

发达地区农民消费结构的关联分析及变动预测

——基于广东省 2000—2010 年面板数据的分析

苏柱华¹, 李 源²

(1.广东省农业科学院 科技情报研究所,广东 广州 510640 ;2.华南理工大学 经济与贸易学院,广东 广州 510640)

摘 要:基于灰色系统理论,以广东为例,选取 2000—2010 年的面板数据,分析中国发达区域农民消费结构的发展变化,结果表明:农民消费仍处于温饱型与小康型的发展阶段,其消费支出灰色关联度的优先排序结果为:家庭设备用品及服务>衣着>交通与通讯>居住>其它商品和服务>医疗保健>食品>文化娱乐用品与服务。进一步利用灰色预测建模方法预测 2011—2015 年农民消费支出及其构成的变动趋势,结果表明:生活水平将向小康型及富裕型发展的情况下,农民消费将由物质性转型为理性型与享受型,消费支出灰色关联度的优先度排序结果为:医疗保健>交通与通讯>文化娱乐用品与服务>食品>家庭设备用品及服务>衣着>居住>其它商品和服务。

关 键 词:农民消费结构;灰色关联分析;灰色预测;发达地区;广东

中图分类号: F224.0

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2012)04-0016-07

Relation analysis and alteration forecasting of peasants consumption structure in developed regions in China: Based on the panel data of Guangdong province between 2000-2010

SU Zhu-hua¹, LI Yuan²

(1.Institute of Science & Technology Information, Guangdong Agricultural Academy of Sciences, Guangzhou 510640,China; 2.College of Economic and Tradition, South China University of Technology, Guangzhou 510640,China)

Abstract: Basing on the theory and method of grey correlation degree, using the data from 2000 to 2010 of Guangdong province, this paper analyzed the development and changes of consumption structure of rural residents in developed regions. The results showed that the per capita consumption was still on the stage of simply having adequate food and clothing and comparatively well-off, and the priority ranking of eight consumption statistics indexes was as following: household facilities>clothing> transportation and communication > reside > other consumptions> medical care health care>food> recreation of culture and education. The forecasting analysis on grey correlation degree model showed that the per capita consumption from 2011 to 2015 will shift from the matter-type consumption to rational consumption, and the living levels will be the type of comparatively well-off and the pre- richness, and the priority ranking of the eight consumption statistics indexes will be following: medical care health care> transportation and communication> recreation of culture and education> food> household facilities>clothing> reside >other consumptions.

Key words: consumption structure of rural residents; gray relation grade analysis; gray forecasting; developed regions; Guangdong province

一、问题的提出

“三农”问题是我国经济社会发展中的重点热点问题,而农民消费结构可在一定程度上反映区域

“三农”发展水平。^[1]切实提高农民收入水平、改善农村农民消费结构是一个关系到农民、农村、农业乃至整个国民经济稳定和发展的重大问题。^[2]

近几年,国内学者对农民消费的研究较多,也取得了一定进展。刘宛晨等利用我国1978—2004年的数据实证表明,我国财政支出对居民消费总体上存在“挤进效应”,对农民消费的“挤进”作用尤其明显。^[3]王树进等对农民消费支出聚类研究结果显示,2002—2006年全国农村平均人均消费支出

收稿日期: 2012 - 04 - 15

基金项目: 农业部软科学课题(Z201112); 教育部人文社会科学项目(10YJA630129)

作者简介: 苏柱华(1977—),男,广东郁南人,硕士,助理研究员。

为 2 397 元, 约是 2002 年前的 1.5 倍; 农民消费恩格尔系数达 44.1%, 农村整体生活水平达到小康, 根据数据, 全国可划分五个类别: 第一类 1 个(上海), 第二类 2 个(北京、浙江), 第三类 3 个(江苏、福建、广东), 第四、第五类分别为 12、13 个。^[4]詹兆雄分析认为, 影响我国农村消费增长的主要因素是农民收入过低、教育医疗支出过多、商业设施与服务落后等。^[5]詹锦华分析了 1999—2007 年我国农民消费结构, 认为农村居民重实物消费, 整体生活消费尚未完全摆脱生存性为主的消费模式。^[6]殷善福运用 VEC-PDL 模型分析了农业财政支出对农民消费支出的效应, 结果表明: 我国农业财政支出对农民消费存在“挤出效应”, 从长期来看, 农业财政支出大于农民收入对农民消费的效应。^[7]徐会奇通过计量检验模型研究得出, 农民消费行为受到消费习惯、收入水平、制度等多种因素共同作用的显著影响。^[8]金赛美利用凯恩斯学说中简单国民收入决定理论, 以湖南省为例, 基于两部门经济中产品市场均衡模型进行分析结果显示: 农民消费增加会促进国民收入的增长。^[9]

