

消费者对农村零售业态满意度及影响因素分析

——基于湖南省 6 县市调查数据

魏勇军^{1,2}, 周念云³

(1.湖南农业大学 经济学院, 湖南 长沙 410128; 2.长沙民政职业技术学院, 湖南 长沙 410004;
3.湖南女子学院, 湖南 长沙 410004)

摘要:从产品、价格、服务、环境、商家位置和诚信等 6 个方面选择 19 个指标构建农村消费者对农村零售业态满意度的指标体系, 基于湖南省 6 县市 613 位农村消费者的调查数据, 分析了农村消费者对杂货店、中小型自选超市、专业店、集贸市场等农村四类零售业态的满意度。采用排序 Probit 模型进行实证检验各要素在不同业态间对农村消费者满意度的影响程度及其差异, 结果表明: 价格因素的影响程度均较大, 但农村消费者越来越关心产品的质量、购物的便捷性以及相应的服务。

关键词:零售业态; 消费者; 农村; 满意度; 影响因素

中图分类号: F724.2

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2013)05-0007-07

Rural consumers' satisfaction with rural retailing and related influencing factors: Based on investigation data from 6 counties of Hunan Province

WEI Yong-jun^{1,2}, ZHOU Nian-yun³

(1.College of Economics, Hunan Agricultural University, Changsha 410128, China; 2. Changsha Social Work College, Changsha 410004, China; 3. Hunan Women's University, Changsha 410004, China)

Abstract: On the basis of microscopic investigation of 613 rural consumers from six counties and cities in Hunan province, this paper builds a rural retail formats satisfaction index system, statistical analyzes the rural consumers' satisfaction with rural retailing which including grocery store, small and medium-sized customize supermarkets, speciality store, market, and enunciates the advantages and shortcomings of each kind of retailer. Then it empirically tests the influence of various elements in different formats on the rural consumer by using ordered Probit model. The results show that price still plays an important role, while the consumers care more about quantity, shopping convenience and relevant services.

Key words: retail formats; consumers; rural area; satisfaction degree; influencing factors

一、问题的提出

近年来, 随着国家在完善城乡流通网络、增进农村居民便利消费方面加大政策支持力度, “万村千

乡”工程和“双百”工程的深入推进, 以城区配送中心为核心、乡镇店为骨干、村级店为基础的农村现代流通网络逐步形成, 有效推动了农村居民消费潜力的释放。据国家统计局网站发布的数据(按经营地统计), 2012 年城镇消费品零售额 182 414 亿元, 比上年增长 14.3%; 乡村消费品零售额 27 893 亿元, 增长 14.5%, 乡村零售额增速高于城镇零售额 0.2 个百分点, 而 2011 年乡村低于城镇 0.5 个百分点。由此可知, 乡村零售额同比增速高于城镇, 农村消费潜力挖掘成效初显。

收稿日期: 2013 - 09 - 16

基金项目: 国家社会科学基金项目(12CJL038); 湖南省哲学社会科学基金项目(11YBA020)

作者简介: 魏勇军(1975—), 男, 湖南东安人, 湖南农业大学博士研究生, 长沙民政职业技术学院讲师, 研究方向为农业经济与管理。

国家“十二五”规划明确提出,鼓励和支持连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式向农村延伸,完善农村服务网点,支持大型超市与农村合作组织对接,改造升级农产品批发市场和农贸市场。当前,一批连锁经营企业通过走进农村市场、繁荣农村市场、扎根农村市场,规模日益广大,网络逐步完善;专卖店、专业店、超级市场便利店、百货店、折扣店等各种零售业态也开始在农村地区迅速发展。这大大改善了农村消费环境,有效地推动了农村消费潜力的释放。但我国农村居民与城市居民在消费目的、消费趋向、信息获取、购买动机等诸多消费偏好和消费习惯方面仍然存在巨大差异,在农村地区直接照搬或复制城市零售业态的经营模式是不可取的。农村新型零售业态的经营必须立足于所在农村地区居民的消费偏好与消费习惯,充分考虑如何促进农村消费者的效用最大化。这就需要农村地区居民的消费行为进行全面、深入的了解,明确农村消费者最关心、最在意零售业态的何种要素。

