

双循环背景下荆门农村消费市场拓展路径研究

龚政¹ 潘经韬² 王茂疆³ 谢利⁴

(1. 中国财政科学研究院博士后流动站, 北京 100142;

2. 湖北工业大学经济与管理学院, 湖北 武汉 430068;

3. 国防科技大学军事基础教育学院, 湖南 长沙 410073;

4. 荆门市委党校, 湖北 荆门 448000)

【摘要】从研究荆门农村消费市场的意义与价值出发, 通过分析其约束及原因, 探寻拓展双循环背景下荆门农村消费市场的方向与路径。研究发现, 荆门农村市场因消费能力不强, 消费条件不优, 消费热情不高, 消费水平不高, 形成经济性、环境性、习惯性和结构性消费约束。基于此, 提出建设农村居民收入提升工程、打造农村市场监管培育工程和构筑农村消费金融支持工程, 畅通农村消费物流链、信息链和价值链等对策建议。

【关键词】农村 消费 双循环

【中图分类号】F320.3 **【献标识码】**A

农村居民消费市场的拓展对国内国际双循环新发展格局战略的实施具有重大意义, 也是扩大内需的必要途径。以荆门市为例, 通过分析其农村消费市场的意义、约束及原因, 探求拓展其消费市场的方向与路径, 为双循环背景下内陆农村消费市场健康持续发展提供理论基础与现实启示。

1 荆门市拓展农村消费市场的意义与价值

1.1 以国之大者为引领, 适应全国经济新发展格局的需要

当前贯彻新发展理念, 融入新发展格局, 推动中部地区高质量发展是“国之大者”, 荆门市要以国之大者为引领, 快速适应党中央提出的构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

收稿日期: 2022-04-30

基金项目: 国家社会科学基金重点项目: 新常态下农业支持政策执行情况评估与执行机制优化研究 (编号: 15AJY014); 湖北工业大学博士科研启动基金

项目: 乡村振兴背景下农业高质量发展水平测度与提升路径研究 (编号: BSQD2020086)。

作者简介: 龚政 (1995—), 女, 湖北武汉人, 博士后, 研究方向: 农村金融, 财政支农; 潘经韬 (1992—), 男, 湖北监利人, 讲师, 研究方向: 农业经济; 王茂疆 (2001—), 男, 湖北松滋人, 国防科技大学本科生, 研究方向: 网络信息防御、农村经济; 谢利 (1984—), 女, 湖北松滋人, 讲师, 研究方向: 乡村振兴、基层党建。

1.1.1 扩大内需对荆门市构建新发展格局举足轻重荆门市作为中部内陆城市，受地理位置、区域发展、产业布局、历史延续等多方面影响，目前对外出口产业的产品有限，出口创汇的创收能力不强，再加上疫情影响，经济下滑明显。因此在投资与出口方面发力的同时，更多的融入国内大循环，拓展本市内需潜力是当前经济工作的重要一环。

1.1.2 拓展农村消费市场是荆门扩大内需的重中之重 从全国宏观来看，国内消费市场前景广阔，农村消费市场扩容空间巨大。从本地微观来讲，荆门作为农业大市，农业强市，农业名市，随着全面建成小康，农村实现脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接，农民收入稳步提升，农村消费逐渐活跃，农村消费市场潜力巨大。即便是在疫情冲击之下，荆门第一产业地区生产总值仍是正增长，而且乡村消费品零售额的下降幅度小于城镇消费品零售额。这说明荆门农村消费市场仍有极大潜力，将会在十四五期间发挥更大优势。荆门农村消费市场拓展必然是扩内[]需的重中之重。

1.2 以省之大计为中心，助力完成湖北历史使命的需要

实化细化“一主引领、两翼驱动、全域协同”区域发展布局、加快“建成支点、走在前列、谱写新篇”是“省之大计”。荆门作为湖北省的一部分必然要以省之大计为中心，助力完成湖北当前历史使命。

1.2.1 助力湖北建成中部崛起重要战略支点，荆门需要拓展农村消费市场 《促进中部地区崛起规划（2016—2025年）》明确了中部地区要建设全国现代农业发展核心区的战略定位。湖北要建成支点，农业的崛起必然是题中应有之意。而农业崛起，农村发展，农民增收，与农村消费市场的繁荣一脉相承。作为中国农谷的荆门必然要下好快手棋，吹响冲锋号，当好急先锋。

