

城镇化进程中恩施州农民的消费特征调查

洪山山

吉首大学商学院 湖南 吉首 416000

摘要:以恩施州为例,研究武陵山片区农民消费的现状,发现恩施州农民的消费观念、行为和结构都有变化。研究表明,充分利用城镇化建设的良好契机,转变农民消费方式,是提高农民生活质量的有效途径。最后针对恩施市农民消费过程存在的问题提出了合理化的建议。

关键词:农民 消费特征 城镇化

1 概述

“十三五”期间的两大战略是新型城镇化战略与扩大消费战略,新型城镇化战略可最大程度释放农民工市民化的需求。新型城镇化不仅要积极“化人”,而且必须按照现代化的规律建设城市,扩大消费有两个关键点,首先是释放农民的消费潜力,其次是促进消费结构升级,这两方面都可能扩大消费空间,释放我国消费增长的巨大潜力。我国不少学者关于城镇化对消费行为的影响进行了定性的研究。大多数学者认为城镇化有利于扩大居民消费,但由于各方面的限制,城镇化对消费的促进作用还没有发挥出来。因此,对我国转型期农民消费行为的影响因素进行研究,揭示农民消费行为变化的特点和规律,对开拓农村市场,寻找解决国内有效需求不足的途径具有重要意义。

2 理论机理与研究设计

2.1 理论机理

2.1.1 城镇化影响农民收入,从而导致消费特征变化

城镇化可以有效的扩大居民的消费需求,另一方面可以推进农村剩余劳动力的转移,农民进入城镇就业,减少了直接从事农业的劳动力数量,相应地增加了农村劳动力的人均自然资源占有量,扩大农业经营规模和提高农民收入。城镇化潜在影响了农民的收入水平,消费水平与即期收入又是相互联系的,农民会依据即期收入来决定如何消费,因此城镇化的发展,通过影响农民收入,最终影响其消费特征。



图1 城镇化影响农民收入机理图

2.1.2 城镇化影响农民观念,从而导致消费特征变化

伴随城镇化的发展,更多的农民聚集向城镇,但对于消费正处于转型过渡期的农民来说,他们和城镇居民的消费习惯、观念和方式还是有所差距,因为消费惯性由此产生了攀比、效仿心理。相对收入假说强调了人们消费行为之间的相互影响,特别是高收入集团对低收入集团的示范效应,及消费者之间的攀比效应。因此,城镇化的进程中,农民开始向市民转化,对居民的消费观念会产生显著的影响,因此城镇化对农民的消费特征变化也具有显著的影响。

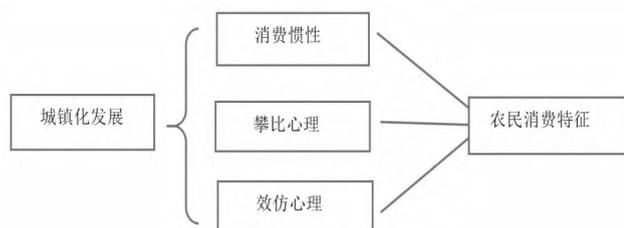


图2 城镇化影响农民消费观念机理图

2.2 研究设计

为探索在城镇化进程中农民消费方式转型的有效途径,提高农村的消费质量,我们选取武陵山区的典型地区恩施州为研究区域,通过实地调研和访谈展开研究。实际调查中,以恩施州的鹤峰县、利川县、来凤县为例,对当地农民和入城返乡农民为调查对象展开调查,访谈对象的抽样采用非随机抽样调查中的配额抽样法,按照一定的标志对总体进行分层分类排列,再以一定比例的配额,根据一定标准自由选取样本,按照年龄阶段和性别对三地的居民进行分类,以一定的配额选取样本,深入访谈,获得了针对研究内容的的数据。调查内容主要集中在农民在城镇化进程中的消费观念、行为等消费特征。

