

新生代农民工消费行为及其影响因素

——基于南京市 783 份调查问卷

王梦怡, 姚兆余

(南京农业大学 农村发展学院, 江苏 南京 210095)

摘要: 基于南京市 783 份调查问卷发现, 新生代农民工的消费行为明显具有乡土性与现代性的双重特征: 基本消费上保持俭朴, 同时通过新的消费形式来实现身份认同并融入城市。新生代农民工对消费方式的选择实质上是建构自我认同的社会身份。收入状况决定了其消费能力和消费水平。其经济收入与衣着消费之间负相关, 与医疗消费、娱乐支出之间正相关, 与食品消费、居住消费之间不存在相关性; 婚姻状况对于其食品支出、居住支出、娱乐支出有一定的影响; 年龄与居住消费、衣着消费之间正相关; 性别与娱乐消费负相关, 与医疗消费正相关; 文化程度与消费行为之间显著正相关。

关键词: 新生代农民工; 消费行为; 影响因素; 自我认同; 南京

中图分类号: C912.82

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2014)01-0043-06

Consuming behavior of new peasant-workers and the hindrances concerned: Based on the questionnaire survey of 783 new peasant-workers in Nangjing

WANG Meng-yi, YAO Zhao-yu

(Rural Development College, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China)

Abstract: Based on the questionnaire survey of 783 new peasant-workers in Nanjing, we find that their consuming behavior could be affected by factors like income, family structure, personal characteristics and so on. Their behaviors in peer group showed a strong convergence in the city, and they paid attention to the consumption in the level of spiritual culture, such as entertainment and education. Consumption was the means to construct social identity. The new peasant-workers chose the mode of consumption, in fact that they constructed social identity of self-identification.

Key words: the new peasant-workers; consuming behavior; influencing factors; self-identification; Nanjing

一、问题的提出

消费行为是反映一个群体的消费观念和消费趋向的重要指标。消费行为不仅受到个人因素的影响, 而且受到同辈群体和消费文化等社会因素的影响。新生代农民工是一个既有别于农村青年、又有别于城市青年的特殊群体, 其消费行为具有什么样的特征? 受到哪些因素的影响? 其消费行为蕴含什么样的社会意义? 深入探讨这些问题, 有助于进一步认识新生代农民工的群体特征。

近年来, 学者们对农民工的消费结构、消费行为及其影响因素等问题进行了较多的讨论, 如沈蕾等发现, 上海市新生代农民工消费结构中恩格尔系数较低, 但不同的生活方式对其消费结构产生一定的影响。^[1]严翊君认为, 长三角地区农民工的消费方式和消费行为正逐渐开放。^[2]钱雪飞发现, 收入与保障水平较低、生活质量较差、农民与农村之间的密切关系是影响南京市农民工消费的重要社会因素。^[3]尽管不少学者关注农民工消费行为, 但对于新生代农民工^①消费行为探讨较少。有鉴于此, 笔者拟在对南京市新生代农民工消费行为进行抽样调查的基础上, 分析该群体的消费行为和消费结构及其影响因素, 以期有助于认识其消费行为及其

收稿日期: 2013-10-22

基金项目: 南京农业大学资助项目(KYZ201008)

作者简介: 王梦怡(1990—), 女, 江苏宿迁人, 硕士研究生。

蕴含的社会意义。

笔者采用结构式调查问卷,选取建筑业、服装加工业、家居制造业、饮食服务业、美容美发业等5种不同职业的新生代农民工进行问卷调查,共发放问卷800份,回收有效问卷783份。运用专业统计软件SPSS20.0进行统计分析。