上述学者主要从全国层面对农民消费进行了分析, 也有部分学者从区域层面对农民消费进行分析。例如, 吴学文分析了 1993—2003 年福建农民消费情况, 并对其短期的变动趋势进行预测, 结果显示: 农民消费结构在向更高层次的方向发展。^[10]鲁钊阳以重庆市三类 48 个贫困村 1998—2007 年的数据资料为例分析表明, 地理位置、收入和思想意识的差异是该市不同类别贫困村农民消费结构存在差异的主要原因。^[11]杨光对四川省农民消费分析发现, 农民在解决温饱问题后, 消费热点正转向住房、教育、文化娱乐等方面。^[12]段小红运用时间序列分析法, 对 1990—2007 年甘肃省农民消费结构分析表明, 农民消费中的生存资料(食品、衣着)比重逐渐减少, 发展和享受资料(交通通讯、医疗保健及文化娱乐用品与服务)比重日益提高。^[13]

综上所述, 现有文献以全国层面的农民消费增长与支出分析为主, 对于省市级层面的农民消费分析较少。虽然少数学者对省级区域农民消费进行了分析, 但主要集中于西部地区或相对不发达的地区, 比如湖南、四川、甘肃、福建等, 而缺乏对发

达地区如广东、上海、浙江等地农民消费结构分析。同时, 已有文献大多历时较久, 对今后农民消费的预测不具有可参考性。广东作为经济发达地区, 在经济发展及消费产业结构升级调整上具有先导性, 对我国其他经济区域的农村消费产业结构优化与调整有较好的指引作用。基于此, 笔者拟以广东省为例, 运用灰色关联理论, 分析发达地区农民消费结构的发展变化及未来趋势。

二、模型构建与数据来源

灰色系统理论及关联方法是一种研究少数据、贫信息不确定性问题的新方法。它还可有效解决量化结果与定性结果不符的现象。因此, 笔者选择灰色系统理论及关联方法作为研究广东农民消费结构的数理方法, 基于农民消费与其生活水平、消费习惯等密切相关, 并结合广东地区农民消费数据来源获取的范围与有效性, 选取了农民消费结构中较为大宗且普遍的消费指标, 包括衣着、食品、居住、医疗保健、家庭设备用品及服务、交通与通讯、文化娱乐用品与服务、其他商品和服务等八类与农民人均消费支出密切相关的指标^[2], 分析农民人均消费支出与多项消费指标的关联程度, 探索发达地区农民消费结构的特点。

1. 灰色关联分析方法

灰色系统理论是由邓聚龙于 20 世纪 80 年代首创的一种系统科学理论, 可根据各因素间趋势的相似或相异程度, 衡量其关联水平。^[6]根据有关文献^[14-15]灰色关联分析的一般计算步骤如下:

第一步: 确定分析数列。农民人均消费支出为参考数列, 用 x_0 表示; 食品、衣着、居住、家庭设备用品及服务、交通与通讯、文化娱乐用品与服务、医疗保健、其他商品和服务为比较数列, 分别用 x_1 、 x_2 、 x_3 、 x_4 、 x_5 、 x_6 、 x_7 、 x_8 来表示。

第二步: 变量的无量纲化。各数列数据因量纲不同, 需要无量纲化处理:

$$X'_i = \frac{X_i}{x_i(1)} = (x'_i(1), x'_i(2), \dots, x'_i(n))$$

$$i=0, 1, 2, 3, 4, 5$$

第三步: 求差序列并确定两极最大差与最小差。

记 $\Delta_i(k) = |x'_0(k) - x'_i(k)|$, $\Delta_i = (\Delta_i(1), \Delta_i(2), \dots, \Delta_i(n))$,

$i=0, 1, 2, 3, 4, 5$

$$M = \max_i \max_k \Delta_i(k), m = \min_i \min_k \Delta_i(k)$$

第四步：求关联系数

$$\gamma_{0i}(k) = \frac{m + \xi M}{\Delta_i(k) + \xi M}, \xi \in (0, 1), k=1, 2, 3, 4, 5$$