3 城镇化进程中恩施州农民消费特征分析

农村消费者特别多,但农民的购买力很低,农村消费市场不旺盛,城镇化的发展背景,对正处于转型期的农村消费者和相对空缺的农村消费市场提供了有利条件,对农村消费者的行为进行深入分析,有助于更好地把握农村市场,开拓农村市场,促进农民消费,更好的为农村消费者服务。

3.1 消费观念的改变

农村消费市场存在非常大的潜力,大多数农村消费市场未被完全开发出来,大多数农村消费市场现在还处于卖方市场阶段,真正适合农民的产品大多还处于短缺状态,市场还有很大的开发空间,农民的消费还未充分满足。城镇化的发展,农民收入的增加,更多的农民集中向城市,由于攀比心理,农民会更多的以城市的消费方式作为风向标,消费观念的更新,使农民的消费质量和数量得到了提高,农民愿意把更多的收入用于消费,提高了边际消费倾向和消费水平。

3.2 消费结构由发展型向享受型优化

消费结构一般指人们在生活消费的过程当中所消耗的各种消费对象所占的比例以及协调程度。消费结构可以反映居民的消费特征和消费趋势,伴随城镇化的发展,农民收入水平的提高,消费环境的变化,消费领域的扩大,农民的消费结构由维持基本生存向发展、享受方向转变。

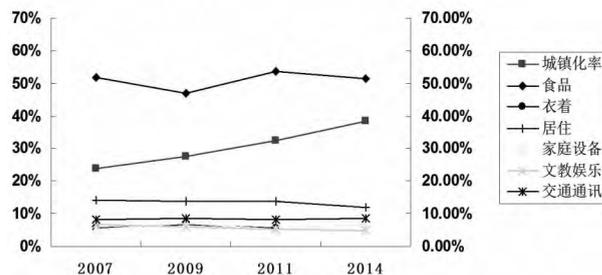


图3 城镇化与农民各项消费支出的比重关系
数据来源:恩施州统计年鉴整理。

由图1可知,在2007年到2014年期间,恩施州的城镇化率由24%增长到38.3%,农民的各项消费支出比重中食品支出呈下降趋势,由51.94%下降到51.35%,这正如经济学的恩格尔定律:随着生活水平的提高,基本食品支出在生活消费中的份额会越来越低;衣着消费百分比由5.96%缓慢上升到5.85%;居住消费百分比由14.08%缓慢下降到12.04%;家庭设备消费支出百分比由5.33%经历小幅下降后上升到6.61%;文教娱乐消费百分比由8.69%小幅下降到8.54%。

3.3 消费方式由数量到质量的升级

伴随着城镇化的发展,农民的消费观念的消费环境的变化,这必然会影响到农民的消费方式。

消费方式主要分为物质消费和精神消费。根据恩施州统计年鉴资料显示:恩施州的农民2007年到2013年期间,每百户拥有洗衣机的定基增长量为22.13%,电冰箱由2007年的每百户5.38台增长到2013年的54.72台,定基增长速度为917.1%;彩色电视机的环比增长速度为6.08%、7.16%、-10.82%、17.23%、34.58%和2.68%;热水器、摩托车、汽车、移动电话、彩色电视机等耐用电器数量增加,城镇化的发展,使农民所需的主要耐用消费品档次提高。恩施州国内旅游接待人数在大幅度增加,其中2013年接待国内旅游收入的环比增长量为470.66亿元,2006年的环比增长量为25.73亿元,农民人均收入定基增长速度为186.94%。恩施州农民由原来的保守型消费者转型为过渡型消费者,对消费品的需求由数量扩张型转变为质量型。

通过上述分析可以看出,伴随着城镇化的发展,恩施州农民的消费观念正处于一个过渡模糊的时期;消费结构在进一步优化,但是文教娱乐消费支出的

减少不利于消费结构的科学化,基础设施的相对落后不利于农民消费环境的发展,他们的消费方式缺乏科学的引导。

4 优化与提升农民消费质量的建议

由前面的理论分析发现:城镇化发展会通过提高农民收入水平、改变农民的消费观念及改善农民消费方式来促进农民消费增加。近年来,政府将扩大国内消费需求作为经济工作的重点,我国农村人口多、范围广,这就决定了扩大消费需求的最大潜力在农村,因此充分利用城镇化的发展背景,有利于进一步扩大农民的消费。

