

习惯形成与中国农民消费行为变迁： 改革开放以来的经验验证*

王小华^{1,2} 温涛¹ 韩林松¹

摘要：利用1978~2017年中国31个省（市、区）的农村居民住户调查数据，在构建了具有内部习惯形成和收入不确定性的农民消费行为计量模型基础上，本文运用SYS-GMM估计方法对农民消费行为的时期演化轨迹进行了实证分析。结果表明：改革开放以来，中国农民消费行为变动不仅在整体上呈现出对收入变动的过度敏感性，而且还表现出了显著的习惯形成效应；过度敏感性和习惯形成效应都因农民收入增长速度的阶段性不同而存在极大差异，特别是在2004年前后表现出了明显的“消费压抑”和“消费释放”这一两极分化现象，而习惯形成效应表现出了明显的先缓慢降低之后又快速扩大的趋势；同一类消费在不同阶段的习惯形成效应和不同类消费在同一阶段的习惯形成效应都存在显著差异，各项消费同样存在从“压抑”向“释放”的转变趋势。本文研究的启示在于：提高农民消费水平，扩大内需已经到了最佳时期。必须增强支农政策的稳定性、延续性和准确性，构建促进农民持续较快增收的长效政策机制，进一步转变农民消费观念，改善农村消费环境，顺应消费升级趋势，才能真正实现人民生活高质量发展和居民福利水平全面改善。

关键词：农民消费行为 习惯形成 不确定性 消费升级

中图分类号：F328 **文献标识码：**A

一、问题的提出

改革开放以来，在经济高速增长的背后，中国曾一度形成了由投资和内需拉动为主的经济增长模式，内需不足成为制约经济发展的重要因素，而中国存在的消费不足主要表现为农村居民的消费不足（周建等，2013）。尤其是农村居民占比较高时，农民的消费抑制会引致最终消费率难以提高，这种格局会对增长产生不利作用（高帆，2014）。所以，转变经济发展方式、实现经济内生增长，尤其依赖农

*本文研究得到国家自然科学基金面上项目“农村金融市场‘精英俘获’困境破解与包容性成长研究”（项目编号：71773099）、中宣部文化名家暨“四个一批”人才项目“中国特色金融扶贫理论及机制创新研究”（中宣办发[2017]年47号）、国家社会科学基金青年项目“基于社会责任视角的农村金融服务乡村振兴战略研究”（项目编号：19CJY031）的资助。感谢匿名评审专家提出的宝贵意见。

村居民消费困境的破解（王小华、温涛，2015）。将农村消费市场作为当前深挖消费潜力、促进消费转型升级的主攻方向显得尤为迫切（张永丽、徐腊梅，2019）。学者们关于农村消费不足以及破解农民消费困境的研究中，一直强调只有农民增收得到保障，农村消费才能成为拉动中国经济增长的重要力量（朱信凯、骆晨，2011；温涛等，2013；周建等，2013；王小华等，2016），但是现有研究对改革开放以来中国农民收入增长和消费行为变迁的历史背景和经济政策重心调整的论述不足，由此得出的应对消费不足的方案必然存在局限。

事实上，由于城市偏向发展战略实施和长时期农业发展战略扭曲（温涛等，2018），特别是分税制改革后，中央政府对农村公共服务的供给基本消失（张海鹏，2019），农民长期面临收入不确定性的影响，难以形成稳定的收入预期，其消费必然会采取十分谨慎的态度，进而导致农村高储蓄率和消费严重不足的局面。其中，米一五（1990）针对农民消费严重不足的局面，首次提出消费压抑概念予以描述。林致远、苑德宇（2009）从收入分配角度揭示了消费压抑的形成机理。正是由于长期以来城乡发展不平衡和农村发展不充分以及支农政策不稳定、不持续和不精确，导致了农民收入在各年的增长悬殊，进而引致长期的消费压抑，使得农村消费市场迟迟“启而不动”。加之城乡消费市场分割以及城乡消费差距进一步拉大，对经济增长产生了负面效应（高帆，2014）。进入21世纪以来，随着中国经济进一步发展，破除城乡二元经济体制不断向社会领域纵深推进，政府稳定的直接投入逐渐成为调整城乡关系和扩大内需的主要手段。特别是党的十八大以来，全面开启了构建城乡融合发展体制机制，坚持“工业反哺农业、城市支持农村”的强农、惠农政策和“多予、少取、放活”的总方针，使农业、农村发展取得了长足进步，农民收入也得到了持续、快速和稳定的增长（王小华等，2016），农民消费能力得到快速提升，消费意愿得到全面释放，使得近年来内需逐渐成为拉动经济增长的绝对力量。因此，围绕改革开放以来中国农民的消费行为变迁开展实证研究，对掌握农民消费行为的阶段性特征、刺激农村消费市场、释放农民消费潜力、引导农民消费升级、助力乡村振兴、拉动经济增长都具有十分重要的现实意义。

本文基于改革开放四十年中国31个省（市、区）的农村居民住户调查数据，重点根据城乡居民实际收入增速和城乡居民消费比的变化规律对1978~2017年的样本进行阶段性划分，初步探索农民消费水平及结构变迁的阶段性特征。在此基础上，构建具有习惯形成、收入不确定性的农民消费行为计量分析模型，运用SYS-GMM估计方法对改革开放以来中国农民消费行为的时期演化轨迹进行分析，旨在考察农民消费行为的阶段性变化特征，进一步讨论农民消费行为是否遵循“由压抑到释放”这一特殊规律，并从中找到与现实和逻辑相符的答案，最终为新时期提高农民消费水平、扩大内需和满足人民日益增长的美好生活需要提供可靠的现实依据和可行的决策思路。