ξ 称为分辨系数。 ξ 越小，分辨力越大，一般 ξ 的取值区间为(0,1)，具体取值可视情况而定。通常取 $\xi = 0.5$ 。

第五步：计算关联度

$$\gamma_{0i} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n \gamma_{0i}(k), i=0, 1, 2, \dots, m$$

2. GM(1, 1)模型预测原理

设 $x(0) = \{x^{(0)}(1), x^{(0)}(2), \dots, x^{(0)}(k)\}$ 为系统输出的非负原始数列。^[8]其中， $x^{(0)}(k) > 0, k=1, 2, \dots, n$ ； $X^{(1)}$ 为 $X^{(0)}$ 的1-AGO序列 $X^{(1)} = (x^{(1)}(1), x^{(1)}(2), \dots, x^{(1)}(n))$

式中， $x^{(1)}(k) = \sum_{i=1}^k x^{(0)}(i), k=1, 2, \dots, n$ (1)

$Z^{(1)}$ 为 $X^{(1)}$ 的紧邻均值生成序列： $Z^{(1)} = (z^{(1)}(2), \dots, z^{(1)}(n))$ ，推演出以下公式：

$$z^{(1)}(k) = 0.5(x^{(1)}(k) + x^{(1)}(k-1)), k=2, 3, \dots, n$$
 (2)

$X^{(0)}(k) + az^{(1)}(k) = b$ 为GM(1, 1)的基本形式， $-a$ 为发展灰数， b 为灰色作用量。

求解微分方程，即可得时间相应序列为：

$$\hat{x}^{(1)}(k+1) = [x^{(0)}(1) - \frac{b}{a}] \exp(-ak) + \frac{b}{a}$$
 (3)

预测函数为：

$$\hat{x}^{(0)}(k+1) = (1 - e^a)[x^{(0)}(1) - \frac{b}{a}] \exp(ak)$$
 (4)

3. 数据来源与统计

本文数据来源于《中国农村统计年鉴》(2001—2011年)。广东省2000—2010年农民人均消费支出及其结构情况如表1所示。

表1 2000—2010年广东省农村居民人均消费支出及其构成情况

元

年份	消费支出(x_0)	食品(x_1)	衣着(x_2)	居住(x_3)	家庭设备用品及服务(x_4)	交通与通讯(x_5)	文化娱乐用品及服务(x_6)	医疗保健(x_7)	其他商品和服务(x_8)
2000	1607.1	820.5	96.0	258.3	75.5	93.1	186.7	87.6	52.5
2001	1741.1	830.7	98.7	29.1	77.0	110.1	192.6	96.6	56.4
2002	1834.3	848.4	105.0	300.2	80.4	128.5	210.3	103.9	57.7
2003	1943.3	886.0	110.3	308.4	81.7	162.5	235.7	115.8	43.0
2004	2184.7	1031.9	120.2	324.3	89.2	192.6	247.6	130.6	48.3
2005	2555.4	1162.2	148.6	370.2	111.4	245.0	295.5	168.1	54.5
2006	2829.0	1217.0	168.0	469.0	126.6	288.8	305.1	191.5	63.1
2007	3223.9	1389.0	193.4	573.8	149.1	328.4	305.7	210.2	74.2
2008	3660.7	1589.7	211.8	678.8	174.0	360.2	314.5	246.0	76.3
2009	3993.5	1636.0	232.5	805.0	204.8	402.9	340.6	287.5	84.1
2010	4381.8	1800.7	264.0	835.2	234.1	461.1	366.7	326.0	94.0

注：数据来源为统计年鉴，表中“农村居民”的内涵与文中“农民”的表述为同一概念范围（表2-4同）

根据表1的数据并统计得出，在8个指标中食品平均支出占农民人均消费支出比重最大，在41.1%~54.8%的区间；其他商品和服务占农民人均消费支出所占比例最小，约为2.1%~3.2%。其他6个指标所占农民人均消费支出的情况分别为：衣着5.7%~6.9%、居住15.5%~19.1%、家庭设备用品及服务4.5%~5.4%、交通与通讯5.8%~10.5%、文化娱乐用品及服务8.4%~11.2%、医疗保健5.2%~7.4%。根据表1数据得出2000—2010年广东