4.1 转变农民的消费观念,引导农民消费

农民已经习惯于以赶集的方式来消费,大多集中于农贸市场,消费方式单一。在较多的农村地区,电视信号弱,网络覆盖度较低,农民很难在短时期内掌握很多复杂的操作技术,限制了农民消费,比如网上交易,农民的科学文化知识水平普遍不是很高,对外界新鲜事物的接触还有一个过程,新的消费观念处在转型期。

一方面,更新农民的消费观念要和引导提高农民生活品质相结合,提高生活品质,特别是要改变以“以吃为中心”的消费观,要进一步提高精神文化追求,积极引导农民选择健康、正确的消费方式。

另一方面,改变农村居民相对闭塞“量入为出”的消费观念,扩大农村市场的消费空间,政府鼓励农村金融机构开放信贷业务,让农民习惯信用消费,从单一的消费方式中解放出来。

4.2 优化消费结构

4.2.1 增强农民收入

导致农民消费增长最关键的因素是农民收入的增长,那么就应当把农民从单一的小农经济中解放出来,转移到城市从事第二、三产业,从增长环境来看,城镇化提供了好的外部环境。但对于以农业经营收入为主要收入的农民,只有收入增加了,农民的医疗和养老才有保证,他们的消费才会由发展型消费向享受型优化。因此适当提高农民财政性收入和转移性收入,增加对农民的各种补贴,例如,种粮农民粮食补贴、农业机械购置补贴等。对于财政性收入,土地是农民主要的生产资料,充分保证农民的土地权益,依靠多样化的土地流转模式来为增加农民的财政性收入寻找有效的途径,增强农村创业环境,鼓励农民回乡创业。

4.2.2 科学引导农民消费,树立健康消费观

当前大部分农民消费领域存在的突出问题是农民的消费结构处于转换时期,农民消费水平、消费结构转变滞后于经济社会发展。进入城镇的农村居民,购买各种消费品时,不仅会与同一收入阶层的城镇居民比较,而且会受到较高收入阶层消费时尚的影响以及各种广告的诱惑。由于消费示范的影响,所有这些影响诱使农村居民改变原有的消费习惯,因此可以通过口碑、塑造品牌形象来赢得农村消费者。应有针对性的设计实用、可靠的产品,在服务上重视售前引导,售后服务,使农民能充分了解和和使用新的产品;农民有对权威的信任和服从,以及攀比、好从众心理,对那些有影响力的人就应该培养成企业的核心客户,起到积极带头作用,优化消费结构。

4.3 政府加强引导,改善农村消费环境

拓展农村市场城镇化可以加强农村基础设施建设。政府要落实对农村各项基础服务设施的建设,完善水利、电力、通信和公共服务设施基础服务。当前,许多农村地区收不到电视信号,网络覆盖率低,农民受教育程度不高,这些都限制了消费,处于各种消费层次的市场都有未被满足的空间,就需要相应的产品和服务去填补这个市场空间,去满足农民的需求,促进现代化消费品在农村的普及,提高农民的消费质量。政府应该积极引导农民提高维权意识,加大对教育的投入,从而改变农村贫困的现状,使农民过上更好的生活。

参考文献:

- [1]潘明清,高文亮.我国城镇化对居民消费影响效应的检验与分析[J].宏观经济研究,2014(01):118-125.
- [2]田雪原.人口城市化驱动消费需求效应研究[J].中国人口科学,2000(2):1-7.
- [3]孙虹乔,朱琛.中国城镇化与农村消费增长的实证分析[J].统计与决策,2012(5):90-93.
- [4]贺菊煌.消费函数分析[M].社会科学文献出版社,2000.
- [5]恩施州统计局.恩施统计年鉴[J].恩施:恩施州统计出版社,2008-2013.

基金项目:

吉首大学大学生研究性学习和创新性实验计划资助项目。