

缩小内蒙古城乡居民消费差距的探讨

王巧英

(内蒙古财经学院 统计系, 内蒙古 呼和浩特 010051)

[摘要] 随着我区经济的不断发展, 居民收入有了一定提高, 生活水平不断改善。但我区城镇居民与农牧民的消费仍存在较大差距。主要原因是: 牧民收入普遍偏低, 有效需求不足, 购买力有限; 收入差距明显; 农牧民的支出预期增加; 市场发展滞后; 市场供给结构不合理, 与农牧民的现实需求脱节。因此, 要缩小城乡居民消费差距应采取以下措施: 有效增加农牧民收入, 稳步提高居民消费水平; 密切配合居民消费需求变化, 拓展消费领域; 注重扶持低收入人群, 促进农村牧区消费水平的普遍提高; 继续抓紧农村牧区基础设施建设, 改善消费环境; 优化工农产品结构和质量。

[关键词] 农牧民; 农村牧区; 消费; 消费差距

[中图分类号] F014.5

[文献标识码] A

[文章编号] 1004-5295(2004)02-0114-03

我区认真贯彻落实党中央、国务院的各项方针政策, 紧紧抓住国家扩大内需政策和实施西部大开发战略的历史机遇, 加快结构调整和基础设施建设, 国民经济保持了快速健康的发展势头, 消费需求逐步回升, 有力地拉动了第三产业的发展。在经济发展的基础上, 合理调整收入分配关系, 不断提高城乡居民收入水平、消费水平, 进一步加强各类社会基础设施建设, 使社会公共产品供给数量明显增加, 质量明显提高, 人民的生活更加宽裕。内蒙古城乡居民生活水平不断提高, 2002年全区城镇居民可支配收入6 051元, 比上年增加515元, 增长9.3%; 全区农牧民人均纯收入2 086元, 比上年增加113元, 增长5.4%。因而使我区城乡居民消费水平亦有所提高, 但城镇与农村牧区消费还有一定的差距。从总体上看, 农村牧区的消费水平增长速度较快。从长期趋势来看, 由于人民生活水平的提高, 消费转型, 虽然现在农村牧区消费与城镇消费还有很大差距, 但经济发展将逐渐缩小城乡居民的消费差距。

一、我区城乡居民消费现状

(一) 城乡居民家庭平均每人全年消费性支出、

构成及发展情况

表1 农村牧区居民家庭人均生活消费支出

	农牧民(元)		发展速度
	2001年	2002年	%
生活消费支出	1 554.59	1 647.04	105.95
货币性消费	1 179.89	1 258.36	106.65
食品	368.34	383.35	104.80
衣着	109.24	115.16	105.42
居住	173.67	188.78	108.70
家庭设备用品及服务	60.41	64.82	107.30
医疗保健	113.20	116.82	103.20
交通通讯	99.57	117.51	118.02
娱乐教育文化服务	213.65	229.63	107.48
实物性消费	374.70	388.68	103.73
食品	310.54	331.61	100.78
衣着	0.07	0.32	457.14
居住	64.09	56.76	88.56

资料来源: 内蒙古统计年鉴, 2002, 2003年。

[收稿日期] 2004-03-16

[作者简介] 王巧英(1963—), 女, 山西代县人, 内蒙古财经学院统计系副教授, 从事统计理论及其应用研究。

表2 城镇居民家庭人均生活消费性支出

	城镇居民平均(元)		发展速度
	2001年	2002年	%
消费性支出	4 196	4 859.66	115.82
食品	1 423	1 532.27	107.68
衣着	595	674.72	113.31
家庭设备用品及服务	292	285	97.60
医疗保健	269	343.67	127.76
交通通讯	390	503.07	128.99
娱乐教育文化服务	548	678.77	123.86
居住	404	667.65	165.26
杂项商品	274	173.93	63.48