二、文献回顾与评述

（一）农民消费的习惯形成效应

毋庸置疑，收入是影响消费最为核心的因素，然而，消费者的消费支出不仅受到收入的影响，也受到自己曾经实现的消费水平的影响。Duesenberry（1949）首次将习惯的影响纳入消费决策分析，他

批判了凯恩斯消费函数中关于消费在时间上具有可逆性的假设，认为消费行为要受个人过去消费经历的影响。Duesenberry（1949）发现，当家庭收入减少时当期消费水平并不会随之下降，人们往往愿意牺牲储蓄来维持当期生活水准。在这一决策中，消费者关于过去实际收入峰值和消费状况的记忆起着重要作用，这些记忆让消费者在面对当前收入变化时产生了消费惯性。由此，Duesenberry提出了“棘轮效应”这一习惯形成效应的重要概念，即过去的消费模式和消费水平会在一定时间内缓解当期收入减少对消费带来的影响。从而，消费者的消费水平既会受到消费惯性的影响，也会受到收入水平的影响。在作用机制上，习惯形成对消费者的影响越大，消费者的消费行为就会变得越谨慎，收入不确定性或者劳动收入风险对消费的影响就会越小（Deaton, 1992; Seckin, 1999; Angelini, 2009）。

Duesenberry开创性的研究在后来得到了学术界持续的回应。国内外大量学者的研究支持了居民消费的习惯形成效应。Heien and Durham（1991）首次使用美国劳动统计局的家庭层面访谈面板数据验证了消费中习惯形成效应的存在；Alessie and Lusardi（1997）发现，现期消费的变化取决于持久收入、劳动收入风险和以前的消费；Chetty and Szeidl（2016）分析了家庭层面的支出调整对总消费水平的影响，结果发现，消费的过度敏感和过度平滑大致都可以归因于习惯形成。Havranek et al.（2017）使用月度数据估计得出的习惯形成参数明显小于使用季度和年度数据估计得出的参数，也就是说居民的习惯形成效应在短期内的表现较弱，但是长期来看的习惯形成效应却很强。当然，国外也有部分学者针对不同国家的样本进行了相关研究，其结论并未支持消费中的习惯形成效应（Muellbauer, 1988; Heaton, 1993; Koichiro, 2011）。同时，国内有关居民消费习惯形成效应的研究也逐渐增多，且主要从以下三个方面展开。一是将习惯形成理论同时运用于城乡居民消费行为的比较研究。艾春荣、汪伟（2008）发现，在非耐用消费品支出上，农村居民表现出一定的习惯，但城镇居民的消费习惯几乎不存在。二是将习惯形成理论运用于城镇居民消费行为的研究。这些研究基本上一致地认为城镇居民消费存在显著的习惯形成效应，同时也存在一定差异（杭斌，2010, 2011；贾男、张亮亮，2011；杭斌、闫新华，2013；崔海燕、杭斌，2014；臧旭恒、陈浩，2019）。崔海燕、杭斌（2014）发现，低收入等级城镇居民的消费习惯明显强于中等收入等级城镇居民，高收入等级城镇居民的消费行为表现出耐久性。臧旭恒、陈浩（2019）发现，低收入居民的消费习惯较弱、消费倾向较高，中等收入居民的习惯较强、消费较谨慎，高收入居民的习惯较强、地位性消费较活跃。三是将习惯形成理论运用于农村居民消费行为的研究。这些研究的结论高度一致，即农村居民消费表现出了显著的习惯形成（杭斌，2009；雷钦礼，2009；贾男等，2011；崔海燕、范纪珍，2011；王小华等，2016）。

（二）农民消费行为的阶段性差异

在借鉴国外经典的收入—消费理论的基础上，早期的国内学者对居民消费行为进行了初步探索。一是有关绝对收入假说的研究。虽然这一理论很好地解释了中国计划经济时期的消费者行为（臧旭恒，1994），但是在解释经济过渡时期的消费者行为时具有严重局限（齐天翔，2000），因为随着中国经济体制改革不断深入以及收入的快速增长，人们的消费行为也发生了重大变化。二是关于相对收入假说的研究。厉以宁（1992）和臧旭恒（1994）对这种假说进行了实证分析，发现相对收入假说可以很好地解释改革开放以前的消费行为，在经济转型时期，尽管它的功能比绝对收入假说更好，但也是不够

的。三是关于生命周期—持久收入假说（life cycle-permanent income hypothesis, 简记为LC-PIH）的研究。虽然生命周期—持久收入假说能很好地解释中国过渡时期的居民消费行为，但是对其他时期的消费行为解释力度有限（厉以宁，1992；臧旭恒，1994；赵志君，1998）。这说明长期以来的中国居民消费行为并非一成不变，而是在不同时期表现出显著不同的消费行为特点。所以，某种单一消费理论并不能完美地解释改革开放四十年来中国居民的消费行为，有必要更好地结合宏观经济政策背景和改革的推进程度进行阶段性划分，以此更好地揭示中国居民消费行为的阶段性变迁特征。

