

DOI:10.3969/j.issn.1674-8131.2014.05.03

农村消费方式变迁及其作用消费增长的机理*

胡绍雨^{1,2}, 申曙光¹

(1.中山大学 岭南学院,广州 510275;2.中南财经政法大学 武汉学院,武汉 430079)

摘要:改革开放以来,我国农村消费方式从与传统农业生产相适应的分散化、个体化、封闭性、低层次的传统消费方式,逐步向集中化、社会化、市场化、重视享受与发展的现代消费方式转变;其中,农村耐用消费品消费从“贫困—温饱”到“温饱—小康”再到“小康—全面小康”的三个阶段特征表现得尤为明显;消费习惯、消费者的自我认同、社会分层属性、区域位置、消费制度、家庭生命周期以及家庭收入是影响农村耐用消费品消费方式及其演进方向的重要因素。消费方式的变迁可以直接带来消费量的增加,而消费方式的变迁综合地取决于农民自身因素、农村客观环境因素和农民收入;同时推动消费方式变迁和农民收入增加,可以用较小的社会变革实现农村消费的较快增长。因此,新农村建设应“改善农村环境”“增加农民收入”“提高农民素质”三者并重,才能更有效地促进农村消费。

关键词:农村消费;消费方式;传统消费方式;现代消费方式;耐用消费品;新农村建设;改善农村环境;提高农民素质;农民增收;扩大内需

中图分类号:F014.5;F320.1

文献标志码:A

文章编号:1674-8131(2014)05-0022-08

一、引言

消费问题一直是经济理论研究的核心理和前沿内容之一,历来是经济研究的热门话题。国外对居民消费的研究大多集中在消费经济和消费函数领域。曼昆(1982)认为耐用品的购买过程接近于随机游走;杜宾和麦克方登(1984)讨论了耐用品的选择和对电力的引致需求;巴伊兰和布林德(1987)则建立了一个耐用品购买理论。从国内研究现状来看,学术界对农村居民消费问题的研究主要集中在

以下方面:一是农村居民的消费支出习惯,即消费结构的研究,既有比较静态分析,也有动态分析(齐福全,2007;张凡永,2007)。二是对消费行为及其影响因素的分析,李宝库(2005)基于大量的营销调查数据,提炼出农村居民消费模式,探索性地提出了农村消费模式研究的分析路径。随着家电等耐用消费品在城镇市场的饱和与过剩,国内学者开始重视关于农村耐用消费品研究。同时,研究领域从消费函数的解释和适应性研究,扩展到对假设条件的修订和制度层面的探索;研究对象也从食品、家用电

* 收稿日期:2014-06-03;修回日期:2014-07-05

基金项目:国家社会科学基金重大招标项目(10zd&038);中国博士后科学基金面上资助项目(2013M542231);湖北省教育厅人文社科项目(2012G419)

作者简介:胡绍雨(1980—),男,湖北武汉人;中山大学岭南学院经济学博士后,中南财经政法大学武汉学院副教授,主要从事公共经济、社会保障与财税研究;Tel:13720162849,E-mail:hushaoyu881@126.com。

申曙光(1963—),男,湖南邵东人;中山大学岭南学院教授,中山大学社会保障研究中心主任,博士生导师,主要从事金融保险与社会保障研究。

器、日常用品等一般消费品扩展到文化教育、医疗卫生、基础设施等各类消费品。

但是,在众多的研究中也存在明显的不足:关于消费问题的研究往往注重现象描述和数据验证,而忽视对内在消费行为及其变化成因的分析,将消费问题从“消费现象解释”到“消费行为推演”再到“深层次原因剖析”的研究成果并不多见,尤其是对消费行为变迁作用消费增长的机理缺乏深入探讨。有鉴于此,本文将在总结我国农村消费,尤其是耐用消费品消费方式变迁过程及其影响因素的基础上,通过消费函数(广义的恩格尔曲线)模型探讨消费方式变迁影响消费增长的作用机理,以丰富和拓展有关理论研究,并为进一步促进我国农村消费,有效扩大内需提供政策参考。