农民的恩格尔系数为41.0%~51.5%，按2007年出版的《2020中国全面建设小康社会》标准，广东农民生活水平从温饱转为小康，并以小康为主导。在其他6个消费结构指标当中，交通与通讯、居住这2个指标的区间比例范围相对较大，说明它们的消费变化幅度也相应较大；其他商品和服务、家庭设备用品及服务这2项指标区间比例变化较小，说明消费支出幅度比较稳定。

三、实证分析

1. 2000—2010 年农民消费支出灰色关联度分析

根据数据计算得出(表 2),广东省 2000—2010 年农民人均消费支出的关联度由大到小的顺序依次是:家庭设备用品及服务>衣着>交通与通讯>居住>其它商品和服务>医疗保健>食品>文化教育娱乐用品与服务。

从表 2 可以看出,在我国经济发达地区广东省,随着农民收入水平和生活水平的提高,农民消费意识与行为也发生了较大变化,在 2000—2010 年表现出显著的特征:以物质生活为主要消费对象,以家庭消费为主体,且以大宗消费为主。首先,家庭设备与服务消费与农民人均消费支出的关联度最高,充分表明广东农民消费以家庭及大宗消费为主的特征,农民会优先选择购买与全家生活紧密相关的家庭消费设备与服务,需求逐年增大且一直占据主导地位。其次为农民的衣着消费,广东地区是务工大省,很多农民由于工作生活关系与外界接触不断增多,甚至有部分农民已成长为企业家或企业骨干,因此更加注重外表形象与生活品质,对衣着购买的数量、款式增多,且档次提升。交通与通讯居第 3 位,说明广东农民社交圈子不断扩大,与家人朋友的联系主要依靠交通工具与电子设备。居住排第 4 位,说明该时期广东农民外出工作或创业获利后,倾向于在当地或就业地置业或进行房屋投资。受“居者有其屋”的影响,农民经济丰裕后,对于居住条件或环境有更高的要求。其它商品和服务居第 5 位,广东农民受境外地区(如港澳台)文化或生活消费理念影响较大,对于商品及相应服务的需求也较多元化。医疗保健排第 6 位,广东农民有吸收外来文化的先天地域优势,对于家庭及个人保健医疗的认识相对较深,从表 1 可以看出,在日常消费中用于生理及心理方面的医疗保健投入占一定份额且在逐年增加。食品消费居第 7 位,该时期广东农民食品支出占消费总支出的比例逐年下降,这与同期恩格尔系数的计算结果是一致的,不仅说明农民对于合理饮食已经有了一定的认识,同时也表明广东农民早已从基本温饱型向小康型转变。文化教育娱乐用品与服务消费排在末位,说明该时期广

东农民对于精神层面的消费不高,仍处于以物质消费为主的阶段。虽然广东农民对于精神文明消费投入力度不大,但投入比例却在逐年增长。上述结论与已有学者对全国农民消费的研究既有相似之处也有一定区别^[8]:相似之处在于部分农民处于基本型消费,支出主要集中在基本的食品、衣着、居住和交通通信支出;不同之处在于作为发达地区的典型代表,广东农民更倾向于家庭消费与大宗消费为主,关联度分析中以家庭设备用品及服务居首要位置。同时,广东农民受境外文化与消费文化的影响较大,对于家庭及个人消费、超前消费、保健消费及精神文明消费等投入比例也高于国内一般地区。说明经济发达地区农民已从基本型消费过渡到需求型消费的阶段。

表 2 广东省 2000—2010 年农村居民消费灰色关联度及排序结果

变量		关联度	排序
家庭设备用品及服务	x_4	0.926 279	1
衣着	x_2	0.903 468	2
交通与通讯	x_5	0.897 241	3
居住	x_3	0.876 432	4
其它商品和服务	x_8	0.854 946	5
医疗保健	x_7	0.832 517	6
食品	x_1	0.822 124	7
文化教育娱乐用品与服务	x_6	0.683 217	8