在新型城乡关系初步确立之前，中国农村改革的不确定性直接导致了农民收入增长的阶段性剧烈波动，从而导致农民消费行为出现阶段性差异。虽然中国经济改革率先由农村发起，家庭联产承包责任制在农户层面重建了农业生产的激励机制（魏后凯、刘长全，2019），打破了人民公社时期农民收入长期处于徘徊与停滞的状态，1978~1984年的农民收入在初始水平极低的情况下成功实现了“超常规增长”（陈锡文，1987；农牧渔业部经济政策研究中心经济增长问题课题组，1987；王小华、温涛，2016）。但是，从1984年10月《关于经济体制改革的决定》发布开始，中国经济体制改革的重心由农村全面转向城市。直到20世纪末，政府对农村的投入在改革开放前的基础上继续降低，特别是在财政分税制改革后，中央政府对农村公共服务的供给基本消失（张海鹏，2019）。农民收入增速在1985~2000年间出现剧烈波动，年均实际增速只有4.12%，比同期城镇居民低2.28个百分点。进入21世纪，随着国家发展阶段的转变以及工业化、城镇化的不断推进，国家经济实力和综合国力显著增强，中国开始进入城乡关系的重要转折时期（魏后凯、刘长全，2019）。特别是2004年以来，中共中央每年都发布了指导“三农”工作的一号文件，对“三农”的政策倾斜也由此开始，农民收入增速才逐渐得以恢复并趋于稳定。高帆（2014）发现，城市化导致中国的城乡消费差距呈现出先增后减的“倒U型”趋势，“倒U型”拐点大致发生在2003年。王小华等（2016）发现，农民消费的习惯形成效应因收入的剧烈波动而存在明显的阶段性差异，当期消费对过去消费的依赖性在2004年以后有明显增强的趋势。很明显，农民收入增速的剧烈波动和中国经济改革重心的调整是密不可分的，因为改革过程中所产生的不确定性和不适应性直接影响到了农民收入增长的稳定性，而农民收入的波动也必然影响着农民的消费行为。

（三）不同种类商品消费的习惯形成效应差异

根据对收入变化的不同反应，可以将商品划分为劣等品和正常品，正常商品的消费量随着居民收入的增加随之增加，而劣质商品则相反。根据时间维度可以将商品划分为耐用品、易耗品，消费习惯对于这两类商品的影响具有异质性。当期拥有耐用消费品的存量越多，效用则越大，耐用品在不同时期的消费呈现替代关系，习惯形成参数应该为负；反之，易耗品则是互补关系。恩格尔定律认为，随着收入的上升，食品在总支出中的比重不断下降，这在客观上反映了不同居民家庭，其食品的习惯形成效应可能存在一定差异。国外不少学者专门针对居民食品消费的习惯形成效应进行了检验，Naik and Moore (1996) 使用美国收入动态面板数据 (PSID) 中的城镇居民食品消费面板数据，Guariglia and Rossi (2002) 利用1992~1997年英国家庭调查 (BHPS) 的微观面板数据，Browning and Collado (2007) 利用1985~1996年3200个西班牙住户的食品消费季度面板数据，均证明了居民的食品消费存在显著的习惯形成效应。Musarskaya et al. (2017) 则探讨了家庭饮食习惯对儿童海鲜消费习惯形成的影响，发现

一系列诸如态度、偏好和行为规范等因素影响着孩子们可持续饮食习惯的形成。当然，国外也有学者的研究并未支持食品消费的习惯形成效应（例如Meghir and Weber, 1996），因为食品消费和其他物品消费是严格区分开的（Dyanan, 2000）。此外，Steger(2000)还提出了生产性消费，以区别于一般性消费，认为生产性消费能够给未来带来更多的收益，其习惯形成效应较大。国内学者同样发现中国城乡居民的食品消费习惯形成效应明显（贾男等，2011；齐福全、王志伟，2007），并且不同类别食品消费的习惯形成效应强度随年份的变化规律略有不同，总体而言，习惯形成的影响随年份呈波动性下降的趋势（翟天昶、胡冰川，2017）。闫新华、杭斌（2010）还发现，居住、交通通讯、教育文化娱乐服务及医疗保健消费同样存在显著的习惯形成效应。

通过文献梳理发现，对农民消费行为的研究一直在不断深入。总体来看，现有研究为本文的理论依据、数据获取、研究方法和计量模型选择都提供了很好的借鉴。但相关文献仍然存在两个方面不足，从而为本文提供了充分的研究空间。一是绝大多数研究只是基于中国某一特定阶段的历史数据进行分析，看不出改革开放以来中国农民消费行为变迁的历史过程以及阶段性变化差异。二是目前国内关于农民消费行为的研究，没有学者指出农民消费行为在2004年前后表现出的“消费压抑”和“消费释放”这一明显差异，更没有对这一变化过程进行验证和给出合理解释。所以，现有研究不能准确揭示改革开放以来中国农民消费行为的变迁及其特征，自然就无法找到长期制约农民消费水平提升和推动当前农民消费快速增长的深层次因素。

三、改革开放以来中国农民消费水平和消费结构变迁的特征事实

（一）农民消费水平变迁特征：1978~2003年

以土地家庭联产承包责任制为标志的农村改革，拉开了中国改革的序幕，以家庭承包经营为基础、统分结合的双层经营体制，极大地调动了亿万农民的生产积极性，大大解放了农村生产力，打破了农民收入水平此前长达二十多年的长期徘徊和停滞状态。其中，1978~1984年农民收入的年平均实际增长达到了惊人的14.06%，这一速度远远超过了同一时期的城镇居民（参考图1和表1）。但是，1985年开始，随着中国经济改革重心的转移，农民收入紧接着进入了三十多年的阶段性“起伏不定”的增长时期。特别是伴随市场经济迅猛发展和国际竞争加剧，这种家庭联产承包经营制度安排的局限性逐渐显露，其对农业生产的激励效应在农村经济改革后很快就达到了极限（骆友生、张红宇，1995；温涛等，2015），最直接的体现是在农民增收渠道有限且严重受阻的情况下，农民收入年平均实际增速在1985~1991年间降低到了1.45%。1992年至1996年间由于市场经济改革红利的影响以及农村剩余劳动力的逐渐转移，使得农民收入增速得到了迅速提升，阶段性农民收入增速再次高于了城镇居民。可是好景不长，农民增收不可持续的问题再次暴露，其中出现了1997~2000年农民收入连续大幅度下降的不利局面，再加上2001~2003年的粮食逐年减产，导致1997~2003年的农民收入年平均实际增速只有4.24%，远远低于同期城镇居民。另外，根据2003年以前的农民收入在各年表现出的具体情况来看，直到1994年才突破千元大关，就算是2003年也只有2622.24元，而这一年城镇居民收入达到了8472.2元，城乡居民收入差距可见一斑。在剔除物价因素之后，1978年至2003年的农民收入实际值年平均增速为