二、我国农村消费方式的变迁

改革开放以来,随着我国农村经济的迅速发展,农民收入水平有了很大提高,农村居民家庭生活方式出现了新的变化,与消费方式密切相关的劳动方式、交往方式、婚姻方式和娱乐方式也都有了极大的改变。首先,农村的劳动方式发生了变化,土地生产目标从粮食作物转向经济作物,农民职业范围扩大,大批农民进城打工。其次,农民的社会交往方式发生了变化,交往对象由亲缘、血缘转向业缘,交往范围已由过去村与村、镇与镇发展为农村与城市的交往。再次,农民的婚姻生活方式发生了变化,随着户籍制度改革对农村劳动力流动限制的放宽,跨县、地市以及跨省婚姻也越来越多。最后,农民的文化娱乐生活方式发生了变化,文化生活由过去的户外露天电影、户内黑白电视发展到丰富多彩的文化娱乐活动,如文化活动中心、图书室、歌舞厅、咖啡馆等。与此相对应,农村的消费方式也发生了较大的变化,从过去与传统农业生产相适应的分散化、个体化、封闭性、低层次的传统消费方式,逐步向集中化、社会化、市场化、重视享受与发展的现代消费方式转变,科学、文明、健康、开放的消费方式开始在农村形成和发展。

1. 从传统分散化、个体化的消费方式向集中化、社会化的消费方式转变

长期以来,传统分散化、个体化的消费方式是我国农村的基本消费方式。由于受农村分散居住

的影响,农村消费也比较分散,往往村庄是农民廉价日用品的购物中心,县城是其大宗产品的购物中心。虽然随着交通、通讯等技术的发展,农村消费出现日渐集中的趋向,但目前分散性仍是很多农村消费方式的主要特征。同时,农村居住的分散化,加大了公共服务和公共基础设施的建设成本,在政府财政支农投入不足的情况下,消费服务的个体化成为必然的选择。分散化、个体化的消费方式往往导致消费的负外部性大于正外部性,人们只愿意消费,不愿意投入和维护;而集中化、社会化的消费方式可以导致消费的正外部性和规模经济性,极大地提高农村公共消费品,如公共环境与服务、公共教育、公用卫生服务等基础设施的使用效率。新农村建设的一个重要战略任务就是改变这种分散化、个体化的消费方式。近些年来,随着我国城市化进程的加快,推动了农民集中化居住和社会化服务,促进了农村消费方式向集中化、社会化的转变。

2. 从封闭的、自给自足的消费方式向开放的、市场化的消费方式转变

我国传统的农村经济是小农经济占主导地位的经济形态,小农经济的弱质性决定了农民生活消费在很大程度上是以自给性消费为主,消费结构层次较低,重储蓄轻消费,奉行量入为出的消费准则。传统生活习惯和文化观念牢固地根植于农民的意识之中,这些因素决定了封闭的、自给自足的消费方式在农村占据着重要地位。改革开放以来,随着市场经济的快速发展,农村劳动方式、交往方式、婚姻方式和娱乐方式发生了巨大的变化,农村消费方式也逐步由封闭型向开放型转变,农民生活消费的市场化进程明显加快,在八大类生活消费中,除食品和居住消费外,其余的基本实现了市场化。开放的、市场化的消费方式已经成为当前农村主要的消费方式。

3. 从注重生存型消费方式向注重享受和发展型消费方式转变

改革开放以来,随着农民收入的增加,农村消费方式逐步由满足基本生活需要型向追求生活质量提高型转变。按照联合国粮农组织标准,我国已经进入小康阶段,向比较富裕阶段发展。与此同时,我国农村居民消费由重实物消费向实物和服务

消费并重转变。1990—2010年,农民用于食品、衣着、住房等基本生活需求型消费支出比例,由1990年的83.91%下降为2010年的66.18%;而同期用于提高生活质量的消费支出,如家庭设备、文教娱乐用品及服务、医疗保健、交通通信等方面的支出,则由1990年的15.35%增加到2010年的31.67%。享受和发展型消费比重的上升,反映出农民消费观念的积极转变,也反映出农民消费方式的多元化。目前,我国农村正从传统的注重生存型消费方式向现代的注重享受和发展型消费方式转变。

三、农村耐用消费品消费和消费方式变迁的影响因素

1. 改革开放以来我国农村耐用消费品消费的变迁

耐用消费品是指消费周期较长、单位价值较高、产品替代性较差、需求弹性较大的商品,其拥有量的高低是反映居民生活水平和质量的重要标志(牛筱颖,2005)。目前,耐用消费品主要包括洗衣机、电冰箱、空调、摩托车、电话、电视机、照相机、计算机以及家用汽车等。