研究样本具有以下特征:从性别上看,男501人,女282人,分别占64.0%和36.0%。男性比例高于女性,调查样本的性别分布与全国普查结果基本一致,因而具有一定的代表性。从年龄上看,15-20周岁之间的占到12.6%,21-25周岁之间的占46.1%,26-30岁之间的占37.4%(缺失值=30)。年龄最大者为30岁,年龄最小者为15周岁,平均年龄为24.7周岁。从文化程度上看,小学及以下占2.6%,初中占34.1%,高中占31.3%,中专占9.9%,大专及以上学历占22.1%(缺失值=16)。从婚姻状况上看,未婚者472人,已婚未育者107人,已婚已育者188人,分别占样本总数的60.3%、13.7%、24.0%(缺失值=16)。其中,调查的已婚已育的新生代农民工的孩子都跟随父母在城市里生活。从出生地上看,出生于农村者444人,在父母打工城市出生者(户籍是农业户口)326人,分别占样本总数的56.7%、41.6%(缺失值=13)。从务工时间上看,有1.1%的人是刚刚工作的,13.8%的人工作时间在1年之内,有52.7%的人工作时间在1-5年,30.4%的人工作时间在5年以上(缺失值=15)。从收入情况上看,有3.4%的人月收入在960元以下,6.8%的人月收入在961-1000元之间,21.5%的人月收入在1001-1500元之间,20.2%的人月收入在1501-2000元之间,17.0%的人月收入在2001-2500元之间,14.0%的人的月收入在2501-3000元之间,10.7%的人月收入在3001-4000元之间,另有4.2%的人月收入在4001元以上(缺失值=17)。

二、新生代农民工的消费行为

鉴于消费行为是指消费者寻找、购买、使用和评价指向满足需要的商品或劳务的活动过程,^{[4][54]}主要从食品消费、居住消费、衣着消费、文教娱乐消费、通讯消费和医疗消费等方面考察新生代农民

工的消费行为。

1. 食品消费

在新生代农民工食品消费方面,91.4%的被调查者的食物消费支出占收入比例在40%以下,只有8.6%的占40%以上。在问及“是否自己掏钱去饭馆消费”时,有99人表示经常到饭店消费,占总数的12.6%;265人表示有时去饭馆消费,占33.8%;352人表示偶尔自己去饭店消费,占45.0%;52人表示从不去饭店消费,占6.6%。另有15人未填或所填为无效答案。

2. 居住消费

在住房消费方面,有102人在南京购买了房屋,占总数的13.0%。其余681人靠租住或借住别人的房屋,其中,有3人居住在宾馆,370人居住在公司宿舍里,265人自己租房,43人借住在别人家里。从租房费用上看,由于借住别人家里和一部分在公司宿舍居住的农民工不需要支付租房费用,只有348人需要支付租房费用。统计发现,新生代农民工平均租房支出为213元/月,其中,月租费在30-300元之间者172人,301-1000元之间者135人,1001-3000元之间者41人,分别占租房人数的48%、37.7%和11.4%。当问及“租房时注重哪些因素”时,选择较多的是“交通方便”、“价格便宜”、“卫生设施较好”、“小区环境较好”,分别占总数的72.6%、68.3%、56.4%和43.6%。

3. 衣着消费

在衣着消费方面,新生代农民工每年人均衣着支出431元,占消费性支出比重10.1%。还可看出,新生代农民工比较注重档次和品牌。当问及“购买衣服时最注重什么”时,选择“价格”、“品牌”、“质量”、“外观”、“实用”者,分别占总数的32.6%、28%、22.1%、9.4%和7.9%。可见,新生代农民工的衣着消费已经从追求实用转到追求品质,更加注重衣着的档次、品牌,衣着消费品牌化、时尚化的趋势日益突出,越来越接近于城市同龄群体,具有享受性消费和炫耀性消费的特征。

4. 文教娱乐消费

新生代农民工在教育、娱乐等方面有着较强的消费意识。较之“父辈群体”,他们认为工作与生

活同等重要,希望在努力工作的同时也能有闲暇生活和继续接受教育的机会。在娱乐消费方面,有 160 人表示自己没有娱乐消费支出,267 人的娱乐消费为 30-300 元,325 人为 301-1 000 元,31 人为 1 001-3 000 元,分别占总数的 20.4%、34.1%、41.5%、4%。调查发现,新生代农民工的娱乐休闲方式主要集中在上网、KTV、打牌、运动、溜冰、看电影、电玩、桌球等方面,其中,选择上网的最多,达到 78.3%;选择 KTV 的达到 69.5%,选择打牌的达到 64.3%、选择电玩的达到 43.1%。