6.84%，这一增速事实上并不低，甚至十分接近保障农民每10年就可以实现收入翻番目标的增速（7%），但这一阶段的农民实际消费水平的年平均增速只有5.25%。

所以，改革开放以来至2003年的这段时间，农民收入水平虽然整体上得到了较快提升，但是这一增速是在农民的初始收入水平极低的情况下创造的，并且收入在2003年及以前的波动频率和波动幅度都显著高于城镇居民，收入稳定性明显不足，收入不确定性不断提高。再加上长期以来的城市偏向发展战略的影响以及城乡劳动力市场和消费市场的分割，导致农民长期以来并没有足够的能力和意愿随着收入水平的提高而“顺理成章”地提高其消费水平，因此表现出消费“压抑”的局面。

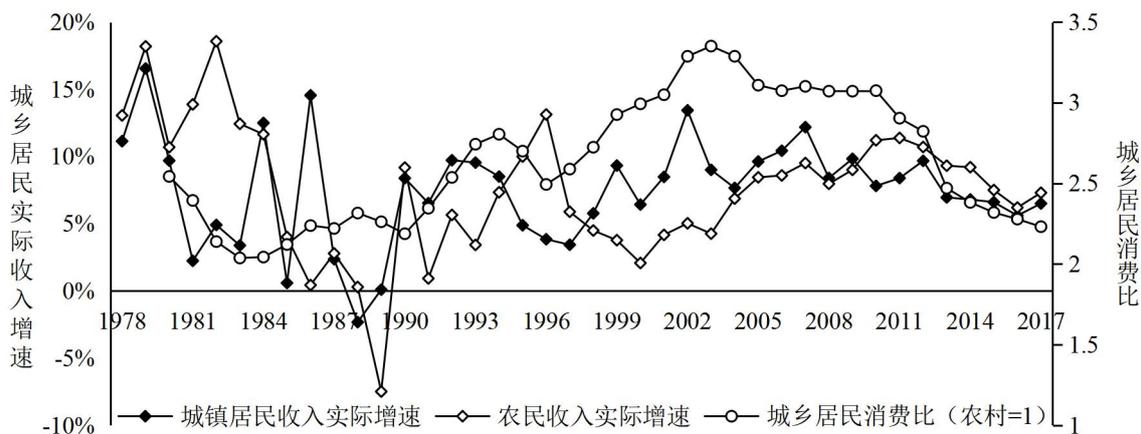


图1 改革开放40年城乡居民收入实际增速和城乡居民消费比

注：①2013年以后国家统计局网站不再公布农村居民人均纯收入，改为公布农村居民可支配收入。实际增速采用1978年为基期的城乡消费价格指数折算。②国家统计局网站公布城乡居民消费数据分别有“人民生活”栏目与“国民经济核算”栏目，但是两个栏目公布的居民消费水平存在一定差异。为了与实证研究数据的来源保持一致，此处的城乡居民消费数据来源于“人民生活”栏目，因此，本图缺失1978年和1979年城乡居民消费比的数据。

数据来源：国家统计局网站，<http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>。

（二）农民消费水平变迁特征：2004~2017年

为了调整长期以来的城市偏向发展战略，补缺“三农”发展严重滞后这一国民经济发展中的短板，党的“十六大”提出了“城乡经济统筹发展”的基本战略，并且自2004年起，中共中央连续发布了16个（2004~2019年）指导“三农”工作的“一号文件”，逐步形成了系统的支农、强农、惠农和富农政策框架，对中国“三农”事业的发展产生了深刻而长远影响。因此，该阶段农民收入增长再次进入了改革开放以来的又一快速通道，实现了新中国有史以来的首个农民收入增长“十四连快”（2004~2017年），农民收入的年平均实际增速达到了8.80%，比1978年至2003年的平均值高出将近两个百分点。该阶段的农民消费水平年平均实际增速更是一反常态地达到了10.02%（几乎接近1978~2003年农民消费水平年平均实际增速的两倍），比农民收入年平均实际增速还高出1.22个百分点。根据表1的数据对比不难发现，该阶段是改革开放以来第二次阶段性农民消费增速超越收入增速的时期，而第一次阶段性农民消费增速超越收入增速的1985~1991年，其主要原因还是由于这一阶段的农民收入处于停滞状态。

具体来看，农民收入经历了1978~2003年的长期积累以及2004~2009年的快速上涨，名义值在2009年已经达到了5153.17元，并且2004~2009年的农民收入年平均实际增速达到了8.39%，可以认为这一阶段的农民收入已经积累到了一个相当“可观”的水平，能够为农民消费水平的跳跃式提升或者消费“释放”奠定坚实的基础。2009年以后，随着农民收入总量的进一步扩大和实际收入增速连续8年超越城镇居民，农民收入名义值在2017年达到了13432元，城乡居民收入比由历史最高的3.33（2009年）稳步下降到了2017年的2.71，城乡居民消费比也由2009年的3.07快速下降到2017年的2.23，很明显这一阶段的农民消费得到了进一步释放。所以，由于城乡一体化、城乡统筹协调发展、新型城镇化等战略的实施和深入推进以及农村经济改革全面落实，2004年伊始，农民收入和消费水平在2003年这一相对较高的基础上都得到了快速提升，消费水平增速已持续超越了收入增速，消费行为发生了极大变化。