改革开放以来,我国农村耐用消费品消费增长迅速,经历了一个从低档向高档、从生存型向发展型和享受型转变的历史过程。在这一变迁过程中,农村居民耐用消费品的消费水平、结构、方式及影响因素等均发生了较大的变化。从实物形态来看,我国农村居民家庭耐用消费品消费经历了三个发展阶段,每个阶段耐用消费品的代表品种各不相同。

一是“贫困—温饱”阶段。农村居民家庭尚未完全解决温饱生存问题,耐用消费品主要以满足生活基本需求为主,属于低档品。此阶段农村耐用消费品主要以自行车、手表、缝纫机和收音机为代表,即所谓的“老四件”,这些耐用消费品属于当时的生活必需品。

二是“温饱—小康”阶段。农村居民家庭基本解决温饱,物质和文化生活的需求趋向多样化,以提高生活水平为目的的耐用消费品进入农民家庭。此阶段农村耐用消费品主要以电风扇、电视机、洗衣机、热水器、影碟机、电冰箱、摩托车和固定电话等中档品为代表,即所谓“新八件”时期。

三是“小康—全面小康”阶段。农村居民家庭基本实现小康,消费更加侧重于提高生活质量和自

身素质发展等方面。此阶段农村耐用消费品主要以组合音响、移动电话、照相机、空调、抽油烟机、录像机、家用计算机和家用汽车等高档品为代表,即所谓“小康八件”时期。

根据商品的消费周期理论,目前“老四件”均进入消费衰退期,逐步退出农村耐用消费品范畴;“新八件”除电风扇进入消费衰退期外,其他均处于消费成长期和消费成熟期,是当前农村大力推进和发展的耐用消费品;而“小康八件”除移动电话处于消费成熟期外,其他基本处于消费导入期和消费成长期(荣昭等,2002),随着农村消费市场的完善和农民收入的水平提高还有很大消费潜力。

2. 影响我国农村耐用消费品消费方式的主要因素

在我国农村消费方式的转变过程中,消费习惯、消费者的自我认同、社会分层属性、消费制度、区域位置、家庭结构、收入状况等主观和客观方面的因素起着重要的作用,这些因素从不同角度影响着农村耐用消费品消费方式的内涵、等级、类型和演进方向。

(1) 消费习惯决定消费方式的特异性

消费习惯是人的文明化和社会化程度的反映,体现了社会环境对人的教化和塑造作用,具有社会属性。消费过程不仅是商品的交换价值和使用价值实现的过程,而且是商品的社会生命和文化生命的形成、运动、转换和消解过程。消费习惯是消费阶层划分的重要标志之一,消费习惯与特定的消费约束条件相结合,决定了消费方式的特异性。

针对我国农村而言,消费习惯受三种价值导向,即群体价值导向、环境导向、自我价值导向的影响,决定了耐用消费品消费方式的特异性(刘建国,1999)。群体价值导向的消费习惯决定了从众的、利他的消费方式,表现为耐用消费品消费上的“攀比”和“家庭利他”;环境导向的消费习惯决定了传统的、后顾式的消费方式,表现为耐用消费品消费上的“节俭”和“谨慎”;自我价值导向的消费习惯决定了求廉、实用主义的消费方式,表现为耐用消费品消费上的“便宜”和“够用即可”。这些消费习惯共同决定了我国农村耐用消费品消费方式的特异性。

(2) 消费者的自我认同是影响消费方式的心理

前提

一般而言,消费者是具有特定的社会位置和群体归属的人。社会生活中的人们必然要对人的群体归属进行划分,并为自己找到一个群体归属;他们通过归属认同存在于社会,并通过自我认同与他人进行交往。市场经济为人们的消费方式提供了多样的可能性。那么,在多种消费方式并存的情况下,人们选择何种消费方式,在很大程度上是由人们的认同所决定的。人们的认同和消费不过是统一过程的两个方面,消费什么、不消费什么,是人们对某种有价值的东西认同的反映。具有相同文化背景、谋生手段和思想观念的人们,自然而然会相互吸引。人们选择与具有相同生活方式的人毗邻而居,一旦安居下来,自然会模仿邻居;他们采取相似的社会价值观,形成类似的品味和期望,在产品、服务的购买以及媒体使用等方面展现共有的行为模式(Lastrape et al, 2006)。农村耐用消费品消费方式中表现出来的“邻居效应”“仰城效应”就是这种身份认同的两个例证。农民自我认同的变化是其消费方式变化的重要心理前提。