资料来源:内蒙古统计年鉴,2002,2003年。

对比分析表1与表2,农村牧区家庭消费要远小于城镇居民家庭消费,2002年农牧民人均生活消费支出为1 647.04元,城镇居民为4 859.66元,是农牧民的2.79倍。主要由于收入差距比较明显,城镇居民收入远高于农牧民收入,而且消费市场广阔,人们改变只储蓄不消费的观念。而农牧民在消费上,有些消费品自给自足。城镇居民消费主要集中在食品、衣着、居住等几个重要方面,整体消费比较合理化。而农牧民由于部分所需物品自产,分为货币性消费和实物性消费。当然,随着农牧民收入水平的不断提高,农牧民的消费质量和消费结构都在不断地发生变化。2001年到2002年,在农村牧区家庭人均纯收入增长的基础上,农牧民家庭平均每人消费支出由1 554.59元增加到1 647.04元,增长5.95%。从表1可以看到增长速度最快的是衣着、交通和通讯、居住、娱乐教育文化服务等满足发展需要和享受需要属于高层次需要的商品和服务。从总体上看农牧民恩格尔系数逐渐趋于下降,表明我区农牧民家庭消费结构正发生着悄然的变化,广大农牧民在基本满足了吃、穿、住等生存需要的基础上,已经开始追求生活质量的改善和提高。

(二)消费水平普遍提高,消费质量有所改善

一系列体制上的变革,已成为农牧民提高生活水平、拓展消费领域的内在动力与保证。我区城乡居民消费水平普遍提高,消费结构明显升级,随着农牧民整体生活水平的提高,农牧民生活消费结构向着逐步减少生存性消费比重,不断提高享受

和发展性消费比重变化,基本生存资料中的食品、衣着等需求收入弹性已逐渐缩小,其他用、行等享受和发展资料的需求收入弹性则逐步增长。主要表现在:一是恩格尔系数呈下降趋势且下降幅度较大。农牧民消费构成中满足基本生活需要的吃的比重,在近几年呈现出下降态势,成为农牧民总体生活消费由温饱区间迈入小康门槛的重要标志。二是其他享受性和发展性消费支出的比重普遍提高。居住支出2001年比2002年提高了8.7%,交通通讯支出提高了18%,文教娱乐支出提高7%。三是货币消费支出比重提高较快。城乡居民现金收入的较快增长对城乡居民增加现金消费开支起到了积极作用。农牧民生活消费现金支出额由2001年的1 179.89元提高到2002年的1 258.36元,增长了6.65%。

二、我区城乡居民存在较大消费差距的原因

(一)农牧民收入普遍偏低,有效需求不足,购买力有限

2002年,我区农牧民家庭平均每人全年收入仅相当于城镇家庭的34%,农牧民收入普遍偏低,增长速度相对缓慢,导致有效需求不足,购买力不强,是农村牧区市场消费品销售不旺的根本原因。

(二)收入差距明显

我区城乡居民收入差距较大,主要表现在两个方面:第一,不同群体的收入差异。我区农村牧区信贷存款主要集中在少数专业户、建筑包工头、工商户手中,这部分人的消费已接近城市消费水平。而一般农牧民收入普遍偏低,有的还未完全摆脱贫困。第二,不同地区的收入差异。目前,我区不同地区农牧民的收入以及与其相适应的消费水平,按照由高到低排列,大体上可以分为主城区、近郊农村牧区地区、各县城近郊地区、远郊农村牧区地区的边远贫困地区等4种消费层次。显然,我区农村牧区不同群体和不同地区收入水平的差异性,给企业开拓农村牧区市场提出了更高的要求。

(三)农牧民的支出预期增加

在农村牧区形成了小农经济后,受小农经济抵御自然和市场风险能力弱,农村牧区社会保障体系远未形成以及教育体制改革等因素的影响,农牧民防灾、防病和子女教育投资的意识增强,导致农牧民的支出预期增强,一些潜在的购买力难以在近期转化为市场需求。