表1 1978~2017年中国城乡居民收入和GDP的实际值增长情况比较

时 期	农民收入增长的阶段 性特征表现		GDP 实 际增速	居民收入实际增速		居民消费实际增速		城乡居 民消 费比
				城镇居民	农村居民	城镇居民	农村居民	
1978~2017年	—		9.40%	7.48%	7.52%	6.31%	7.05%	2.64
1978~1984年	超常规增长阶段		8.51%	8.63%	14.06%	5.53%	11.43%	2.23
1985~1991年	增长缓慢与停滞阶段		8.90%	4.31%	1.45%	4.40%	3.28%	2.24
1992~1996年	增长恢复阶段		12.44%	7.30%	7.90%	6.15%	6.44%	2.66
1997~2003年	增长持续下滑后回升 阶段		8.65%	7.98%	4.24%	7.14%	2.48%	2.99
2004~2009年	增长“十 四连快”	恢复阶段	11.18%	9.68%	8.39%	8.35%	9.16%	3.12
2010~2017年		回落阶段	7.95%	7.29%	9.10%	6.20%	10.66%	2.56

注：本表1978~2017年和1978~1984年的城乡居民消费统计数据缺失1978年和1979年，具体原因参考图1注释。

数据来源：国家统计局网站（<http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>）。

（三）改革开放以来农民消费结构变迁特征

从国家统计局网站公布的数据来看，农民消费又可以分为八大类，分别是食品、衣着、居住、家庭设备及服务（以下简称家庭设备）、交通和通讯（以下简称交通通讯）、文教娱乐用品及服务（以下简称文教娱乐）、医疗保健、其他商品及服务（以下简称其他）^①。本文进一步将农民的消费按照生存型消费和发展享受型消费进行分类^②，从表2可以发现，农民生存型消费占比从1980年的87.98%下降到

^①这里的消费分类为2012年及以前的，2013年以后农民消费分类有所变化，分别包括：食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通讯、教育文化和娱乐、医疗保健、其他用品及服务消费。为了保持一致性，本文仍然统一根据2012年及以前的分类进行分析。

^②通常将吃、穿、住等方面的消费定义为生存型消费，将教育、交通通讯、医疗保健的消费定义为发展型消费，将娱乐文化服务、家庭设备、耐用消费品支出、其他商品和服务的消费定义为享受型消费。由于国家统计局网站公布的数据并没将文教娱乐分开统计，所以，本文只能将发展享受型消费作为整体进行分析。农民的生存型消费比重下降，发展享受型消费比重上升，说明农民的生活水平提高。尤其教育和健康消费的上升，都是为了追求更好的发展奠定基础。

了2017年的58.25%，发展享受型消费占比则不断上升。其中，生存型消费当中的食品消费支出占比一直保持着稳定的下降趋势，居住消费占比在波动中有明显的上升，发展享受型消费当中的交通通讯和医疗保健类消费的占比均呈不断上升的趋势。此外，从城乡居民消费结构的对比来看，城乡居民同一类别的消费支出占比在2017年基本上没有太大差异，且两者的生存型消费和发展享受型消费占比几乎相等。这说明改革开放40年来，随着农民收入水平的不断提高，各项消费都得到了快速提升，消费结构也出现了较大的变化（见表2）。一是农民食品消费的支出比重（恩格尔系数）明显下降，食品消费品质不断提高，膳食结构更趋合理；二是农民衣着消费呈现出三个方面的转变，从“保暖御寒”向“美观舒适”转变、从“一衣多季”向“一季多衣”转变、从“自制或裁缝做衣”向“购衣”转变；三是耐用消费品不断加速升级换代，“三大件”由改革开放初期的手表、自行车和缝纫机变成了20世纪90年代的冰箱、洗衣机和彩色电视机，进入21世纪，移动电话、智能手机、计算机、汽车飞入寻常百姓家；四是居住条件和质量显著提升，特别是厕所卫生条件得到明显改善；五是交通通讯和文教娱乐类消费比重持续上升；六是医疗保健服务水平全面提高，农民不再是大病小治、小病不治^①。所以，农民消费行为表现出的阶段性差异，并不仅仅是因为收入的长期积累和2004年以来的持续快速增长，同时更是由于农民生存型消费向发展享受型消费转向而引起的消费升级，农民消费潜力得到了进一步释放。

表2 城乡居民消费结构对比

		吃、穿、住（生存型消费）			发展享受型消费				
		食品	衣着	居住	交通通讯	家庭设备	文教娱乐	医疗保健	其他
农民 消费 支出 金额 (元)	1980	100.2	20.0	22.5	0.6	4.1	8.3	3.4	3.2
	1990	343.8	45.4	101.0	8.4	30.9	31.4	19.0	4.3
	2000	820.5	96.0	258.3	93.1	75.4	186.7	87.6	52.5
	2010	1800.7	264.0	835.2	461.1	234.1	366.7	326.0	94.0
	2017	3415.0	612.0	2354.0	1509.0	634.0	1171.0	1059.0	201.0
农民 各项 消费 支出 占比	1980	61.78%	12.33%	13.87%	0.37%	2.53%	5.12%	2.10%	1.97%
		87.98%			12.02%				
	1985	57.78%	9.70%	18.24%	1.76%	5.10%	3.91%	2.43%	1.13%
	1990	58.81%	7.77%	17.35%	1.44%	5.29%	5.37%	3.25%	0.74%
	1995	58.62%	6.85%	13.90%	2.58%	5.23%	7.81%	3.24%	1.76%
	2000	49.13%	5.75%	15.47%	5.57%	4.51%	11.18%	5.25%	3.14%
		70.35%			29.65%				
	2005	45.48%	5.82%	14.49%	9.59%	4.36%	11.56%	6.58%	2.13%
2010	41.09%	6.02%	19.06%	10.52%	5.34%	8.37%	7.44%	2.15%	
2015	33.05%	5.96%	20.88%	12.61%	5.92%	10.51%	9.17%	1.89%	