(3) 社会分层属性影响消费方式的等级

社会分层是社会权利、社会资源占有和分配所形成的社会地位之间不平等关系的结果。社会分层的秩序,一方面取决于经济技术状况和经济机制的基础,同时也受到政治社会利益以及文化传统的强大影响。社会分层属性是决定消费方式等级的重要因素。

改革开放以来,随着社会经济分化,我国社会分层体系发生了根本性的变化,由原来的“两个阶级一个阶层”(工人阶级、农民阶级和知识分子阶层),转变为十个主要的社会阶层,即国家与社会管理者阶层(干部)、经理人员阶层、私营企业主阶层、专业技术人员阶层、办事人员阶层、个体工商户阶层、商业服务业员工阶层、产业工人阶层、农业劳动者阶层以及无业、失业、半失业人员阶层。农民处于社会阶层的较底层,其拥有的社会权利、占有的社会资源也较少,所以农村耐用品消费方式必然是社会所有消费方式中较为简单和低级的消费方式。

(4) 区域位置影响消费方式的类型

随着经济发展和科技进步,地理环境因素对消费方式的影响力在下降,但是,地理环境因素始终是影响消费方式不可忽视的因素。资源禀赋状况

的不同,造成消费成本的差异,进而影响消费方式的最优化选择。北方与南方、沿海与内地、高山与平原地理环境和资源禀赋的不同,必然形成不同的消费方式。一般来讲,由于消费者区域位置相对稳定,所以,由其决定的消费方式具有稳定性和长期性。

按照我国地理位置、资源状况以及经济发展水平综合来划分,农村消费方式可分为大城市郊区型、沿海发达地区型、农业主产区型、多业经营杂居区型和贫困高原区型(罗楚亮, 2004)。大城市郊区受城市的辐射和示范效应强烈,农村消费方式与城市有相当的相似性,居民的耐用消费品的拥有量与城市接近;在沿海发达的农村地区,与大城市郊区有着类似的消费方式,但是,由于家庭消费次序中住房投资占据着重要地位,受收入的制约,居民耐用消费品的拥有量明显低于大城市郊区型农村居民;在广大农业主产区,农业的综合生产能力决定着农民收入的多少,进而决定其消费方式与城市消费方式的差距,一般而言,其耐用消费品的拥有量低于大城市郊区和沿海发达地区的农村居民家庭;多业经营杂居区多为山区、农牧交错区和少数民族聚居区,农业自然禀赋差异巨大,农业基础设施薄弱,消费方式较为落后,居民耐用消费品的拥有量较低,群体间的差异较大;贫困高原区为贫困的高原牧区和山区,自然条件和消费环境恶劣,农民处于贫困或绝对贫困状态,消费方式原始而粗放,耐用消费品的拥有量很低。

(5) 消费制度影响消费方式的选择

按照新制度经济学理论,消费制度分为正式消费制度和非正式消费制度。非正式消费制度是人们在长期交往中无意识形成的,具有持久代表性的代代相传的文化组成部分,包括消费价值观念、消费文化、消费习惯、消费的内化规则、消费习俗和礼貌等(Erceg et al, 2006);正式消费制度是人们有意识创造的一系列关于消费的政策法规。消费是消费者在一定的社会形态中,以消费资料所有制为基础,通过一定的社会消费方式,运用消费资料和劳务满足自己生活需要的行为和过程,即消费是由消费者、消费对象、消费工具、消费资料所有制、社会消费方式以及五者之间相互关系组成的制度;消费方式可以表示为以上各个制度的函数。因此,各类消费制度的状况直接影响消费方式的选择,比如:

消费者制度通过规范厂商、消费者和政府之间的消费关系,影响消费主体的消费地位,进而影响其消费方式的选择。

(6) 家庭生命周期影响消费方式的内涵

家庭消费是人类最基本的消费方式。家庭都要经历一个产生、发展到解体的生命周期过程,消费表现为一个长期性、差异性、波动性和非均衡性的活动过程。与此相适应,家庭消费方式的内涵也发生着变化。