农村零售业态是商贸服务业研究中的重点领域之一,研究的方向主要包括农村商贸流通网点体系、零售业态创新和变革等。在农村商贸流通网点体系方面:Findlay和Sparks研究指出,农村地区的零售部门提供服务的能力正逐渐下降,应在农村集镇发展新的大型零售商店和实现商业网点在农村网络内的再分配;^[1]Harris认为增加零售网点是有效提高农村地区商贸流通业发展水平的途径。^[2]在农村零售业态创新方面:汪旭晖和徐健实证分析了农村综合性购物场所的业态创新模式,发现由于城乡市场发育和文化差异,城市成熟业态模式并不能完全适应农村,农村零售业态创新模式具有很强的农村化特征;^[3]Paddison和Calderwood认为发展集镇的策略是农村零售业态成长和分化的机会,各零售业态应改变村店结构上的弱点,发展独立农村零售业态。^[4]在零售业态变革方面:黄漫宇认为农村零售业态变革与零售环境、业态间的竞争、农民偏好等因素有关;^[5]孙同强和陈阿兴认为维持性创新和破坏性创新是农村零售业态改革的两个主要方向。^[6]另外,以农村消费者为对象研究商贸流通业,尤

其是对影响农民消费因素的探究,一直是国内外学者关注的热点。马树才和刘兆博的研究表明,当前影响农民消费行为的因素主要是来自包括自然、市场和制度在内的不确定性,对当期收入的过度敏感性,以及农民消费行为所表现出的生命周期特征。^[7]孙爱军应用空间计量方法,采用1985-2007年中国省际面板数据,研究发现农民消费存在空间自相关的特点且受区域消费水平和内容的影响,指出在促进农民消费方面,应考虑消费引导的空间作用机制对不同省域农民消费的差异化作用。^[8]王健宇和徐会奇通过实证分析收入性质对农民消费的影响发现,收入永久性和收入增长性会促进农民消费,而收入不确定性会抑制农民消费。^[9]

已有文献显示,国内外学者对零售业态和影响农民消费因素的问题给予了高度关注并取得了一定的研究成果,但在同一框架内从零售业态的角度分析农民消费的研究比较少。事实上,农村消费者对农村零售业态是否满意将大大地影响农村零售业态的生存和发展,二者休戚相关。有鉴于此,笔者拟对农村消费者进行问卷调查,总结和分析农村消费者对当地不同零售业态的满意度评价,从农村消费者的视角来审视农村现有各类零售业态,分析相应零售业态的经营方向与成长空间,并着力探讨农村零售业态可行的发展思路与模式。

二、研究设计与数据采集

1. 问卷设计

要研究农村消费者对零售业态的满意程度首先需明确零售业态的哪些要素会对农村消费者的满意度产生影响。为确保测度指标体系的合理性,在调查之前,笔者组织了来自湖南农村地区的15名硕士以上学历的学生进行深度访谈,了解农村居民消费的习惯和影响因素等。根据已有的研究和访谈,从农村消费者角度出发,笔者最终从产品、价格、服务、环境、商家位置和诚信等6个方面选择19个指标构建农村消费者对农村零售业态满意度的指标体系。

产品要素包括产品种类、产品质量、产品包装。产品的种类越丰富,农村消费者的可选择性越大,

对零售业态的满意度越高。产品质量要求反映了产品的特性和其他相关方要求的能力,产品质量越高,农村消费者的满意度越高。产品包装是农村消费者对产品的视觉体验,是产品个性的直接和主要传递者,好的包装设计能够帮助产品在众多竞争品牌中脱颖而出,吸引农村消费者。

价格要素主要有产品售价、优惠酬宾、价格波动。产品售价是影响消费者是否消费的关键因素,尤其是在农村,产品价格越低,越能吸引消费者的购买欲望。优惠酬宾是商家对农村消费者购买行为的短程激励活动,包括折扣促销、积分返利等多种方式。价格波动是指同一种商品在不同时期的价格波动程度,在农村,一些季节性商品如蔬菜水果的价格会随季节的变化而改变,对农村消费者来说,价格波动越大,满意度越低。