^①关于改革开放以来农民消费结构变化和消费升级的相关论述以及详细证据，可参见国家统计局住户调查办公室：《居民生活水平不断提高 消费质量明显改善——改革开放40年经济社会发展成就系列报告之四》，http://www.stats.gov.cn/zjtc/ztfx/ggkf40n/201808/t20180831_1620079.html。

习惯形成与中国农民消费行为变迁：改革开放以来的经验验证

	2017	31.17%	5.59%	21.49%	13.77%	5.79%	10.69%	9.67%	1.83%
		58.25%			41.75%				
城镇居民 各项 消费 支出 占比	1995	50.09%	13.55%	8.02%	3.11%	7.45%	5.18%	9.36%	3.25%
	2000	39.44%	10.01%	11.31%	7.49%	6.36%	8.54%	13.40%	3.44%
	2005	36.69%	10.08%	10.18%	7.57%	5.62%	12.55%	13.82%	3.50%
	2010	35.67%	10.72%	9.89%	6.74%	6.47%	14.73%	12.08%	3.71%
	2015	29.73%	7.95%	22.09%	6.11%	13.53%	11.14%	6.75%	2.70%
	2017	28.64%	7.19%	22.76%	13.59%	6.24%	11.65%	7.27%	2.67%
		58.59%			41.41%				

注：本表部分年份的数据已省略。

数据来源：国家统计局网站 (<http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>)。

四、实证研究设计

(一) 计量模型构建与计量方法

关于消费习惯的测度模型，学者们大多以Naik and Moore (1996) 的研究为基础：

$$c_{it} = \beta_0 + \beta_1 c_{it-1} + \beta_2 y_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

(1) 式中， c_{it} 表示农民当期消费水平， c_{it-1} 表示农民前期消费水平， y_{it} 表示农民当期收入水平。 β_1 反映农民的习惯形成效应强度， β_2 表示农民的边际消费倾向。 μ_{it} 为扰动项，反映随机因素、遗漏变量等对模型的影响。

当然，农民消费水平除了受到习惯形成和当期收入的影响，还会受到不确定性因素的影响，于是在 (1) 式中可以引入不确定性因素，进一步得到农民消费的方程如下：

$$c_{it} = \beta_0 + \beta_1 c_{it-1} + \beta_2 y_{it} + \beta_3 g_{it} + \mu_{it} \quad (2)$$

(2) 式是实证分析模型一， g 表示不确定性，如果 $\beta_3 < 0$ ，则表示不确定性与农民当期消费负相关，即农民收入一旦存在不稳定的情况，就必然会不利于农民消费水平的提高，因为农民收入在一个阶段内波动频率越大（尤其是持续降低），未来的收入不确定性就越大，家庭出于谨慎的考虑，就会直接减少当期消费。反之，如果 $\beta_3 > 0$ ，就说明家庭会根据收入的稳定增长决定增加当期消费。

为了进一步弄清楚农民的不同类型消费支出行为的差异，于是可以得到如下方程：

$$c_{jit} = \beta_0 + \beta_1 c_{jit-1} + \beta_2 y_{it} + \beta_3 g_{it} + \mu_{it} \quad (3)$$

(3) 式是实证分析模型二，其中， $j=1,2,\dots,8$ ， c_{1it} ， c_{2it} ， \dots ， c_{8it} 分别表示第 t 年农民的食品、衣着、居住、家庭设备、交通通讯、文教娱乐、医疗保健、其他消费水平，与此对应的是， c_{1it-1} 则表示上一期农民的食品消费水平。

对于实证分析模型一和模型二，即（2）式和（3）式的估计，需要加入被解释变量的滞后一期内生变量（ c_{it-1} ）来体现农民消费习惯形成效应，另外被解释变量的滞后变量（ c_{it-1} ）与随机误差项（ μ_{it} ）相关，这两个因素导致该模型实际上是一个动态面板模型。此时，如果采用最小二乘法进行估计，就会导致有偏而且非一致的估计量；如果使用一阶差分法估计，就会导致样本信息遗失，使得工具变量的有效性减弱，最终导致估计结果渐进非有效等问题。为了克服上述这些问题，Blundell and Bond (1998) 在Arellano and Bond (1991) 和Arellano and Bover (1995) 的研究基础上将水平和差分方程结合在一起形成了一个方程系统，即系统广义矩估计方法（SYS-GMM）。该方法对消费习惯形成的研究提供了非常大的帮助，几乎已成为当前研究消费习惯形成的学者们必用的系数估计方法（Grariglia and Rossi, 2002; Alessie and Teppa, 2010; Browning and Collado, 2010; Koichiro, 2011; 贾男、张亮亮, 2011; 杭斌、闫新华, 2013; 王小华等, 2016）。

（二）变量选择与数据说明

1.被解释变量。被解释变量为农民消费（ c ），模型一的被解释变量以农村居民家庭平均每人消费支出表示，模型二的被解释变量分别为农民的食品、衣着、居住、家庭设备、交通通讯、文教娱乐、医疗保健、其他消费支出。

2.核心解释变量。核心解释变量为习惯形成（ c_{t-1} ）和农民收入（ y ），分别以上一期农村居民家庭平均每人消费支出和当期农村居民家庭人均可支配收入表示，两个变量的选择依据在第二部分已经进行了详细论述。

3.控制变量。不确定性（ g ）是控制变量，有关这一指标的衡量，现有文献多以收入或者消费的波动率替代（Guariglia and Rossi, 2002; 罗楚亮, 2004; 贾男等, 2011），对于中国的农民来说，为了维持既定的效用水平，必然会根据收入的变化来确定消费的变化。结合本文分析的重点和阶段性划分依据，本文研究以农民真实收入的增长率衡量不确定性，即以不变价格表示的农民当年收入相对上一期农民收入变化的百分比。