2. 2011—2015 年农民消费支出和构成预测函数及预测值

利用(3)式进行还原得到(4)式,从 $X^0(K+1)$ 到 $X^8(K+1)$ 的预测函数如下:

$$X^0(K+1)=2\ 052.328\exp(-0.153\ 327k);$$

$$X^1(K+1)=968.458\ 9\exp(-0.131\ 448k);$$

$$X^2(K+1)=223.422\ 7\exp(-0.169\ 726k);$$

$$X^3(K+1)=433.506\ 1\exp(-0.224\ 845k);$$

$$X^4(K+1)=95.526\ 3\exp(-0.294\ 657k);$$

$$X^5(K+1)=296.894\ 3\exp(-0.145\ 212k);$$

$$X^6(K+1)=348.595\ 3\exp(-0.104\ 893k);$$

$$X^7(K+1)=124.392\ 5\exp(-0.197\ 878k);$$

$$X^8(K+1)=84.327\ 1\exp(-0.085\ 242\ 6k)$$

经检验,以上函数预测精度都在优良以上。 $X^0(K+1)$ 到 $X^8(K+1)$ 的预测函数计算结果见表3,从表

3可以看出,在8个指标中,2011—2015年食品平均支出占农民人均消费支出仍然占最大比例,但与2000—2010年相比,整体比例呈下降趋势;其他商品和服务占农民人均消费支出所占比例仍是最小,约为2.2%~2.5%,与2000—2010年相比,整体比例也呈现下降趋势。其他6个消费结构指标所占农民人均消费支出(2011—2015年)的预测比例区间分别为:衣着6.0%~6.8%、居住14.6%~18.4%、家庭设备用品及服务5.4%~5.6%、交通与通讯9.8%~10.5%、文化娱乐用品与服务7.1%~8.0%、医疗保健

7.3%~7.7%。根据表3预测数据计算恩格尔系数,得出2011—2015年广东农民的恩格尔系数区间为37.4%~40.3%,按2007年出版的《2020中国全面建设小康社会》标准,广东农民生活水平呈现从小康向富裕转化的趋势。其他6个消费结构指标的预测结果,与2000—2010年农民人均消费结构相比,呈上升趋势的指标有3个,分别为交通与通讯、医疗保健、家庭设备用品及服务。因此,在未来的几年里,广东政府应高度关注这3类产业在农村的发展,并对农民的消费需求变化给予足够的关注。

表3 2011—2015年广东省农村居民家庭人均消费支出及其构成预测结果

元

年份	消费支出 (x_0)	食品 (x_1)	衣着 (x_2)	居住 (x_3)	家庭设备用品 及服务(x_4)	交通与通讯 (x_5)	文化娱乐用品 及服务(x_6)	医疗保健 (x_7)	其它商品和服务 (x_8)
2011	4 983.7	2 009.5	295.4	899.3	271.3	514.3	392.4	377.3	107.1
2012	5 342.7	2 172.4	337.2	945.5	299.8	557.9	433.7	414.8	123.4
2013	6 092.5	2 405.1	390.8	997.3	345.3	602.4	462.9	465.3	144.8
2014	6 467.8	2 537.2	457.3	1 061.5	381.2	694.2	499.3	498.7	162.7
2015	7 615.3	2 846.7	614.8	1 198.3	517.3	838.6	632.9	583.5	189.3
相对 误差/%	2.12	2.69	1.98	5.74	3.67	2.42	2.36	4.28	3.50

3. 2011—2015年农民消费支出预测数值的灰色关联度分析

由表3计算可得,2011—2015年广东农民人均消费支出关联度由大到小的顺序依次为:医疗保健>交通与通讯>文化娱乐用品及服务>食品>家庭设备用品及服务>衣着>居住>其它商品和服务。

表4 2011—2015年广东省农村居民家庭人均消费支出及其构成的灰色关联度

变量	关联度	排序
医疗保健	x_7 0.956 889	1
交通与通讯	x_5 0.897 412	2
文化娱乐用品及服务	x_6 0.877 217	3
食品	x_1 0.846 353	4
家庭设备用品及服务	x_4 0.782 359	5
衣着	x_2 0.756 398	6
居住	x_3 0.725 641	7
其它商品和服务	x_8 0.662 356	8

通过表4与表2的对比可以发现,除交通与通讯项变化不大以外,农民消费结构指标中的其他7个项变化均较大。

医疗保健是关联度变化最大的一个指标,从第6位跃升至首位,说明广东农民对于健康的意识和

行为已经发生了巨大的变化,对医疗保障的需求随着生活水平的提高在不断上升,人们需要更高层次的医疗保健。值得注意的是,目前留守农村的农民与转移到城市工作的农民,伴随社会发展压力的增大,生理与心理上的健康问题日益增多,预计随着农村人口老龄化的加深、计划生育后续效应的显现、农村劳动力转移效应的增大,以生理健康与心理健康并重的医疗保健将是未来“十二五”广东农村社会需求的新增长点。国家新型合作医疗保险缺乏高层次的健康保障功能,因此,需要进一步提升农民新增的保障需求。