1.2.2 助力湖北在转变经济发展方式上走在全国前列，荆门需要拓展农村消费市场 2021年应勇书记在省委农村工作会议上强调：要充分认识到新发展阶段“三农”工作重要性紧迫性，科学回答好重中之重有多“重”、优先发展如何“先”、全面推进怎么“进”、新型关系“新”在哪的问题^[1]。要扛起湖北农业大省的使命担当，荆门必须有荆门使命、荆门作为、荆门力量，要在农村生产市场和消费市场双轮驱动的征程上回答好“重、先、进、新”的问题。

1.2.3 助力谱写新时代湖北高质量发展新篇章，荆门需要拓展农村消费市场 湖北是农业大省，湖北的高质量发展必然包括农业的高质量发展，而农业的高质量又包括农民的高质量生活。高质量生活必然与消费息息相关。荆门的农业发展在全省基础扎实，前景广阔，之后必须更好推进农村消费市场发展升级，以农业农村现代化抬高湖北全域高质量发展的底板。

2 荆门市拓展农村消费市场的约束与困境

2.1 消费能力不强，影响农村消费的经济性约束

收入是影响消费的决定因素，无论是“绝对收入假说”“相对收入假说”“持久收入假说”，还是“生命周期理论”无一不显示了收入对消费影响的决定性^[2]。当前荆门市农村居民收入与过去纵向比较有提升，和城镇居民横向比较有差距。

2.1.1 分散的小农户模式，导致家庭经营性收入不稳定 农村居民收入的主要来源是家庭农业经营，而分散性、封闭性仍是小农经营的主要特征，致使其收入不稳定大^[3]。

2.1.2 农业产业发展滞后，导致农民工资性收入不乐观 农业产业化虽有所发展，但长期以来受人才、技术、资金、市场等因素的影响，提质增速、振兴崛起、增收致富速度非常缓慢，而且农民大多从事体力劳动，工资性收入远低于城镇居民。

2.1.3 城镇化发展较慢，导致农民的财产性收入不理想 虽然美丽乡村建设改善了农村人居环境，但是城镇化发展较慢，配套设施更不上，乡村的房屋和土地，都没有城市的价值高，所以农民的财产性收入远远不及城市居民以及城中村居民在改造中的收益大。

2.1.4 城乡二元结构，导致农民的转移性收入上不来 多年形成的城乡二元结构，导致财政转移支付差距较大。农村居民低保，社保，医保等普惠政策落地时基数小一些，项目少一些，发展慢一些，福利差一些。农民收入上不来，从源头上抑制了农民群体的购买力。

2.2 消费条件不优，影响农村消费的环境性约束

2.2.1 物流系统不健全，农村消费不方便 一是农村交通不发达，物流网点分布少，覆盖范围小，农产品进城工业品下乡效率低，成本高，周期长。二是农村网络不发达，网络速度慢，网络信号差，电商平台接触有限，商品流通渠道不畅。三是基础设施不发达，突出表现在供水、用电、供气等基本硬件条件有限，制约了商品流通甚至政策使用。

2.2.2 配套服务跟不上，农村消费不安全 一是售后服务有限，增加产品使用风险。产品的正确使用和零配件更新换代，以及产品保养和维护基本是空白，而且受到知识局限性，农民对很多电器的使用不规范不科学。二是商品监管缺位，假冒伪劣层出不穷。农村市场地域广阔，消费分散，时间不集中，监管空白大，监管漏洞多。老百姓分辨能力弱，聚众从众心理较大，更容易群体上当受骗。

2.2.3 商品性价比不高，农村消费不实惠 一是商品成本较高。流通网络不健全导致物流成本较高，中间商太多导致持有成本较高，这些都导致农村商贸超市和便利店的商品售价高。二是消费者福利较少。因为农村的大型消费场所较少，生产商家的促销活动一般很难也很少开展，消费者福利难落地。

2.3 消费热情不高，影响农村消费的习惯性约束

农村消费市场不活跃，一方面是外在消费环境的刺激不够，另一方面与农村传统习惯和保守思想紧密相关。

2.3.1 谨慎消费心理 我国的传统思想强调艰苦朴素，提倡谨慎消费。首先，重实用轻品牌。大部分农民购买消费品主要关注商品的主要功能，并不追求品牌美誉度。其次，重质量轻时尚。农民对质量特别关注，把消费品的质量放在首位，对辅助功能和创新功能，新趋势和新潮流关注度不高。再次，重长远轻眼前。重视商品使用效率和有效使用时间，一般不会冲动消费、临时消费、情绪消费。