本文使用的数据为1978~2017中国31个省（市、区）农村居民和城镇居民家庭收支调查汇总的面板数据，所有数据均来自中华人民共和国国家统计局网站（<http://www.stats.gov.cn>）。为了减少模型以外的波动性，同时为了消除其可能存在的异方差特性，所有变量（不确定性变量除外）取对数。

需要特别注意和详细说明的是：①结合本文第三部分的分析，综合考虑城乡居民消费水平之比和城乡居民实际收入增长率的变化情况，然后将1978~2017年中国农民消费行为特征的探讨分为以下六个阶段进行对比分析：1978~1984年，1985~1991年，1992~1996年，1997~2003年，2004~2009年，2010~2017年。②由于各地区1985年以前的农村居民消费价格指数（上年=100）无法获取，所以1978~1984年这一阶段的实证分析使用的数据为名义值而非实际值，其他阶段的数据均以1985年的实际值表示。为保证数据的一致性，实证过程中同时罗列1985~2017年而非1978~2017年的回归结果，这样做的目的主要在于可以更好地与其他六个阶段进行对比，更好地找出农民消费行为在不同阶段的差异，同时又不直接影响实证分析的对比效果。③1985年之后的实证分析所使用的数据均以1985年的实际值进行表示，但折算过程中，由于四个直辖市的农村居民消费价格指数没有公布，在此遵循王小华等(2016)

的做法，直辖市使用该地区的居民消费价格指数代替农村居民消费价格指数来进行相应的折算。④模型一的分阶段主要包括七个部分，除了前述六个阶段以外，同样给出1985~2017年的估计结果。为了进一步对农民不同类别消费的消费行为及其阶段性差异进行分析，同时根据农民不同类别消费数据的可获得性，将模型二分为四个阶段，且与模型一的后四个阶段完全对应，包括：第三阶段1993~1996年^①，第四阶段1997~2003年，第五阶段2004~2009年，第六阶段2010~2017年。

五、农民消费行为变迁的实证结果及分析

（一）改革开放以来农民消费行为变迁分析

为了探讨农民消费行为是否因为收入增速的阶段性变化而表现出明显差异，本文分别就各个阶段单独进行实证检验，并将1985年至2017年的检验结果作为对比。模型一的SYSGMM估计结果详细参考表3所示，根据表中汇报的具体情况来看，Sargan检验结果的P值均大于0.15，意味着不同时段的工具变量都是整体有效的；残差序列相关检验显示，差分后的残差均不存在二阶序列相关，由此可以认为原模型的误差项不存在序列相关；Wald检验的P值说明模型一当中各个阶段的消费模型总体上均是非常显著的。根据表3汇报的各变量估计结果来看，1985年至2017年的习惯形成效应系数估计值为0.432，且在1%的水平上显著；农民收入水平的系数为0.580，在1%的水平上显著。说明中国农民消费行为既表现出显著的习惯形成效应，又对收入形成了强烈的依赖。从阶段性划分结果对比来看：习惯形成效应仅仅在1997~2003年这一阶段显著为负，其他五个阶段的系数均显著且系数为正；农民收入水平的系数仅仅在1979~1984年这一阶段不显著，其他五个阶段均显著且系数为正。也就是说，中国农民消费行为的变动不仅仅在整体上呈现出对收入变动的过度敏感性，而且还表现出显著的习惯形成，即农民消费存在着明显的棘轮效应，并且不管是这种过度敏感性还是棘轮效应都因为农民收入增速的阶段性不同而各异，这同样说明了中国农民的当期消费对过去消费和现在收入水平的依赖性并非一成不变，而是随着收入增速的阶段性波动表现出了显著的阶段性差异。除此之外，不确定性的系数在1997~2003年显著为负，2010~2017年显著为正。如果说魏世勇、沈利生（2014）从理论上回答了为什么收入的上升有助于启动消费，那么，本文这一结论正好从实证上回答了确保农民收入持续较快增长切实有助于启动消费。

表3 模型一的SYSGMM估计结果

	1985~2017	1979~1984 第一阶段	1985~1991 第二阶段	1992~1996 第三阶段	1997~2003 第四阶段	2004~2009 第五阶段	2010~2017 第六阶段
习惯形成	0.432*** (0.000)	0.479* (0.090)	0.419*** (0.000)	0.398** (0.014)	-0.166* (0.077)	0.240* (0.052)	0.591*** (0.000)
收入水平	0.580*** (0.000)	0.396 (0.131)	0.553*** (0.000)	0.507*** (0.001)	1.616*** (0.000)	0.683*** (0.000)	0.539*** (0.000)
不确定性	0.000	-0.000	0.001	0.003	-0.021***	0.000	0.008**

^①模型二的第三阶段为1993~1996年而非1992~1996年，是由于1992年的农民分类消费数据缺失。

习惯形成与中国农民消费行为变迁：改革开放以来的经验验证

	(0.710)	(0.910)	(0.144)	(0.157)	(0.000)	(0.793)	(0.010)
Wald检验	30107.45***	1128.55***	300.50***	336.42***	190.59***	997.89***	2291.18***
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Sargan检验	0.9992	0.3377	0.2434	0.1519	0.2041	0.1522	0.1571
AR(1)	0.0000	0.1119	0.0630	0.0465	0.2179	0.7204	0.0079
AR(2)	0.4437	0.3259	0.3279	0.3562	0.7864	0.1019	0.1146