服务要素由服务范围、售后服务、服务态度、营业时间和付款方式组成。零售业态服务范围涉及与零售相关的各项服务,如送货上门、新品推介等。售后服务,就是在商品出售以后所提供的各种服务活动。服务态度是反映服务质量的基础,在农村,服务态度越好的零售业态,客户购买动力越大。营业时间是消费者能购买商品的时间,传统零售商业的营业时间多为正常工作日,但随着消费者生活时间的改变,夜间购物的消费者越来越多,从而使零售商业向全天候营业转变,农村零售业态可依据当地居民的购买习惯,调整相应的营业时间,增强客户满意度。支付方式是指购物或消费时付款形式的选择途径。随着信息技术的发展,电子结算已成为常用的结算方式,采用电子结算已成为部分消费者的习惯。若农村零售商一直采用传统的结算方式,则会影响一部分消费者满意度。

环境要素包括卫生状况、安全保卫、购物设施、配套设施及布局陈列。优质的卫生状况和安全保卫是零售业态正常经营的基础,若无法保证购物环境卫生、安全,则难以持续经营。完善的零售购物设施和配套设备是吸引消费,增加其满意度的重要途径。在农村,农民会关心是否有购物车、是否有卫生间、是否有休息处等,而不会对娱乐休闲设施产生太大兴趣。布局陈列主要有卖场平面设计、商品陈列等,合理的布局陈列可以便于农村消费者购买。

商家位置主要包括购物便捷性和商圈范围。购物便捷性是指农村消费者在购买商品时,供应商能在多短的时间内提供所需的商品。商圈范围常用农村消费者住所和零售业态场所的距离来衡量,距离越近,越有助于节省交通费用和购物时间,消费者的购物便利性能得到提高,满意度也会得到提高。农村商贸零售业态点多处在流动人口相对集中的地方,不仅交通相对便捷,而且购买力较大,集聚的零售业态相对较多。

诚信要素是一个综合主观判断因素,农村消费者通过判断在商品购买中是否存在假冒伪劣、欺诈、吹嘘、言过其实、销售服务前后不一致等现象,来确定对零售业态的满意度。

表 1 农村零售业态满意度指标体系

影响因素	测量指标
产品 X_1	产品种类 产品质量 产品包装
价格 X_2	产品售价 优惠酬宾 价格波动
服务 X_3	服务范围 售后服务 服务态度 营业时间 付款方式
环境 X_4	卫生状况 安全保卫 购物设施 配套设施 布局陈列
商家位置 X_5	购物便捷性 商圈范围
诚信 X_6	主观综合评价

2. 模型选择

对于不同的零售业态,上述因素到底在多大程度上影响了农村消费者对其综合满意度呢?显然,任何一类零售业态都不可能做到面面俱到,那么,总结和分析影响农村消费者满意度的最核心的要素,对于零售业态扬长避短、更好地服务于农村群众便具有重要意义。

现构建回归模型分析各因素对综合满意度的影响程度。被解释变量为农村消费者对相应零售业态的综合满意度,核心解释变量为农村零售业态满意度指标体系中的六大影响因素。考虑到各因素在

不同业态间的影响差异,笔者对各类业态进行分组回归,针对各组自变量影响因变量的差异性,分析同一个自变量的系数在不同业态之间存在差异的原因。需要说明的是,由于被解释变量(综合满意度)与各解释变量均为0~10区间内的整数得分,属于离散型数据且存在排序,采用传统的OLS回归可能会使得估计有偏差,因此,笔者拟采用排序probit模型进行实证分析。

设多元排序选择模型:

$$P(y = y_i | X_i, \beta) = P(y = y_i | x_0, x_1, x_2, \dots, x_k) \quad (1)$$

其中 y_i 有0,1,2,...,m-1共m个选择。为了对多元排序选择模型进行分析,引入不可观测的潜在变量 y_i^* :

$$y_i^* = X_i' \beta + \varepsilon_i^* \quad (2)$$

其中, ε_i^* 是相互独立且同分布的随机扰动项, y_i 的取值和潜在变量 y_i^* 有下面的对应关系:

$$y_i = \begin{cases} 0, & y_i^* \leq c_1 \\ 1, & c_1 < y_i^* \leq c_2 \\ 2, & c_2 < y_i^* \leq c_3 \\ \vdots & \\ m-1, & c_{m-1} < y_i^* \end{cases} \quad (3)$$

