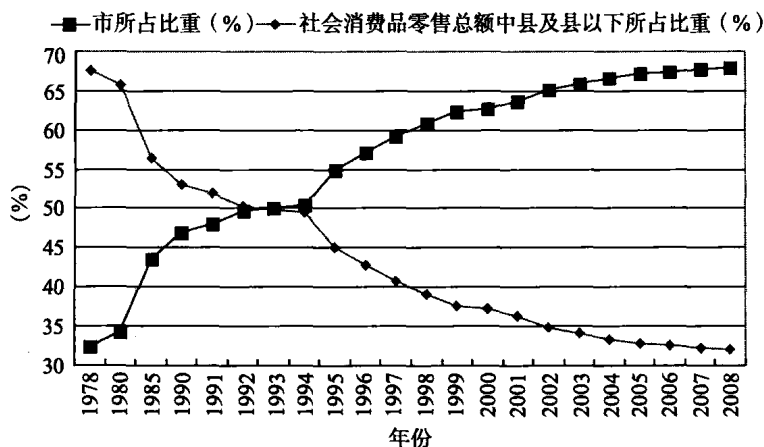


图 1.3 城乡社会消费品零售总额分别占比情况

资料来源：根据《中国统计年鉴·2009》计算整理。

然而，县及县以下社会消费品零售总额在全国社会消费品零售总额中的比重不断降低是多种因素共同作用的结果：一是随着城市化进程的加快，农村居民（真正常年居住在农村的居民）的数量将持续快速减少，即便农村居民的消费水平赶上城市居民，这一比重仍然会不断降低。二是随着农村交通条件的持续改善，相当数量的农村购买力外流到城市；三是农民工相当数量的在城消费；四是城乡收入差距持续扩大；五是城乡社会保障、教育、医疗、就业等二元体制对于农村消费的抑制。实际上，只有后两个因素才是“问题”之所在，因为前三方面的因素均与城市化直接相关。而城市化则是中国经济社会大势之所趋，城市化进程的严重滞后决定了今后的中国城市化进程还将加快，从而决定了“农村”地区（县及县以下的地区）社会消费品零售总额占全国社会消费品零售总额的比重还将进一步降低，否则反而是不正常的。

考虑到城镇人口比率不断上升的趋势，不妨换一种统计口径来衡量城乡社会消费品零售总额之间的差距。如果不考虑农村购买力外流和农民工在城消费，可以比较城镇人口比率与“城镇”社会消费品零售总额（市及县的社会消费品零售总额）占全国社会消费品零售总额的比率，通过这两个比率之间差额的变动来间接衡量城乡居民消费相对差距的变动（参见图 1.4 和图 1.5）。

图 1.4 表明，随着城镇人口比率的上升，“城镇”社会消费品零售总额占全国社会消费品零售总额的比率也同步上升。图 1.5 则表明，进入 21 世纪以来，城镇人口比率与“城镇”社会消费品零售总额（市及县的社会消费品零售总额）占全国社会消费品零售总额的比重之间的差额，虽然仍然维持在一个较高的水平上，但出现了持续下降的趋势，这在一定程度上反映出城乡居民商品

消费差距扩大的趋势有所扭转^①

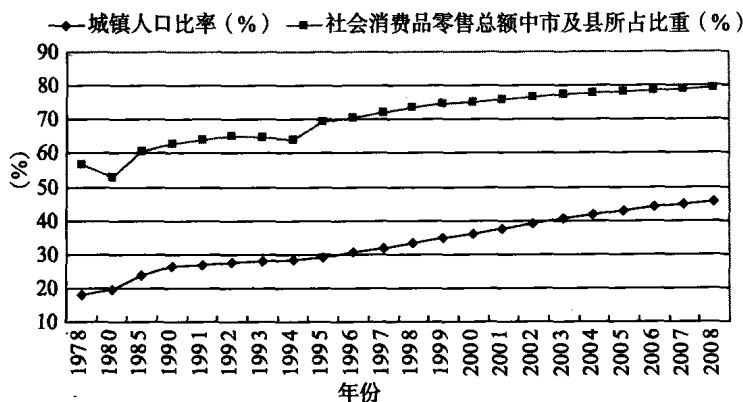


图 1.4 城镇人口比率及社会消费品零售总额中市及县所占比重
资料来源：根据《中国统计年鉴·2009》计算整理。

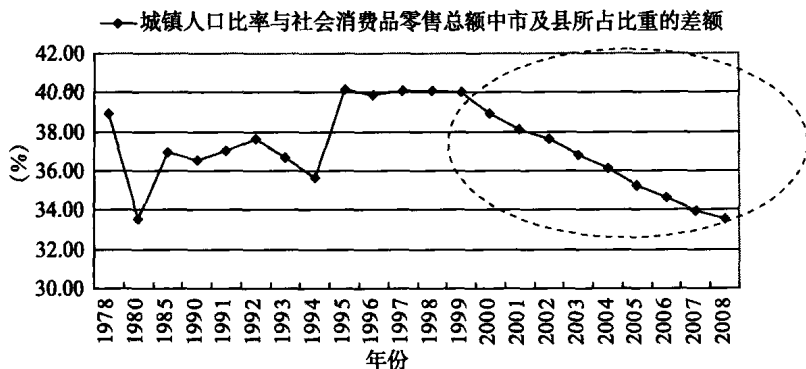


图 1.5 城镇人口比率与社会消费品零售总额中市及县所占比重之间的差额
资料来源：根据《中国统计年鉴·2009》计算整理。

注：○为城乡居民消费相对差距有所缩小。

① 这是在不考虑农村购买力外流和农民工在城消费影响的情况下得出的结论。即便如此，仅从数值上看，2008年两者的差额仍然高达33.54%，只是比1995年时的40.18%有所下降而已。