一般而言,在家庭生命周期的不同阶段,由于人口数量、成员职业、社会地位、收入水平、生理和心理状况的不同,消费内容和规模差异性较大。对于耐用消费品来讲,在家庭的不同生命周期阶段,消费品的种类各异。在我国农村,新婚期往往是农村耐用消费品的集中消费时期,消费品种涉及生活必需的各类耐用消费品和部分奢侈类消费品,如彩色电视机、洗衣机、摩托车等。但随着子女的出生和成长进入满巢期时,耐用消费品的消费则主要是更新旧的品种和增加子女教育必需的耐用消费品,耐用消费品的消费呈现出常态化和理性化。而处于单身期、空巢期和解体期的农村家庭,耐用消费品的消费则非常少,即使有也大多是代际消费的结果,或是子女为父母购买耐用消费品,或是老人为孙子辈购买学习、生活用品等。总之,家庭消费的这些特点,决定了家庭生命周期极大地影响着农村耐用消费品消费方式的内涵。

(7) 家庭收入影响消费方式的演进方向

家庭消费是以家庭收入为前提的,家庭收入水平高低决定消费水平、消费结构和消费方式的演进方向。根据农村居民家庭人均纯收入状况,我国农村内部消费方式可分为农村温饱型、农村小康型、城市小康型等消费方式。如果将收入水平与消费方式对应,那么,低收入户属于贫困阶层,中低收入户属于温饱阶层,贫困阶层和温饱阶层的消费方式类似,均为农村温饱型消费方式,主要以满足日常生活需求为主,耐用消费品拥有量较低,且多为低级的耐用消费品;中等收入户和中高收入户属于小康阶层,温饱已经解决,有一定的存款,在我国农村占据主体地位,是农村消费的中坚力量,除了日常的消费之外,耐用消费品有一定的拥有量,表现为农村小康型消费方式;高收入户属于富裕阶层,除拥有一般耐用消费品以外,收入弹性大的耐用消费

品(如小轿车)也有一定拥有量,具有城市居民的消费特征,表现为城市小康型消费方式,也是农村消费方式的领导者(贺振华等,2006)。这几种消费方式,随着农民收入的增加呈现渐次演进的趋势。

四、消费方式变迁作用消费增长的机理

农村消费方式受主观和客观多方面因素的影响,这些因素的共同作用决定着其消费方式的变迁方向,进而影响农村消费的增长。在此借鉴有关的研究成果,具体分析消费方式的变迁方向及其对消费增长的作用机理。

1. 消费方式与消费增长

按照现代西方消费理论,影响消费增长的主要因素是收入,消费方式对消费的影响往往作为既定的外在因素被固化。其实,消费方式作为消费者与消费资料的结合形式客观地存在于社会之中,其变迁不仅影响消费者的行为,而且影响消费量的变化,这从下面的模型中可以直观地反映出来。

假设 Q_i 是农村某类消费品的消费量,如彩电消费量; b_i 是该类消费品的消费方式,一般而言,消费方式总是与公共消费品的数量密切相关,因此,消费方式可以间接表示为与该类消费品配套的公共消费品的数量,如与彩电配套使用的电网和和电视信号覆盖率; I_i 为农村居民收入。则农村消费该类消费品的消费函数可表示为: $Q_i = b_i + f(I_i)$ 。其轨迹是一条广义的恩格尔曲线,即某类商品消费支出占总生活费用支出比例的变动轨迹,也就是说彩电的消费量随着农民收入和彩电使用相关配套设施的变化而变化(樊潇彦等,2007)。

对于农村某类消费品的消费而言,如农村彩电消费,消费量 Q_1 随着收入 I_1 的变化而变化,是典型的恩格尔曲线。从静态角度来看, b_1 变量是外生的,在短期内是稳定的,且决定恩格尔曲线的高低,也就是说彩电配套的公共设施短期内是不变的,那么彩电的消费量由曲线 $Q_1 = b_1 + f(I_1)$ 决定。从动态的角度来看, b_1 变量是内生的,消费方式随着时代的进步而变迁,会演进到更高层次的消费方式(袁志刚等,1999),如随着彩电配套公共设施的完善, b_1 变为 b_2 ,曲线上升为 $Q_2 = b_2 + f(I_1)$ 。所以,在收入不变的情况下, b_1 上升到 b_2 ,消费方式的变迁可以直接带来消费量的增加,即彩电消费量从 Q_1 增加