文化娱乐用品及服务指标从未位上升至第3位,未来将成为广东农民消费结构其中的一个重要组成部分。这说明处于改革开放前沿的广东农民今后一段时期内精神文明层面的消费从意识和行动上将会有较大的改观,会从原来偏向重视物质消费逐渐转向侧重精神愉悦层面的消费,与新农村建设目标中的“乡风文明”在一定程度上保持了一致性。文化娱乐消费是满足农民精神享受的根本性和实质性需要,一方面,政府应坚持家电下乡财政补贴政策,满足农民文娱消费的硬件需求。另

一方面,政府应通过科技、教育、文化“三下乡”活动,提升农民文娱消费的软实力。

家庭设备用品及服务的消费则从首位降至第 5 位。一方面,说明随着广东农民因工作原因往城市的大量转移和子女进城就读,农民在农村家居装饰及家电配置、消费服务方面的热情下降,消费减少;另一方面,广东农民对于家庭消费及大宗消费的传统理念将会有所转变,对于家居用品投入不再加大,而偏向更高生活层次的消费。

食品从倒数第 2 位上升至第 4 位,这是反映广东农民未来对食品安全与健康需求的一个重要指标。“十二五”期间,国家重点关注食品安全问题,有机食品和绿色无公害食品概念正逐渐为农村居民所接受。

衣着从第 2 位下降至第 6 位,说明随着生活理念的进一步提升,农民会走出攀比炫耀的消费心理,个人衣着逐步回归实用、朴素的主流。未来广东农村服装市场应适应农民消费需求结构的转变,趋向于多样化、个性化。

居住从第 4 位降至第 7 位,说明随着城镇化步伐的推进,农村劳动力转移进程的加快,在农村宅基地相关政策又不明朗的情形下,农民兴建装修住宅的热情会大力减退。主要消费可能会集中在城郊结合部或城市住房租赁的开销上。

交通通讯消费支出由第 3 位前进为第 2 位,说明随着劳务转移与区域交通的不断扩大,农民朋友社交圈愈加广泛,交通运输业和通讯业可能将会是农村新的消费增长点。

四、结论与建议

1. 结论

上述研究基于灰色系统理论以及广东 2000—2010 年间的面板数据,分析我国发达区域农民消费结构的发展变化,结果表明:农民消费仍处于温饱型与小康型的发展阶段,其消费灰色关联度的优先排序结果为 家庭设备用品及服务>衣着>交通与通讯>居住>其它商品和服务>医疗保健>食品>文化娱乐用品与服务。进一步利用灰色预测建模方法预测 2011—2015 年农民消费支出及其构成的变动趋势,结果表明:农民消费将由物质性转型

为理性型与享受型,生活水平将向小康型及富裕型发展,优先度排序结果为 医疗保健>交通与通讯>文化娱乐用品与服务>食品>家庭设备用品及服务>衣着>居住>其它商品和服务。

2. 建议

(1) 以发达地区农民消费需求为导向,加强社会管理,优化农民消费结构。据统计资料显示,城镇和农村居民还存在潜在的收入差距,2004 年农村居民家庭人均纯收入与城镇居民家庭人均可支配收入比例为 1:3.2,2009 年发展到 1:3.33,表现出扩大的趋势。^[16]要进一步扩大消费需求,增强消费对经济增长的拉动作用,关键是要增加普通居民特别是消费能力较低的农民实际收入,需发挥政府在收入再分配上的功能,建立起财富的二次分配体制,缩小收入差距。^[5]因此,笔者认为很有必要从政府层面加强管理,发挥发达地区产业富农、财政支农、财税惠农的优势,加快实现农村居民学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居,不断提高农民朋友的归宿感和幸福感。

(2) 优先推进发达地区农民医疗保健类消费。包括广东在内的发达地区应发挥排头兵作用,着力改革农村医疗保健体系,加大对农村医疗基础设施建设的投入,从根本上改革农村医院医药体制,正确引导农民树立卫生和保健意识以及理性消费意识,不盲目追随无国家相关机构认证的虚假医疗产品消费等,深化农民对医疗健康消费的意识及行为。

