
全面建成小康社会进程中的 四川农村消费市场研究

郑屹立¹

(南充职业技术学院, 四川 南充 637000)

【摘要】:农村是全面建成小康社会的短板,能否如期实现全面建成小康社会的目标,关键是看农村能否打赢脱贫攻坚战,实现快速发展。农村消费市场是促进生产,加快农村经济发展的重要环节,不仅是建设社会主义新农村的迫切需要,也是社会主义现代化建设的重要内容。因此研究农村消费市场具有至关重要的意义。四川由于受地理环境等客观因素的影响,长期以来农村发展不平衡不充分,致使农村村民消费水平普遍低于城市居民消费水平,且无法拉动生产,严重影响了四川农村的快速发展。通过分析四川农村消费市场现状,找出存在的问题,有针对性的提出建议与对策,以便提高四川农村消费水平的提高,并带动经济的快速发展。

【关键词】:农村 消费市场 四川

今年是全面建成小康社会的关键一年,要建成全面的小康就要使整个社会经济发展不能有短板,为此,政府把更多的资源投入到补齐全面小康的短板问题上,推动实施乡村振兴战略。在过去的五年里,农村经济取得长足发展,但就四川而言,目前农村消费需求状况不容乐观,表现在城乡居民收入差距仍然较大、农民的消费结构单一、传统消费观影响根深蒂固、互联网购物方式普及度低等方面,这极大地挫伤了农村居民的消费积极性,阻碍了农村经济的持续健康发展。因此怎样发掘消费潜力、拉动内需对于农村发展具有至关重要的意义,对实现全面建成小康社会的第一个百年目标具有十分重要的现实意义。

1 四川农村消费市场情况

1.1 城乡居民收入差距仍然过大

城乡二元结构遗留下的问题在四川仍然存在,在居民收入方面,四川农村的居民消费总额虽然在近几年增长迅速,甚至消费额年增长率超过了纯收入额年增长率,但与四川城镇居民相比,城乡居民收入水平仍存在较大差距,并且这种差距还在逐年拉大。随着收入差距的拉大,会使更多的人涌入到城市,而农村逐渐空心化,势必影响到四川农村居民的消费水平。

1.2 农村消费结构单一

正常的消费结构应该是多元的,但四川农村居民消费支出结构相对单一,主要集中在吃穿等基本生活必需品消费上,而缺少交通、通信、文教娱乐用品及服务较高层次上的消费,而且对于投资的意愿也不高,主要是存在担心其中的风险因素的问题,使得农村居民主要选择将钱花在必须要花的地方,同时四川农村居民的医疗保健条件相对较低,农村居民会选择将一部分钱存储用于处理突发疾病和养老,这些都是影响消费结构的因素。

¹作者简介:郑屹立(1969-),女,南充职业技术学院财经系副教授,研究方向:市场营销。

基金项目:四川省教育厅一般课题《全面建成小康社会进程中的四川农村消费市场研究》,课题编号:18SB0278。

1.3 传统消费观影响根深蒂固

随着全面建成小康社会目标的提出,四川农村居民的收入有了很大程度的提高,人们的生活越来越好,消费水平也在不断提高。但受传统的居安思危和勤俭节约观念的影响,农村居民大多选择将挣到的钱存入银行,而不会想着去消费。久而久之就会形成农村居民消费欲低的现象,造成消费市场狭窄。

1.4 互联网购物方式普及度低

在互联网+战略的推动下,互联网购物形成的消费市场对经济增长的推动作用越来越显著。但是就四川而言,互联网消费市场还没有完全打开,这主要是由于以下几点原因:首先,由于四川天然的地理环境,使得一些偏远地区没有办法通网,切断了村民网络购物的路径;其次,现在农村里的年轻人大多外出打工,村里留下的都是老人和未成年的孩子,他们文化知识缺乏,更是缺少对互联网方式的了解,同时也由于他们年老,视力下降,对手机或电脑上的字看不清楚,所以他们宁愿选择直接的集市购物;最后,受传统观念影响人们觉得网上买的东西不靠谱,对网络购物很排斥。因此在偏远地区的农村很少有人会选择互联网购物。而集市上的东西种类少完全满足不了人们日益增长的购物需要。