(四)市场发展滞后

第一,消费水平滞后。我区大部分农牧民消费

水平仅相当于城市居民 90 年代初的水平。第二,消费观念滞后。由于长期以来受“节俭为荣”观念的影响,再加上农村牧区各种信息少,导致农牧民消费观念滞后,这也给开拓农村牧区消费市场带来阻力。第三,物流配送体系和售后服务体系滞后,农村牧区的消费形式受到了影响。

(五)市场供给结构不合理,与农牧民的现实需求严重脱节

第一,市场上的许多产品针对城市市场设计,与农牧民的需求特点脱节。第二,不同地区市场的需求脱节。企业在不同市场上投入商品应有所区别,否则导致农牧民无法消费的局面。

三、缩小消费差距应采取的措施

(一)有效增加农牧民收入,稳步提高居民消费水平

收入是影响消费水平增长快慢的决定性因素,收入与消费的变动关系表明,只有收入的提高才能带来消费的持续有效的增加。因此,要促进城乡居民生活消费的持续稳定提高,必须着力于增加居民收入。这就是应在坚持以市场为导向的基础上,调整产业结构,积极推进农业产业化经营,才能拓宽居民收入渠道。这也是当今中国经济要想稳步发展亟待解决的问题。

(二)密切配合居民消费需求变化,拓展消费领域

随着农村牧区和整个国民经济的发展,居民消费领域不断扩大。消费结构正在呈现如下趋势:一是在收入提高的基础上,消费不断增加;二是消费的“恩格尔系数”持续降低,非商品消费比重不断上升;三是自给性消费支出的比重越来越小,商品性消费支出比重越来越大;四是随着家庭消费水平提高,农牧民对家庭以外的社会性公共消费项目的需要不断增加。

(三)注重扶持低收入人群,促进农村牧区消费水平的普遍提高

目前我区现有的低收入农牧民生活与全区比较存在较大差距,对农村牧区消费水平的普遍提高产

生了不利影响,由于这部分人收入水平低,自我发展能力弱,生存性消费特征明显,因此,注重对这部分人群的扶持与帮助,尽快提高其收入水平,切实增强这些低收入农户自我积累和自我发展的能力,是促进农牧民消费水平普遍提高不应忽视的方面。

(四)继续抓紧农村牧区基础设施建设,改善消费环境

继续抓紧农村牧区电力、道路、供水等基础设施建设,是缓解农牧民服务性需求对社会构成的压力,促进新兴家电消费品在农村牧区的销售与普及的重要举措。大力发展农村牧区流通体系,重新梳理农村牧区市场上的购销渠道;扩大农村牧区商业网点,加强农村牧区市场建设,深化农村牧区流通体制改革,鼓励农牧民进入流通领域;规范市场主体行为,提倡文明经商,维护消费者合法权益。

(五)优化工农产品结构和质量

生产城乡人民急需的产品,是扩大消费市场的前提条件。一方面,农牧民能够接受那些经济实惠,经久耐用,使用方便的商品。从现实情况看,只要企业把生产对准农牧民需求,把握农村牧区市场和消费特点,搞好产品结构调整,农村牧区市场就大有作为。另一方面,农产品要不断提高自然质量。要通过农业结构的调整,实行农业生产的多样化和农产品的多样化。只有使农产品结构和质量符合市场需要,才能适应城乡居民生活由温饱走向小康的市场需求多样化、质量化发展要求,这也是解决现阶段农产品出售难、缺乏竞争力、农业增产不增收的重要途径,是扩大农牧民增收空间,进而提高农牧民消费水平的重要举措。

[参考文献]

- [1] 内蒙古统计年鉴[Z].北京:中国统计出版社,2002,2003.
- [2] 林白鹏.中国消费结构与产业结构关联研究[M].北京:中国财政经济出版社,1993.
- [3] 国家统计局.中国发展报告[M].北京:中国统计出版社,2001.

[责任编辑:潘建伟]