在技能培训方面,大部分新生代农民工都愿意自费参加技能培训,他们认为技能培训可以帮助其获得更好的就业机会,更快地在城市“立业”。调查发现,每年在技能培训方面花费 100-300 元者有 401 人,301-500 元者有 297 人,501-1000 元者有 85 人,分别占总数的 51.2%、37.9%和 10.9%。

此外,那些身边有孩子的新生代农民工还需要支付孩子教育费用。调查发现,已婚已育的 188 位农民工中,有 80 人需要每月花费 100-500 元用于子女教育,89 人需要每月花费 501-1 000 元,19 人需要每月花费 1 001-3 000 元。当问及“您重视孩子教育的原因”时,选择“希望孩子将来在城市做白领”、“希望孩子将来更好地打工”、“希望孩子将来更好地回家务农”的,分别占 56.4%、35.0%和 8.6%。显然,大多数新生代农民工对子女教育的预期已经不再是返回农村务农,他们希望通过增加教育投资,让子女有更好的学习环境,将来能够留在城市工作和生活。

总之,新生代农民工在娱乐、教育等方面的消费方式越来越城市化,与城市同龄群体的娱乐方式渐趋一致,他们不再像老一代农民工那样在工作之余用睡觉、逛街等方式打发闲暇时光,而是走进城市,积极地参与城市现代生活。

5. 通讯消费

新生代农民工对于手机这种通讯工具的使用已经达到普及的程度,绝大多数人认为手机是生活必需品。在通讯费用方面,30.1%的人每月手机费用在 30 元以下,53.1%的人费用在 31-50 元,13.4%的人费用在 51-100 元,3.4%的人费用在 101 元以上。

6. 医疗消费

新生代农民工因处于青年时期,健康状况较好,医疗消费所占比重不大。对那些有过就医经历的新生代农民工进行统计分析,发现其人均医疗消费仅占其消费支出比重的 2.8%。但是,新生代农民工在生病时大部分会选择正规医院看病,如在选择门诊就医机构时,有 13.2%选择省级医院看病,有 22.4%选择市级医院看病,有 46.3%选择社区卫生服务中心看病,有 18.1%的选择到私人诊所看病。虽然正规医院治疗费用相对较高,而且存在难以回家报销的障碍,但他们看重正规医院的权威和技术,愿意花钱让自己尽快恢复健康。

三、新生代农民工消费行为的影响因素

影响新生代农民工消费行为的因素很多,本文主要选择经济收入、婚姻状况、个体因素(性别、文化程度、被访者出生地)等作为自变量,食品消费、居住消费、衣着消费、文教娱乐消费、医疗消费选择作为因变量。为了便于分析,对自变量进行赋值(表 1)。

表 1 自变量与因变量的赋值

自变量	赋值
经济收入	1=“960元以下”
	2=“961-1000元”
	3=“1001-1500元”
	4=“1501-2000元”
	5=“2001-2500元”
	6=“2501-3000元”
	7=“3001元以上”
婚姻状况	1=“未婚”
	2=“已婚未育”
	3=“已婚已育”
个体因素	性别:1=“男”;2=“女”
	文化程度:1=“小学及以下”
	2=“初中”
	3=“高中”
	4=“中专”
	5=“大专及以上”
	被访者出生地:1=“城市”
2=“农村”	

根据调查数据,运用 SPSS 20.0 计算出各种变量之间的相关性(表 2)。

表2 新生代农民工消费行为相关性分析

	食品消费	居住消费	衣着消费	文教娱乐消费	医疗消费
经济收入	-0.049	-0.055	-0.107**	0.206**	0.103**
婚姻状况	0.081*	0.176**	0.093**	-0.151**	-0.075*
年龄	0.048	0.175**	0.112*	-0.089*	0.416
性别	0.102	0.031	0.038	-0.190**	0.211**
文化程度	0.018	0.081*	0.039	0.062**	0.502
被访者出生地	0.092	0.109**	0.010	-0.134**	0.433