假设 ε_i^* 的分布函数为 $F(x)$,可以得到因变量 y 取各个选择值的概率:

$$\begin{aligned} P(y_i = 0) &= F(c_1 - X' \beta) \\ P(y_i = 1) &= F(c_2 - X' \beta) - F(c_1 - X' \beta) \\ P(y_i = 2) &= F(c_3 - X' \beta) - F(c_2 - X' \beta) \\ &\vdots \\ P(y_i = m-1) &= 1 - F(c_{m-1} - X' \beta) \end{aligned} \quad (4)$$

因此,本文构建农村零售业态满意度指标体系并分析此六大类因素影响农村消费者对零售业态满意度的综合评价影响模型:

$$Y = C + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \varepsilon$$

3. 数据采集和样本特征

笔者所使用的数据来自于对湖南6县市36个乡镇251个乡村(或农村聚居社区)800位农村消费者的问卷调查。6县市包括长沙县、宁乡县、醴陵市、湘潭县、桃江县、汉寿县。此项调查安排在2010年暑假期间,由笔者所在的研究团队随机走访和调查了正在零售业态网点进行各类消费的800位成年的

农村消费者,其中男性433位,女性367位,该性别比例与当前中国男女性别比基本持平。在实地调查中,调查人员引导农村消费者从所在地农村零售业态的产品、价格、服务、环境、位置和诚信六方面进行满意度1-10分的打分。统计农村消费者对不同零售业态的满意度及其分布差异。最终,经整理得到有效问卷613份,有效问卷率76.6%,其中男性消费者问卷345份,女性268份,男性消费者的问卷有效率较高。

三、消费者满意度及其影响因素分析

1. 描述性统计分析

表2中简单的统计分析旨在总结农村消费者对农村零售业态在不同方面的满意情况,也在一定程度上揭示出现阶段农村消费者的消费特点与偏好。

表2 农村消费者对农村零售业态满意度得分表

	杂货店	中小型自选超市	专业店	集贸市场
产品要素 X_1	6	7	8	7
产品种类	6	8	6	9
产品质量	7	8	9	7
产品包装	7	8	9	5
价格要素 X_2	8	7	5	9
产品售价	8	8	4	9
优惠酬宾	5	6	7	5
价格波动	7	7	6	7
服务要素 X_3	7	7	8	5
服务范围	8	7	7	7
售后服务	6	6	8	4
服务态度	7	7	8	6
营业时间	8	6	7	5
付款方式	8	6	7	6
环境要素 X_4	6	8	8	5
卫生状况	6	7	8	5
安全保卫	5	5	6	4
购物设施	5	7	7	4
配套设施	4	6	6	5
布局陈列	6	7	7	5
商家位置 X_5	9	7	6	8
购物便捷性	9	7	6	7
商圈范围	7	6	6	8
诚信要素 X_6	8	7	7	5

注:该表旨在揭示农村消费者对四类典型零售业态在不同方面(6大类及19子类因素)的满意度状况,表中数值为613名农村消费者对相应零售业态相应因素满意度的平均值,简单起见,对其四舍五入,保留零位小数。

从产品要素来看,专业店在产品方面整体有优势,特别是质量和包装,但种类不够丰富;中小型

自选超市在产品要素各方面表现适中；集贸市场的产品种类最多，但包装最差；杂货店则差强人意，产品种类不多，产品质量和包装的竞争力也较弱。根据样本的统计分析，农村居民认为集贸市场的产品种类最多，其次是中小型自选超市。农村居民消费的产品大多缺乏需求弹性，如油盐酱醋、洗涤用品、日用杂品、米面、蔬菜水果等，基本上可以通过杂货店、集市与中小超市获得供给。大部分农民认为专业店的大型耐用消费品、医疗用品质量最高，超市的各类产品质量基本适中。在产品包装上，最具有吸引力的是专业店，最差的是集贸市场。