(3) 大力推动交通与通讯领域的农民消费。发达地区财政较为宽裕,应考虑综合加大本地尤其是农村区域交通与电子通讯的建设与开发。在发达地区区域交通与电子通讯需求日益增加的情况下,未来交通通讯消费产业应当适应农民消费结构变化,一方面,应该大力发展农村物流业,完善农村道路设施,以利于产业的良性发展;另一方面,随着农民家庭成员在不同区域的分布扩大化,应该尽快实现网络和移动信息全覆盖,加快信息服务产品向农村流动,从而扩大农民消费。

(4) 加快发展农民文化娱乐领域的消费产业。经济发达地区作为国家改革开放的前沿阵地,加强农民精神文明建设工作是重中之重。一方面,各级政府部门应加大农村的影剧院、歌舞厅、休闲

健身场所、农家书屋等的建设力度,全面引导、提升农民的精神文化消费需求。农村的中小学教育、职业教育、技术培训、就业培训等有很大的潜力,大有可为,这既是提高农民文化素质的需要,更是提高其就业能力的需要,从长远发展的角度来看,农民从中的获益会远大于文化教育娱乐用品与服务的消费投入。

(5) 适应农民在食品、家庭用品等方面消费观念的变化,提升产品品质。随着现代化生活的普及,农民家庭用品消费也从重数量转向重质量的方向发展。未来一段时期,发达地区农民在食品消费方面将倾向于无公害绿色食品以及营养健康食品,健康、卫生的生活理念将逐渐取代以往酒足饭饱的陈旧观念。因此,未来食品产业在农村的发展方向应定位于健康、安全食品为主。

(6) 科学引导农民对于衣着、住房等领域的消费。未来农民服装消费市场应是以多元化的大众路线为主,因此,应不断发展与开拓农村服装消费市场,满足农民多样化、个性化的着装需求。在农民住房消费领域,由于上一辈的农民通过多年努力已经实现了自有住房或自购住房,未来一段时期,预计发达地区农民对于住房消费的增幅会有减退,因此,应引导农民合理使用富余的资金,鼓励其自主创业或投资农村产业等领域。

参考文献:

- [1] 黄祖辉,徐旭初,蒋文华.中国“三农”问题:分析框架、现实研判和解决思路[J].中国农村经济,2009(7):4-11.
- [2] 韩立岩.中国收入——消费关系的协整分析与模糊分析[J].管理世界,1998(5):50-58.
- [3] 刘宛晨,袁 闯.我国财政支出的消费传导效应分析[J].消费经济,2006(4):75-78.
- [4] 王树进,朱振亚.农业新阶段前后中国农民家庭消费支出的比较分析[J].消费经济,2008,24(6):31-35.
- [5] 詹兆雄.影响农村消费的主要因素与扩大农村消费的对策[J].农业现代化研究,2009,30(2):179-182.
- [6] 詹锦华.中国农村居民消费结构的灰色关联分析及趋势预测[J].内蒙古农业大学学报:社会科学版,2009,11(5):89-91.
- [7] 殷善福,黎东升.农业财政支出对农民消费效应:挤进或挤出——基于VEC-PDL模型的实证分析[J].农业技术经济,2011(12):17-23.
- [8] 徐会奇,王健宇,李 辉.我国农民消费决策的理论研究及实证检验[J].经济与管理研究,2010(4):28-35.
- [9] 金赛美.我国农村居民消费对国民收入的影响——以凯恩斯经济理论模型分析[J].农业现代化研究,2010,31(5):592-594.
- [10] 吴学文,晏路明.福建省农民消费结构的灰色关联分析及其变动预测[J].福建师范大学学报:哲学社会科学版,2006(3):55-59.
- [11] 鲁钊阳,徐 鲲,李 敬.贫困村农民消费结构差异性研究——以重庆市三类48个贫困村1998~2007年数据资料为例[J].农村经济,2011(2):69-72.
- [12] 杨 光,潘文斌.我国西部农村居民消费结构升级影响因素分析——以四川省农村居民消费为例[J].中国检验检疫,2009(8):82-84.
- [13] 段小红,张艳荣.甘肃省农村居民消费结构变动趋势分析[J].开发研究,2009(1):101-104.
- [14] 邓聚龙.灰色系统(社会·经济)[M].北京:国防工业出版社,1985:49-59,268-270.
- [15] 邓聚龙.灰色控制系统[M].武汉:华中理工大学出版社,1985:348-404.
- [16] 杨少勇.影响农民消费需求经济因素的实证分析[J].长江大学学报:自然科学版,2011,8(5):255-258.

责任编辑:李东辉