注：**.在0.01水平(双侧)上显著相关；*.在0.05水平(双侧)上显著相关

1. 经济收入

经济学经典消费模型表明,消费是收入的函数。对新生代农民工而言,收入状况决定了其消费能力和消费水平。从表2可以看出,新生代农民工的经济收入与衣着消费的相关系数为-0.107,两者之间存在负相关关系,即实际收入越高的人,在衣着选择上越会选择价格越高的衣服;经济收入与医疗消费之间的相关系数为0.103,即收入越高的农民工越愿意选择到高一級医院进行门诊治疗;收入与娱乐支出之间的相关系数为0.206,表明收入越高,娱乐支出越多。但是,经济收入与食品消费、居住消费之间不存在相关性,原因在于,新生代农民工的饮食主要由公司集中供给,基本上不受到个人经济收入的影响;大部分新生代农民工居住在企业提供的宿舍里,群体之间差异不大。

2. 婚姻状况

新生代农民工的收入不可能全部用于自身消费,尤其是已婚已育的农民工,往往把收入的大部分积攒下来带(寄)回家,用于支付家用和子女教育。从表2可以看出,婚姻状况对于新生代农民工的食品支出、居住支出、娱乐支出有一定的影响作用。婚姻状况与食品支出的相关系数为0.081,已婚已育家庭由于家庭人数较多,食品支出必然较未婚者、已婚未育者有所增加;婚姻状况与居住支出的相关系数为0.176,已婚已育家庭需要相对宽松的住房环境,因而居住支出相对较多;婚姻状况和衣着消费的相关系数为0.093,即已婚已育家庭在购买商品时更注重实用性;婚姻状况与娱乐支出的相关系数为-0.151,已婚已育者由于家庭负担较重,其娱乐消费支出较之于未婚者、已婚未育者明显减少。此外,已婚已育家庭和医疗消费之间的相关系数为-0.075,即已婚已育的农民工在门诊治疗时更愿意选择私人诊所,私人诊所的费用相对较低,不会增

加家庭负担。

3. 个体因素

影响消费行为的个体因素有年龄、性别、文化程度、出生地等。从表2可以看出,年龄与居住消费、衣着消费、娱乐消费之间存在相关性。年龄与居住消费之间的相关系数为0.175,年龄较小的新生代农民工大都居住在公司宿舍内,居住支出相对较少;而年龄较大的农民工由于家庭生活等原因需要租住或者购买房屋,其居住支出相对较大。年龄与衣着消费的相关系数为0.112,年龄较小的新生代农民工更容易受到城市文化的影响,也更加迫切地希望融入城市,因而在衣着选择方面也就更加注重商品的价格和品牌。年龄与娱乐消费之间的相关系数为-0.089,年龄较小的农民工有更多的时间和兴趣进行娱乐消费,更加愿意参加娱乐活动,其娱乐支出也就相对偏高。

性别与娱乐消费的相关系数为-0.190,即被访者性别为女性时,其娱乐消费较少;被访者性别为男性时,其娱乐消费相对较多。性别与医疗消费的相关系数为0.211,即被访者为女性时,选择私人诊所进行门诊治疗的相对较多,更愿意选择费用相对较低的地方进行治疗。

文化程度与消费行为具有显著的正相关关系。文化程度与居住消费的相关系数为0.081,表明文化程度越高,住房支出越多;文化程度与娱乐消费的相关系数为0.062,表明文化程度越高,娱乐消费越多。

出生地与消费行为之间也存在着相关性。出生地与食品消费的相关系数为0.109,表明在城市出生的新生代农民工,比在农村出生的新生代农民工在食品支出方面的费用要多。在城市出生的新生代农民工,其食品消费更加接近于城市同龄群体,不时到餐馆进行消费。出生地与娱乐消费的相关系数为-0.134,即城市出生的新生代农民工比较重视娱乐