从价格要素来看，杂货店和集贸市场具有优势，特别是相对低廉的产品售价更能得到农村消费者的青睐；中小型自选超市各方面相对均衡，农村消费满意度适中；专业店在价格要素方面处于竞争劣势，虽然常有优惠酬宾活动，但产品售价相对较高。具体来说，从产品售价来看，农村消费者认为集贸市场的售价最低，专业店最高。值得说明的是，专业店标价高，不过可以通过一系列优惠活动加以弥补；集市价格便宜，原因在于可以讨价还价。在优惠酬宾方面，专业店采用的方式较多，包括打折促销、持卡优惠、多买多赠等，这对农村消费者的吸引力很大。在价格波动方面，各类业态的产品价格整体上波动不大，农村消费者整体上接受合理的价格波动范围。

从服务要素来看，专业店的服务最好，其次是杂货店和中小型自选超市，最差的是集贸市场。从满意度得分表可知，杂货店因为能深入到消费者中间，服务范围最广。售后服务中最令农村消费者满意的零售业态是专业店，最不满意的是集贸市场。服务态度最好的是专业店，最差的是集贸市场，杂货店和中小型自选超市服务态度居中。营业时间最长的是杂货店，不仅日工作时间最长，而且没有假期休息，集贸市场的经营时间具有特定性，整体营业时间最短。在付款方式方面，杂货店的满意度最高，因为杂货店大多位于本村，消费者可以赊账或是延期付款。

从环境要素来看，超市与专业店的环境状况最佳，主要是由于店内卫生及购物设施相对较好；集贸市场由于安全保卫和购物设施不足，环境最差；杂货店的购物环境居中。根据样本统计，专业店卫生重视程度高，农村消费者满意度也最高，这体现出农村消费者对干净卫生购物环境的渴望。安全保卫做得做好的是专业店，目前很多农村专业店都配备了监控设备和安保人员，大大提高了消费者满意度。集贸市场由于人流量大且基本无安全设备，所以购物安全系数最低。在购物设施中，中小型自选超市和专业店配备相对齐全，杂货店和集贸市场很少有购物车，农村消费者基本都是自带购物袋。在配套设施中，农村消费者认为中小型自选超市和专业店设置的卫生间、休息处能提高其消费满意度。在布局陈列方面，中小型自选超市和专业店满意度较高，商品易找和摆放整齐有助于农民在购物场所不会迷失方向，产生困扰。

从商家位置来看，农村消费者对杂货店和集贸市场的满意度较高。杂货店和集市深入群众，购物方便。各农村零售业态规模小，布局分散。农村与城市不同，公共交通设施落后，农民购物主要是靠步行、自行车或机动车，因此，商圈范围越小越能满足农村消费者的购物需求。

诚信要素主要是农村消费者对零售业的综合主观评价，杂货店商家与消费者多是熟人，诚信方面相对而言最好。中小型自选超市和专业店由于服务较好，诚信度较好。集贸市场中常出现假冒伪劣产品和缺斤短两的现象，诚信度最低。

总体来说，对于农村消费者而言，中小型自选超市各项满意度得分相对适中；杂货店的主要优势在于贴近消费群众，购物最为便捷；专业店则享有产品方面得天独厚的优势，特别是在产品的质量和包装方面；传统的集贸市场虽然在服务和环境方面相对较弱，但其价格优势无可替代。

2. 回归分析

笔者使用stata11软件对排序Probit模型进行回归，结果如表3所示。

表3 Probit模型的估计结果

变量	变量意义	杂货店	中小型自选超市	专业店	集贸市场
X_1	产品要素	0.095**	0.137***	0.201***	0.196***
X_2	价格要素	0.257***	0.215**	0.126**	0.436***
X_3	服务要素	0.103**	0.086**	0.142*	0.007
X_4	环境要素	0.006	0.033*	0.084*	0.039
X_5	商家位置	0.246***	0.103*	0.142*	0.223***
X_6	诚信要素	0.116***	0.094**	0.137*	0.004*
样本数 $N=613$		Pseudo R^2 : 0.5277			
Log likelihood=-106.1315		Prob>Chi2 =0.0063			