到 Q_2 (如图 1)。

因此,消费方式变迁对于促进农村消费增长的现实意义在于:加快农村基础设施的建设,改善农村生产和生活环境,改变农民的消费方式和生活方式,不仅可以实现建设社会主义新农村所要求的农村社会面貌的根本性改变,也将极大地促进农村的市场繁荣和消费增长,进而解决长期困扰我国经济发展中的内需不足问题,带动产业结构的升级,实现国民经济的良性和健康发展。

2. 消费方式的演进趋势

从全社会的角度来看,农村消费方式 b_{ij} 是内生的(i 表示农村的某类消费品, j 表示农村的某类消费阶层),是由农民自身因素 A_{ij} (消费习惯、消费者的自我认同、所属社会阶层、教育程度、家庭结构等)、农村客观环境因素 Z_{ij} (消费环境、区域位置等)、农民收入和资产状况 I_{ij} 等方面决定。在收入和资产状况不变的情况下,消费方式是农民自身因素和农村客观环境因素的函数,即 $b_{ij} = A_{ij} + f(Z_{ij})$ 。对于农村不同消费阶层而言,农民自身因素是相对稳定的,即 A_{ij} 是取值不连续的常数,也就是说农民自身因素的变化是在量的积累达到一定程度后跳

跃式的变化过程。随着时间的推移、社会的进步,消费方式的变化与农村客观环境 Z_{ij} 遵循效用递减规律。因此,在农村广大地区,由于农民自身因素和农村客观环境等因素的差异很大,将会同时存在各种不同类型的消费方式(b_{11} 、 b_{12} 、 b_{13}),这些消费方式呈现出波浪式向上演进的趋势(如图 2)。

从短期来看,农民自身因素和农村客观环境因素是相对固定的,即 A_{ij} 和 Z_{ij} 保持不变,消费方式与农民收入的关系即为 $b_{ij} = (A_{ij} + Z_{ij}) + f(I_{ij})$ (如图 3)。随着收入的增加,消费方式将会发生变迁,由于收入 I_{ij} 与消费方式的变化遵循效用递减规律,所以变迁的规律也是一条近似的恩格尔曲线(苏良军等, 2005)。

从长期来看,农民自身因素和农村客观环境因素均是变化的。因此,消费方式变迁将综合地取决于农民自身因素 A_{ij} 、农村客观环境因素 Z_{ij} 和农民收入 I_{ij} ,即 $b_{ij} = A_{ij} + f(Z_{ij}) + f(I_{ij})$ (余永定等, 2002)。将图 1 和图 2 叠加,即得到包含各种因素的消费方式演进图(如图 4)。所以,对于农村的某一消费阶层而言,随着农民自身境况、农村客观环境的改善和收入的增加,消费方式将沿着波浪曲线的发展方向演进。