消费,消费金额相对较多。

四、结论与思考

可以看出,新生代农民工的消费行为不仅仅属于生存型消费,而且具有时尚性消费和炫耀性消费的特征。例如,在食品消费方面,新生代农民除了在家中或单位就餐之外,也会选择饭馆消费;在居住消费方面,不仅考虑住房的价格,也重视住房的生活设施和环境状况;在衣着消费方面,注重衣着的档次和品牌;在文教娱乐消费方面,比较重视提高自己的技能和子女的教育,接受城市娱乐休闲方式;在通讯消费方面,接受高科技通讯产品;在医疗消费方面,能够积极接受正规治疗,不再忍痛拖延治疗。影响因素方面,经济收入与衣着消费之间负相关,与医疗消费、娱乐支出之间正相关,与食品消费、居住消费之间不存在相关性;婚姻状况对于其食品支出、居住支出、娱乐支出有一定的影响;年龄与居住消费、衣着消费之间正相关;性别与娱乐消费负相关,与医疗消费正相关;文化程度与消费行为之间显著正相关。

作为一个“边缘性”群体,新生代农民工在成长环境、个体特征、就业情况等方面的特殊性,使得他们的消费行为既与农村青年存在着一定差异,也与城市青年有着较大的区别,其消费观念和消费行为明显具有乡土性与现代性的双重特征,一方面他们在基本消费上保持节俭,另一方面又通过新的消费形式来实现身份认同并融入城市,并尽可能消除“农村人”痕迹。

在食品消费方面,新生代农民工的生活仍很简朴,一般是公司的工作餐或便宜的快餐盒饭,部分农民工自己做饭,以节省开支,但他们在一些特殊时间(生日、节日等)里也开始像城市青年一样与朋友到饭馆里聚餐进行感情交流。

在住房方面,大部分新生代农民工主要依靠租住或借住的方式来满足居住需要,但已经开始有一小部分农民工通过在城市购买住房实现在城市定居的梦想。农村青年在居住方面基本依靠家庭,他们不需要花钱或者只需要花很少的钱就可以拥有属于自己的住房。城市青年面临着城市高房价的难题,但城市青年在面对住房消费时已经开始无视自己的经济实力,呈现出仪式化的倾向。^[5]由于生活

空间的不同,新生代农民工的住房消费已经完全不同农村青年,但在面对城市高房价时,又不会像城市青年一样盲目消费,他们在租住房屋时会选择价格较便宜的,而在购买住房时更是量力而行。他们虽然也想通过空间上的定居来实现融入城市的梦想,但收入与城市高房价的差距使得大部分新生代农民工在短时间内无法实现这一梦想。

在服装消费方面,新生代农民工开始注重衣着的档次与品牌,从衣着打扮上,很难将其和城市青年区分出来。通过塑造时尚的外表来进行印象管理,表明自己对城市社会生活的渴求,谋求城市人的形象。^[6]由于电视广告等传播媒介的影响,一些品牌在青年群体中获得较大的影响力,青年群体在服装消费时几乎都会选择一些共同的具有较大知名度的品牌,因此,在服装消费方面新生代农民工与城市青年并没有特别明显的差异。

在手机消费方面,新生代农民工的手机已经成为生活必需品,农村青年与城市青年亦然。手机包含着消费之外的意义,可以通过手机消费来解读其生存心态:第一,农民工赋予手机消费和使用以“社会竞争”的意义,购买手机在年轻农民工中变成了一种“时尚”,而且有一个“团队的攀比”,作为一种“社会定位”;第二,借助手机,他们有更多的自主性介入关系网的打造;第三,他们借助手机短信进行“主动式”的交往,从而使手机作为一种身份识别的同时也成为体现他们思想和意志的工具,肯定自己作为“主体”的存在状态。^[7]农村青年在手机的使用上可能更多地是与朋友、家人的联系;而城市青年赋予手机更多的意义,手机不仅是其基本功能的使用,它还是时尚与身份的象征。而对于新生代农民工而言,手机更重要的是主动与城市同龄群体交往的工具,是城市身份认同的媒介。

在闲暇消费方面,上网、KTV、打牌和电玩是新生代农民工的主要休闲方式,大部分人也积极地愿意利用闲暇时间参加职业培训。农村青年在闲暇时间的安排上,用于打牌、打麻将、看电视、看电影的占主流,娱乐方式相较于城市相对单调和狭窄,而用于学习技能和知识的闲暇时间比较少。^[8]城市青年的闲暇消费主要包括休闲消费和学习消费,休闲方式更加丰富,而新生代农民工在这方面还显得有些“老土”。