2 四川农村消费现状与全面小康的差距

2.1 精神文化消费比重偏低

当前四川农村的文化消费比重偏低,与全面小康的物质与文化并重的消费模式还有很大差距。目前四川农村对文化的需求是有的,但是缺少将需求转化为消费的条件支撑。一方面,由于消费水平的限制,农村的文化消费者只能选择在自己购买能力范围内的文化产品,而这种产品相对较少且质量不佳;二是农民的闲暇时间少,一年四季花在田地里的时间较多,追求精神消费的时间较少;三是由于文化产品在农村还比较缺乏,农民也很少能够看到喜闻乐见的文化产品。这些因素就导致农民的精神消费与物质消费相比起来比重偏低。

2.2 消费的非完全市场化

市场在资源配置中起决定性作用,发挥好市场的作用对于促进经济持续增长具有重要作用。在四川农村的消费市场中表现出消费的非完全市场化,与全面小康的进程中充分发挥市场作用还有存在很大的差距。农村消费特别是农产品消费表现出很强的自给自足性,这与当前市场已成为经济运行主要机制的事实相矛盾。造成这一现象的原因,一方面由于在农村还没有形成全面的、统一的、开放的、有序的市场体系;另一方面,农村居民长期受传统的自给自足观念的影响,与时代发展的需求脱节,造成市场观念不深入。

2.3 消费行为的非理性化

消费行为是消费主体进行消费活动的表现总和。消费行为是否理性,取决于消费主体的消费行为是否科学。农民的消费受到群体特性的影响,带有趋利避害的本能。但是同时,又由于受到封建迷信的影响和人情社会影响,在相对封闭的消费环境中容易形成农村特有的,带有封建色彩的,具有非理性化特点的消费行为。这些行为包括攀比消费、过分重视人情消费、隔代消费、封建迷信消费、婚丧嫁娶中过度消费等。这些行为使农村不能很好的利用资源。消费行为的非理性化使农村居民不能很好的开拓市场,只是将很有限的钱投入到不必要的消费中,而没有满足自己的物质文化消费,造成了资源的浪费,这有悖全面小康合理健康的消费。

2.4 消费领域的相对狭隘性

互联网等科学技术的进步给消费领域带来了巨大的发展潜力,为人们提供更加广泛的选择,更加丰富的生活消费方式,更能满足人们对美好生活的消费诉求。同时,随着社会进步和人文关怀的发展,更关注农村居民生活质量的整体提高。但目前农村居民的消费还是主要局限于满足其对基本的生活品领域的消费,对服务性消费和高新技术等领域的消费涉足较少,主要是由于没有那些方面的消费意愿,在网络设施建设方面也不够普及,所以没办法体现消费的均衡性和现代社会科技发展所带来的实惠和方便。

3 建议与对策

3.1 提高农民的精神文化消费需求

提高农民精神文化消费需求的首要任务是增加农民收入,只有钱包鼓起来,农村才能有消费的底气,才能发掘农民的购买潜力。在增加收入方面:一是要坚持“多予、少取、放活”的方针,坚定不移培育农业经营主体,推进农村经济结构调整,不断提高农业的市场竞争力,拓宽农民增收渠道;二是加大对农业和农民的补贴力度,同时大力发展农村服务业,开辟多种经营方式,拓宽农民的就业领域;三是要建立健全外出务工人员的劳务保障系统,促使外出务工人员的合法权益得到保障。在促进消费观的转变方面,要加大对农民观念的改造力度,为他们灌输适应经济发展需要的观念,形成合理的消费观,提高农民的文化消费意识。同时应该提供更多的农民喜闻乐见的文化产品看,比如书籍、期刊、影视产品,让村民能够在农忙之余,购买这些文化产品,并建立专门的分享会,大家坐在一起讨论自己的读后感,增加村民自我学习的机会。除了要提供产品之外,还要培养村民学习文化消费的意识,让他们自己主动的接受文化产品的熏陶。

3.2 建立健全各种制度,改善农村消费的软环境

一是建立健全农村信贷服务体系,这是促进农村消费的重要途径,建立满足农民信贷需求的制度体系,有利于促进农民拿出更多的钱进行投资或者经营家庭农场经济,能为之提供经济支持;二是建立和完善城乡统一的养老保险制度。农民愿意将自己的存款存进银行也不愿意拿出来消费,就是因为由于农村缺少良好的养老保险制度,农民必须提前为自己的后半生打算,存够足够的养老钱,因此只有建立健全养老保险制度才能让农民放心的消费;三是建立健全医疗卫生体系,解决农民看病难看病贵的难题;四是建立健全农民进入市场的保障机制,消除各种影响农民进入市场的障碍,提高村民参与市场竞争的意识,建立健全市场监督机制,增加农民消费安全感,在更大程度上保障和释放消费需求,使巨大的农村消费需求潜力尽快转化为现实的购买力;五是建立健全交通体系,让更多的产品流通到农村,同时农民也能与更大的世界进行沟通,促进农民的市场交流,促进农村和城市的积极交流,促进城乡融合。