注：*代表在 10%显著性水平上显著；**代表在 5%显著性水平上显著；***代表在 1%显著性水平上显著

实证结果进一步揭示了各要素影响农村消费者对零售业态满意度的作用力度。总体来看，无论对于何种零售业态，产品要素、价格要素、商家位置均发挥显著性的影响，这也充分体现了农村消费者在产品、价格、购物便捷之间的权衡与比较。汪旭晖^[10]认为农村消费者对价格的关心远远高于对质量的追求，笔者的研究则表明，虽然价格要素仍旧是最重要的影响因素，但其重要性已经下降，在某些零售业态中已经退居次要地位，农村消费者开始越来越关注价格之外的要素。毫无疑问，随着农村收入水平的提高，农村居民追求更高质量、更便捷的消费已是必然趋势。环境因素在各类零售业态中对农村消费者满意度影响不显著或微乎其微，换言之，农村消费者整体上并不在意外部购物环境，购物行为紧紧围绕产品本身，相对理性、直接。商家位置和诚信要素在各类零售业态中均影响显著，但影响程度因业态不同而不同。下面笔者以零售业态为考察对象予以具体分析：

杂货店大多以出售家庭生活必需品为主，产品种类有限、质量不高，但由于其深入到村落，最接近目标消费群体，对于农村群众而言购物最为便捷。商家位置这一因素的影响系数高达0.246，远高于超市和专业店，而且，长期的经营容易形成消费路径依赖。再加上其价格相对低廉，商家与顾客熟悉程度高，彼此信任程度高，传统的杂货店在农村仍然有较大的生存空间。

中小型自选超市大多位于村落的中心位置，或临近主要交通干道和中小学，规模较大、产品种类更多、档次略高，相比于杂货店，其产品要素对农村消费者满意度的影响更大；其他要素的影响均较为显著，这在一定程度上表明，融合了传统观念与

现代零售理念的中小型自选超市，或许是未来农村商贸零售的主力军。在商家位置这一方面，与其他零售业态相比，消费者对超市的满意度最低，其系数仅为0.103，因此，如何更便捷地为农村群众提供适宜的消费品，将是农村中小超市面临的主要问题。

作为农村新型零售业态，专业店产品要素对农村消费者满意度影响最大，其系数高达0.201，服务要素、环境要素和诚信要素的影响系数均位居四类零售业态之首。这充分说明，随着农村居民收入水平的提高，已经有相当一部分农村消费者开始追求相对高层次的消费，即使购物行为本身未发生明显改变，消费观念的变化却是显而易见的。虽然专业店在农村的分布并不广泛，主要集中于相对富裕的县域中心城镇，不过，其商家位置的影响系数仍较为显著，这或许是由于专业店的商品并不以经常性消费为主，相对较远的路程并不构成目标消费者在意的负担。不过，专业店的价格要素对消费者满意度影响较低，仅为0.126，远低于其他业态，相对较高的商品售价仍然使得一部分消费者望而却步。

集贸市场作为最传统的农村零售业态，享有其他业态难以比拟的价格优势，价格要素影响系数高达0.436，产品要素的影响系数也较高。显然，集贸市场以最低廉的价格提供了种类丰富的商品，因而备受农村消费者青睐。此外，集贸市场大多位于临近村落的固定位置，距离农村家庭较近，购买农副产品较为方便，“赶集”也成为众多农村消费者的重要购物活动。不过，集贸市场的服务要素、环境要素的系数均不显著，这未必是由于农村消费者完全不关心服务与购物环境，更多的可能是农村消费者在享受集贸市场价格和产品种类方面的好处而做出的“容忍”。集贸市场的诚信要素对消费者满