在医疗消费方面,新生代农民工在遇到疾病困扰时,大部分选择正规医疗机构进行门诊治疗,虽然面临治疗费用相对较高和报销困难等问题,但其还是愿意花钱以期尽快恢复健康。由于报销方便和农村医疗机构治疗费用相对较低,绝大部分农村青年在医疗消费方面相对花费较低。而城市青年的医疗保险也相对较好报销,新生代农民工相较于这两类同龄群体来说在医疗费用方面的花费相对较高。

总之,新生代农民工的消费行为具有明显的“转型”特征,消费内容和结构更加复杂和多元化,消费工具从传统到现代,消费行为从保守转向开放,消费心理从传统转向前卫。这些特征与新生代农民工融入城市的意愿和趋势是一致的。对他们来说,消费不仅仅是为了满足基本生活需要,也是为了实现城市生活的追求,他们通过选择与城市青年接近的消费方式,逐渐融入城市生活,使自己摆脱农民工的形象,成为真正意义上的“城市人”。^[9-14]

从社会学意义来看,消费是社会身份建构的手段。消费既是用于建构认同的“原材料”,又是认同表达的符号和象征。^{[10][44]}可以说,消费是新生代农民工与城市社会建立关系的一种手段。新生代农民工进入城市的社会空间后,在职业和生活方式上已经不同于农村青年。为了适应城市社会的场域,他们需要通过消费的过程,建构一个符合城市社会文化的身份和形象,缩小与城市青年之间的差距。就此而言,无论时尚型消费,还是炫耀性消费,从本质上来看,都是新生代农民工建构自我认同和社会身份的策略性工具。

注 释:

① 本文调查的新生代农民工是指1980年后出生、具有农业户口、从事非农产业的青年打工者。

参考文献:

- [1] 沈蕾,田敬杰.上海新生代农民工消费结构分析[J].消费经济,2012(4):48-52.
- [2] 严翅君.长三角城市农民工消费方式的转型——对长三角江苏八城市农民工消费的调查研究[J].江苏社会科学,2007(3):224-230.
- [3] 钱雪飞.进城农民工消费的实证研究——南京市578名农民工的调查与分析[J].南京社会科学,2003(9):89-96.
- [4] 彭华民.消费社会学新论[M].北京:北京师范大学出版社,2011:54.
- [5] 闵学勤.空间拜物:城市青年住房消费的仪式化倾向[J].中国青年研究,2011(1):36-41.
- [6] 王艳华.新生代农民工市民化的社会学分析[J].中国青年研究,2007(5):38-41.
- [7] 杨善华,朱伟志.手机:全球化背景下的主动选择——珠三角地区农民工手机消费的文化与心态解读[J].广东社会科学,2006(2):168-173.
- [8] 杨名,潘建洋.中国东部地区农村青年生存状况研究——以浙江省儒岙镇为例[J].河北青年管理干部学院学报,2010(6):1-4.
- [9] 张晶.趋同与差异:合法性机制下的消费转变——基于北京地区青年女性农民工消费的实证研究[J].中国青年研究,2010(6):58-63.
- [10] 王宁.消费社会学(第二版)[M].北京:社会科学文献出版社,2011:71-72.
- [11] [美]鲍德里亚.消费社会学[M].刘成富等译,南京:南京大学出版社,2000.
- [12] 陶建杰.新生代农民工信息渠道使用意愿的影响因素研究[J].南京农业大学学报:社会科学版,2013(2):11-17.
- [13] 章雨晴,郑颂承.农民工城市定居意愿的代际比较——基于南京市284位农民工的调查[J].湖南农业大学学报:社会科学版,2013(4):41-47.
- [14] 堵琴囡.新生代农民工精神文化生活的现状研究——基于与老一代农民工、城市青年的比较[J].山东农业大学学报:社会科学版,2012(3):30-36.

责任编辑:陈向科