3.3 加快农村小城镇建设步伐,转变农民生活方式

城市化滞后是制约我国经济发展的重要因素,但是那么多的农村人口又不可能全都涌入城市,这样不仅会造成城市的压力还会使我国经济发展结构失调,根据我国农村农民居住相对分散,不便于管理,对于建立健全社会保障制度和基层建设的难度大、成果也不显著的情况,将村民集中起来进行,实施农村小城镇化建设是很好的选择。这不仅可以实现农产品生产的产业化,还可以使农民享有方便的基础设施,为乡镇产业的发展创造机会,提高农民的生活质量,促进农民增收,提高农民就业率,也可从根本上改善部分村民好吃懒做的习惯。国家应不失时机地推进农村小城镇建设进程,积极探索小城镇发展模式,吸引各种投资主体参与小城镇的开发建设过程中。将财政补贴投入到基础设施建设上,改善农村地区小城镇的电网、道路、供水等与生产和生活有关的基础设施建设,能有效促进经济增长,有利于消化目前“相对过剩”的劳动力,创造就业机会。同时通过小城镇的生活基础设施的完善可以转变农民的生活方式,使大多数农民从“量入为出”、“勤俭持家”的消费观念中走出来,引导积极的消费

3.4 加大教育投资力度,全面提高农村人口素质

百年大计,教育为本。一方面要看到教育在转变人们的消费行为方面的作用。要改变人们的生活方式和消费行为,就要通过教育感化,潜移默化的让人们接受科学的消费行为习惯,既不抑制消费也不超前消费,同时能改变村民对于传统封建消费习惯的看法。另一方面,要看到教育在提高农民人口素质方面的作用。通过教育农民可以学习科学文化知识,提高对现代科学技术的认知能力,同时通过教育让村民形成发家致富的观念。提供必要的科学技术培训,了解市场对农产品的需求,生产适销对路的产品,增加农民收入,进而拉动农民的消费,同时要注意对农民互联网技术的培训,村民的互联网消费低的原因大多是由于不会使用互联网购物,对互联网购物有排斥和恐惧心理,因此政府应该多组织这样的活动让村民对互联网有一个客观的认识,发挥教育对经济的促进作用,提高劳动力的整体素质,促进科学技术的创新,对经济的运行具有直接调节作用。多建立培训学校,既培训他们的生产技术,又给他们带去生活技巧,帮助他们的文化知识的提升和观念的转变,间接扩大农村市场的消费能力。

可以看到四川农村的消费市场在实现全面建成小康社会目标的进程中仍然是艰巨的一环,只有切实保障农民的利益,提高农民的收入,促进消费对经济增长的拉动作用,才能补齐经济发展的短板。全面建成小康社会核心是全面,因此作为短板的农村发展是关键,发展农村经济,最重要的就是提高农村自我造血功能,提高农民收入才是硬道理。同时加大对农村经济的支持力度,推进人民在全面共建中共享资源、共享改革发展成果,用发展保持中国社会的繁荣和稳定。近几年来,党和国家高度重视“三农”发展,在这个良好契机下,四川应该把握机遇,不失时机的促成农村经济的快速发展,这需要政府、人民的不懈努力,需要广大知识青年投身于四川农村的建设事业中。应该清醒的认识到四川乃至全国的小康社会的美好前景是令人向往的,但通往小康社会的路途却并不平坦,“三农”问题是我们在通往小康社会路程中无法回避的隘口,而大力发展农村经济和提高农村消费和改善农村消费环境状况,正是通过这一隘口的关键步骤之一。从现在到2020年这段时期内,城镇小康建设无疑将会继续走在全面小康社会建设的前列。种种情况表明,今后城镇小康建设的各项指标相对比较容易达到甚至超过,更主要的是在于农村小康建设的任务更艰巨,工作量更大,付出努力更多。农村消费市场改革任重而道远。

参考文献:

- [1]王强.我国农村消费市场空间等级体系研究[J].商业经济研究 2018(22):104-108.
- [2]王亮停.流通环境对农村消费市场的影响探析[J].商业经济研究 2017(19):130-132.
- [3]江逸.经济新常态下小城镇建设与扩大农村消费研究[J].商业经济研究 2018(15):125-128.