意度影响程度在各类业态中最低，这也再次提示，如何保障交易行为的诚实信用，将是集贸市场面临的核心问题之一。

四、结论与政策建议

基于湖南六县市农村消费者对所在区域零售业态满意度的调查数据及消费者满意度影响因素的实证，研究表明：农村各类零售业态均存在自身的优势和不足，需要立足于自身实际扬长避短；虽然在各类业态中价格因素的影响程度均较大，但农村消费者越来越关心产品的质量、购物的便捷性以及相应的服务，单纯的价格取胜策略在农村越来越缺乏竞争力；除了集贸市场外，服务要素和诚信要素的影响系数显著，且作用力度较大，表明农村消费者越来越注重购买中和购买后的心理感受；不过，环境要素的不显著也从另一个侧面表明，当前农村消费者更多的在意于来自于产品本身的“实惠”，零售业态不急于改善外部环境。商家位置和诚实信用是各类零售业态都需要关心的重要因素。鉴此，笔者提出以下建议：

首先，就政府而言，应当有序地引导农村不同零售业态的网点布局，促使各类零售业态优势互补，从而更好地为农村群众提供差异化的商贸服务，避免零售业态间的无序竞争。此外，考虑到价格因素仍然是农村群众关心的重要方面，而同时农村群众越来越关心和在意产品质量与相关服务、商家诚信等现实情况，政府在推进“家电下乡”“摩托车汽车下乡”等惠民政策中更要结合农村实际，坚决避免假冒伪劣现象出现，将惠民举措落到实处，让农村群众能以相对较低的实际价格购买到称心的消费品。

其次，对于杂货店和集贸市场等传统的农村零售业态，价格优势和位置优势在现阶段足以支撑其生存，但未来的成长和发展有赖于优质产品的提供、购物环境的改进以及相关服务的完善。在为附近农村群众提供家庭生活日用品和各类农副产品的的基础上，务必做到杜绝假货、增强诚信。

再次，作为相对新型的零售业态，自选超市和专业店在产品要素、服务要素和环境要素方面显著

地提高了农村消费者的满意度，但在农村整体收入水平远低于城市的情形下，新型零售业态必须立足于农村实际需要和农村居民的实际消费能力，避免“华而不实”，着力为农村群众提供“实惠看得见”的商品和服务，减少“花哨”或实用性不强的服务，让农村群众能实实在在感受到来自于产品和价格方面的实惠。另外，更好地向农村群众进行消费宣传、深入到群众中去挖掘潜在的消费对象，采取电话预约、送货上门等方式增强群众购物的便捷性，也是新型业态的努力方向。

总之，农村零售业态的创新并不意味着否定现有业态形式或是推出更新型的业态，而是应在明确现有零售业态优势与不足的基础上进行改进，增强各业态间的优势互补，充分挖掘农村市场消费潜力，更好地为农村群众提供优质的商贸服务。

参考文献：

- [1] Finally, Sparks. Weaving new retail and consumer landscapes in the Scottish Borders [J]. Journal of Rural Studies, 2008(24): 86-97.
- [2] Harris T R. Commercial Sector Development in Rural Communities :Trade Area Analysis[EB/OL]. https://wrdc.usu.edu/files/publications/publication/pub__6479779.pdf.
- [3] 汪旭晖, 徐健. 农村零售业态创新：一个基于东北地区农民消费行为的探索性研究[J]. 农业经济问题, 2009(5): 44-49.
- [4] Paddison, Calderwood. Rural retailing :a sector in decline? [J]. International Journal of Retail & Distribution Management, 2007, 35(2): 136-155.
- [5] 黄漫宇. 中国农村零售业态变革分析——基于零售进化综合模型[J]. 农业经济问题, 2011(9): 72-76.
- [6] 孙同强, 陈阿兴. 安徽省农村零售业态创新探析[J]. 重庆科技学院学报：社会科学版, 2013(4): 77-80.
- [7] 马树才, 刘兆博. 中国农民消费行为影响因素分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2006(5): 20-30.
- [8] 孙爱军. 中国省域农民消费的空间计量分析[J]. 农村经济, 2009(8): 52-56.
- [9] 王健宇, 徐会奇. 收入性质对农民消费的影响分析[J]. 中国农村经济, 2010(4): 38-47.
- [10] 汪旭晖. 中国农村零售业态的成长性评价[J]. 东北大学学报：社会科学版, 2009(4): 312-316.

责任编辑：李东辉