2.3.2 强制储蓄心理 一是传统储蓄习惯。农村居民对储蓄的持续传承和执着坚持是对家庭经济安全的需要。二是现实教育养老医疗需要。农民对今后生活普遍存在不安全感，只能靠储蓄换取心理满足。

2.3.3 畸形攀比心理 一是从众心理。农村居民对商品的消费有明显的跟风现象。别人消费什么自己也要消费，大家操办红白喜事，自己也不能落后。二是攀比心理。大拆大建，铺张浪费，搭架子，装样子，摆排场，村民的消费观总的来说是健康的，但不少村民还存在封建迷信等污染性消费支出，不少农村地区

人情风愈演愈烈。

2.4 消费水平不高，影响农村消费的结构约束

农村消费应该是从实物消费到精神消费，从服务消费到发展型消费，逐步从低到高，从高到新，传统到现代，从大众到个性的渐进升级。但是目前消费存在严重的结构低端化问题。

2.4.1 生活消费为主，发展消费不足 一是实物消费为主，精神消费更不上。目前农村消费主要还停留在丰富物质消费品种和商品更新换代的层次，文化消费，精神消费，学习消费，娱乐消费，服务消费还有待发展。二是大众化消费为主，个性化消费无市场。目前农村消费特点是普遍性取代独特性、

实用性取代创新化、大众化取代个性化，因为农村消费都是生产生活消费为主，市场流通的都是大宗农资和生活必需品，个性化和创新性商品在农村没有市场，所以农村市场服务和消费空间很大。

2.4.2 传统消费为主，现代消费不足 一是线下消费为主，线上消费待发展。一方面因为农村很多地方都是留守老人和儿童居住，年轻人外出务工，另一方面，农村网络和物流环境影响，目前网上购物，直播带货，农村接触比较少，使用频率比较低。二是刚需型消费为主，改善型消费待提升。农村居民基本都是以刚需为主，消费都是为了生存生活的紧急需要和真实需求，一般不会追求和关注消费新模式、新趋势、新动态。

2.4.3 保守消费为主，提前消费不足 一是消费的季节性。春耕秋收的农村生活，跟随而来的就是消费的季节性。春季农业的生产性消费很大，秋天收获，则生活性消费才有资金保障。二是消费的时段性。一方面是乡风乡俗的节气，大家为了传统节日，团圆喜庆会有集中的大笔消费。另一方面是红白喜事的消费，则是目前农村比较集中的大额消费。三是消费的保守性。农村居民收入来源的季节性和不稳定性，资金流动约束较大，加上对未来市场预期不确定性、以及农村金融信贷约束等因素，普遍消费行为谨慎、消费预期较低，消费习惯保守。

3 拓展农村消费市场的方向与路径

3.1 建设三项工程，解决农村消费拓展的三个问题

3.1.1 打造农民收入提升工程，解决消费底气不足的问题 提高农民收入是提振消费底气，增强消费信心的源头活水。一是振兴农业产业，增加经营性收入。一方面，练好内功，“挖掘”本地优势产品。全市一盘棋做好统筹规划，县域多面手做好特色打造，积极宣传推广荆门本地优势农产品，以一枝花、一只虾、一头猪、一壶油、一袋米为重点的“五个一工程”为抓手，以打造“荆品名门”区域公用品牌为着力点，形成“老”字号、“优”字号、“特”字号、“新”字号等特色农业品牌。另一方面，解放思想，“借火”外地成功经验。以湖北省当前“借火”长三角为契机，学习江浙沪农业产业发展振兴的成功之路。既要引进来，借鉴先进产销模式，也要走出去，牵手发达地区，对接成熟市场，发展订单农业，在拓展和创新农业产业链中提升农民收入。二是农民技能培训，增加工资性收入。要充分依托荆门职业技术学院，荆门技工学校等教育资源，培养农业生产活动全产业链职业人才，以此提升新生代农民专业技能，增加工资性收入。