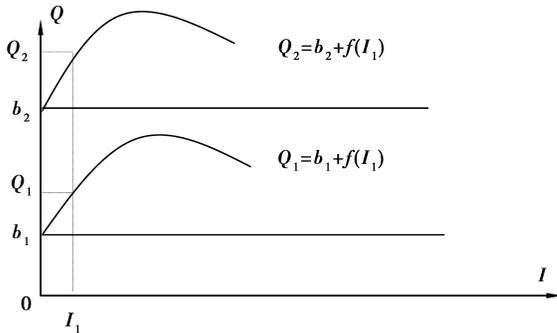


图 1 消费方式演进与消费增长的关系

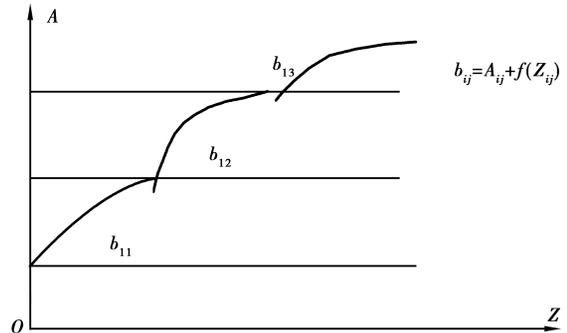


图 2 客观环境与消费方式演进的关系

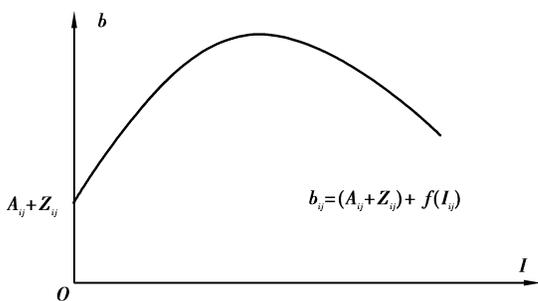


图 3 消费方式与收入的关系

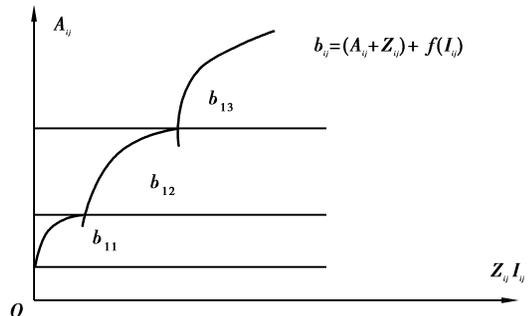


图 4 消费方式的演进

因此,要促进农村消费增长,应把握农村消费方式演进的方向,着力解决影响其变迁的因素——农民自身因素、客观环境因素和农民收入,实现消费方式由量的积累到质的飞跃。这也说明,要全面建设社会主义新农村,促进农村经济增长,不仅需要增加农民收入(积累农村消费方式的量变),也需要改善农村制度环境、消费环境和提高农民素质(促进农村消费方式的质变)。

3. 消费方式、收入与消费增长

对于农村社会所有阶层的各类消费品而言,消费量将综合地取决于农村消费方式和农民收入的变化,即 $Q_{ij} = b_{ij} + g(I_{ij}) = B(A_{ij}, Z_{ij}) + F(I_{ij})$ 。由于消费方式和农民收入的变化均遵循效用递减规律,所以,由消费量、消费方式和农民收入构成的函数表现为一个立体的钟(Monacelli, 2009)。当然,这里有一个隐含的前提假定,即消费方式与农民收入是相对独立的变量。

由于 $b_{ij} = A_{ij} + f(Z_{ij}) + f(I_{ij})$, 所以:

$$Q_{ij} = b_{ij} + g(I_{ij}) = A_{ij} + f(Z_{ij}) + f(I_{ij}) + g(I_{ij})$$

$$\text{令: } B(A_{ij}, Z_{ij}) = A_{ij} + f(Z_{ij})$$

$$F(I_{ij}) = f(I_{ij}) + g(I_{ij})$$

$$\text{则: } Q_{ij} = b_{ij} + g(I_{ij}) = B(A_{ij}, Z_{ij}) + F(I_{ij})$$

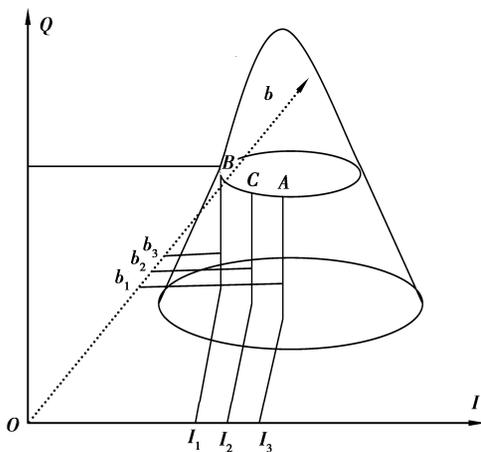


图5 消费方式、收入与消费增长的关系

上式的经济含义为:要实现一定量的消费增长,可以有三个途径:一是在收入不变的情况下,即 I_1 保持不变,通过消费方式的变迁($b_1 \rightarrow b_3$),实现消费的增长,如图5中表示的B点;二是在消费方式不变的情况下(b_1 保持不变),通过农民收入增长

($I_1 \rightarrow I_3$),也可以实现消费增长,如图5中A点;三是在增加农民收入和改变消费方式的共同作用下($I_1 \rightarrow I_2$ 和 $b_1 \rightarrow b_2$),同样可以实现等量的消费增长,如图中C点。但是,很明显, $I_1 < I_2 < I_3$ 且 $b_1 < b_2 < b_3$, 即收入较小增加和消费方式较小改变的共同作用,可以实现较大的消费增长,也就是说用较小的社会变革实现较大的消费增长。

因此,通过同时推动消费方式变迁和农民收入增加,可以用实现农村消费的更快增长。当前,我国要实现农民收入的大幅度增长和农村消费方式的巨大跳跃,均有较大的难度。因为农民收入的大幅增长依赖于农业生产效率的提高和农民非农产业收入的增加,前者与科技进步密切相关,后者与城市化进程密切相关,此两者均不是短期能够迅速解决的问题。而消费方式的变迁与农民的素质和消费环境有关,这些也往往是一个缓慢的发展过程。所以,从促进农村消费来讲,“改善农村环境”“增加农民收入”“提高农民素质”三者并重是新农村建设的深刻内涵之一。

参考文献:

- 樊潇彦,袁志刚,万广华.2007.收入风险对居民耐用品消费的影响[J].经济研究(4):124-136.
- 刘建国.1999.我国农户消费倾向偏低的原因分析[J].经济研究(3):52-65.
- 罗楚亮.2004.经济转轨、不确定性与城镇居民消费行为[J].经济研究(4):100-106.
- 贺振华,寇宗来.2006.收入分布、厂商定价与耐用品的消费扩张[J].南方经济(8):5-16.
- 牛筱颖.2005.耐用品理论研究综述[J].经济学动态(10):99-104.
- 苏良军,何一峰,金赛男.2005.暂时收入真正影响消费吗?——来自中国农村居民面板数据的证据[J].管理世界(7):26-30.
- 荣昭,盛来运,姚洋.2002.中国农村耐用消费品需求研究[J].经济学(季刊)(3):590-602.
- 余永定,李军.2000.中国居民消费函数的理论与验证[J].中国社会科学(1):123-133.
- 袁志刚,宋铮.1999.城镇居民消费行为变异与我国经济增长[J].经济研究(11):20-28.
- ERCEG C, LEVIN A. 2006. Optimal Monetary Policy with Durable Consumption Goods [J]. Journal of Monetary Economics, 53: 1341-1359.
- LASTRAPE W D, POTTS T D. 2006. Durable Goods and the

Forward-looking Theory of Consumption: Estimates Implied by the Dynamic Effects of Money [J]. *Journal of Economic Dynamics & Control*, 30:1409-1430.

MONACELLI T. 2009. New Keynesian Models, Durable Goods, and Collateral Constraints [J]. *Journal of Monetary Economics*, 56:242-254.

Mechanism for the Evolution of Rural Consumption Methods of China and Their Action on Consumption Growth

HU Shao-yu^{1,2}, SHEN Shu-guang¹

(1. *Lingnan College, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China;*

2. *Wuhan College, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430079, China*)

Abstract: Since the reform and opening-up, China's rural consumption methods gradually evolve from the traditional consumption methods such as decentralization, individualization, closure and low level which befit the traditional agriculture to modern consumption methods such as centralization, socialization and marketization which focus on the enjoyment and development, among which the consumption of rural durable products significantly shows the feature from "poverty to ample food and clothing", then from "ample food and clothing to all-round well-being", then from "all-round well-being to overall all-round well-being", and the important factors affecting rural durable product consumption methods and their evolution direction are consumption habit, self-cognition of the consumers, social hierarchy attribution, regional location, consumption system, household life cycle and family income. Consumption method evolution can directly bring the increase of consumption quantity, however, the consumption method evolution comprehensively depends on the self-factor of the peasants, rural objective environment factors and the income of the peasants, and meanwhile, the promotion of the consumption method evolution and the peasant income increase can relatively use small social reform to realize the rapid increase of rural consumption. Thus, village reconstruction should pay the same attention to "improving rural environment", "increasing the income of the peasants" and "raising the quality of the peasants" so that rural consumption can be effectively boosted.

Key words: rural consumption; consumption method; traditional consumption method; modern consumption method; durable product consumption; village reconstruction; rural environment improvement; peasant quality promotion; peasant income increase; domestic demand enlargement

CLC number: F014.5; F320.1

Document code: A

Article ID: 1674-8131(2014)05-0022-08

(编辑:夏冬)