3.1.2 打造农村市场监管培育工程，解决消费环境不优的问题 要规范和优化农村消费环境。一是严格执法管理，解决农村市场监管缺位旧疾。规范市场秩序、净化市场环境，各级市场监督管理机关要整合线上线下资源，将常态化监督管理和专项政治整顿相结合、将定期监督巡查和不定期的巡视抽查相结合、将消

费者投诉举报和主动巡视问题相结合、将业务工作和“我为群众办实事”的作风建设相结合，建设横向到边纵向到底的全覆盖监管系统。二是增加司法援助，降低消费者维权门槛。我国现行的消费维权举证原则是“谁主张，谁举证”^[4]。收集证据是农村消费者维权的第一道门槛，较高的鉴定费用是农村消费者维权的第二道门槛，所以应该增加司法援助，解决消费者维权难的问题。

3.1.3 打造农村消费金融支持工程，解决消费习惯不良的问题 完善涉农金融产品和服务，让金融概念，金融产品，金融服务在农村市场有需要、有供给、有效益，以此改变农民长期以来强迫的储蓄习惯，培育农民健康的合理的消费自觉。一是加大消费信贷向农村的倾斜。一方面商业银行要增加生产性贷款项目额度，运用分次提款方式解决农村居民扩大生产性投入所需融资业务。另一方面，商业银行还要开辟消费性贷款项目的投放，鼓励农民的消费积极性，化解农村居民收入波动性与即期消费之间的矛盾，有效促进远期消费。二是建立实施农村资产金融。利用以承包土地经营权、农民自有住房抵押以及青苗活畜立木、农牧场建筑物等为信用或担保进行资金融通。或者以这些资产为抵押，由政府投资平台支持发行农业生产短期债券，募集社会资金用于发展农业生产，有效分散资金风险，解决农村居民消费的流动性约束，提高农村居民的消费能力。

3.2 解决三个问题，畅通农村消费拓展的三个链条

3.2.1 解决好线下一公里问题，畅通农村居民消费物流链 一要大规模规划布局物流网点，让小快递撬动大市场。相关部门应该协调规划城乡物流系统，合理安排和规划各种农村物流网点的布局，重点培育一批网点多，效率高，服务好的物流企业，解决农村商品物流堵点问题。二要大手笔建设复合购物中心，让门店购物刺激消费潜力。鼓励建设区域内产销一体化的大型物流购物中心，支持具备物流配送服务能力的连锁超市进驻乡镇与村民居住相对集中的集镇，建设一个兼具物流配送运输服务和产品加工的复合型大型购物平台，成功连接农村与城市两个生产市场和两个消费市场。

3.2.2 解决好线上一公里问题，畅通农村居民消费信息链 一是加强农村信息化网络建设。相关部门应该建设和完善区域内信息化网络平台，实现农贸商贸流通市场资源和信息的共享，为电商企业、家庭农场等新型合作主体提供开发市场、资源整合等服务，促进农村贸易和流通业的发展。二是提高农民电商市场参与度。让直播带货成为新时代农民创收的新方法也成为消费的新方式。

3.2.3 解决好心理一公里问题，畅通农村居民消费价值链 一是改变强制储蓄不愿消费的旧习，让健康消费成为小康生活的底色。政策性保障逐步完善，生活水平不断提高，所以消费应该同比提升，让健康消费成为经济发展的强劲动力。二是增强发展消费，让精神愉悦与物质丰富共生共长。社会的发展必须包含人的发展，让老百姓在奋斗中享受生活，在创造中增加财富，在消费中提升品质，以发展和提升为目标的消费应该成为新时代的消费趋势。三是通过优化产业布局调整农产品结构，通过科学种植提高农产品产量和附加值，通过物流畅通工程降低生产与销售成本，进而提高农民消费的底气。

参考文献

[1]李保林,周呈思,崔逾瑜.扛起农业大省使命担当做好新发展阶段“三农”工作加快农业产业强省建设全面推进乡村振兴[N].湖北日报,2021-02-04(001).

[2]周少甫,孟雪珂.金融周期、收入差距与居民消费——基于收入来源和收入群体视角[J].中国人口科学,2022(02):46-60+127.

[3] 陈池波, 龚政. 数字普惠金融能缓解农村家庭金融脆弱性吗?[J]. 中南财经政法大学学报, 2021(04):132-143.

[4] 张俊英, 韩佳凝. 网络交易消费者权益保护机制构建及优化路径[J]. 消费经济, 2021, 37(04):45-52.