根据六个阶段习惯形成效应的具体表现情况来看，从第一阶段到第四阶段，农民消费习惯形成效应处于稳步下降的趋势，第四阶段甚至降低到了-0.166，第五阶段快速回升，到第六阶段已经明显高于了前面五个阶段。而农民的边际消费倾向在最后三个阶段的表现却刚好与习惯形成效应相反，直接从第四阶段的1.616下降到了第六阶段的0.539。也就是说农民消费行为在2004年前后出现了两极分化，确实表现出了从消费“压抑”过渡到“释放”这一特点。究其原因，农民在消费“压抑”的四个阶段主要是受制于初始收入水平低、收入剧烈波动导致的收入高度不确定性和消费习惯形成效应下降的影响；消费“释放”的两个阶段是由于收入的长期积累、消费习惯形成效应提高、2004年以来收入快速且稳定的增长，农民消费潜力和消费意愿得到充分释放。从理论上讲，居民消费的惯性越强，收入用于当前消费的比例就越低（杭斌，2011），即居民的消费习惯形成效应与边际消费倾向是此消彼长的。很明显，这并不能完美地解释前四个阶段农民消费行为的表现，需要对其原因进行深入探索。

本文重点关注的问题是农民消费行为的变迁，对于农民消费行为表现出的阶段性变化特征和看似“奇怪”的两极分化现象，本文的解释如下：第一阶段作为改革开放初期，虽然因为农村家庭联产承包经营这一农业基本经营制度的确立，极大地调动了农民营农积极性、打破了此前人民公社时期的农民收入水平在二十多年长期徘徊和停滞的状态，农民收入年平均实际增速达到了14.06%（参见表1），但这时候的中国在整体上才刚刚解决国家层面的温饱问题，并且各地区农村改革步伐又明显不一致，所以农民此时的消费行为并未形成对收入的强烈依赖，而是表现出显著的习惯形成效应。第二阶段农民收入年平均实际增速仅有1.45%（参见表1），但是有第一阶段的农民收入“超常规增长”作为坚实后盾，农民消费开始对收入形成了强烈的依赖，农民消费的习惯形成效应仍然显著且系数为正。第三阶段是社会主义市场经济体制改革目标模式的确立初期，这为农民增收带来了极大的推动作用（年平均增速回升到了7.90%），同时也从根本上改变了居民消费行为的制度基础（杭斌，2011），直接表现为农民消费行为的习惯形成效应和对收入的依赖均出现明显下降。从前四个阶段来看，农民收入总是在发生阶段性快速增长之后很快陷入了增长困境（参见表1和图1），再加上第四阶段是中国工业化和城镇化加速推进时期，导致城市经济快速增长，农业的弱势地位再次凸显和“三农”发展滞后全方位暴露，农民收入的不确定性大大增强，因此不确定性对消费的影响显著为负。第五阶段和第六阶段作为中国“三农”发展真正的“黄金时期”，农民收入年平均实际增速分别达到了8.39%和9.10%，这种长达十多年的高速增长是新中国历史上绝无仅有的。有了收入的保障，农民消费意愿得到提升和消费能力得到“释放”，农民消费水平也因此节节攀升，两个阶段的农民消费年平均增速分别达到了9.16%和10.66%，明显大于同阶段的收入增速。据此，本文发现：农民消费水平的提高并非单一地取决于某

一年度收入水平的高低，同时也受到消费习惯形成的影响，又取决于收入增长惯性和稳定性。

（二）农民分类消费的消费行为变迁分析

从表4汇报的实证结果来看：①对于生存型消费而言，食品消费的习惯形成效应在四个阶段表现出了明显的先快速降低后急速增加的趋势；衣着消费的习惯形成效应在各阶段均显著为正，且波动幅度较低；居住消费的习惯形成效应仅仅在后两个阶段显著为正，并且第六阶段的系数在第五阶段的基础上有明显提高。②对于发展享受型消费而言，交通通讯的习惯形成效应在第三阶段显著为负，在其他三个阶段均显著为正；家庭设备类消费的习惯形成效应在第四、第五阶段显著为正；文教娱乐类消费的习惯形成效应在各阶段均显著为正，且系数较大；医疗保健类消费的习惯形成效应在后三个阶段均显著为正，且系数逐渐提高；其他消费的习惯形成效应在第四和第六阶段均显著为正。③从各项消费对收入的依赖性来看，整体上表现为农民生存型消费对收入的依赖性逐渐减弱，而发展享受型消费对收入的依赖逐渐增强。其中，食品类消费对收入的依赖性在第四五六阶段均显著且系数为正，系数逐渐递减；衣着类消费对收入的依赖性在各阶段均显著且系数为正，系数逐渐递减；居住类消费对收入的依赖性在第三、四、六阶段均显著为正，但第六阶段的系数最小；交通通讯类消费对收入的依赖性在第三、五、六阶段均显著为正，第六阶段的系数最小；家庭设备类消费对收入的依赖性在各阶段均显著为正，系数表现出先降低后扩大的趋势；文教娱乐类消费对收入的依赖性仅仅在第六阶段显著为正，且系数仅次于第六阶段的设备类消费；医疗保健类消费对收入的依赖性在各阶段均显著为正，系数呈先扩大后降低的趋势；其他消费对收入的依赖性在第三和第五阶段显著为正。上述结论充分说明了同一类别消费的习惯形成效应以及同一类别的消费对收入的依赖程度在四个阶段的表现均存在明显差异，不同类别的消费习惯形成效应与不同类别的消费对收入的依赖程度在同一时期也都存在显著的差异。

此外，本文的结论进一步证实不同类别的消费在2004年前后也存在消费“压抑”向消费“释放”跨越这一特点。第四阶段作为20世纪90年代以来农民收入增长最艰难和收入增速持续下降阶段，收入不确定性极不利于食品、交通通讯、医疗保健和其他类消费水平的提高；相反，在收入增速较高且最为稳定的第六阶段，不确定性的降低能够显著提高食品、衣着、家庭设备、文教娱乐和医疗保健类消费水平。同样在第六阶段，食品、衣着、居住、文教娱乐和医疗保健这五大类消费的习惯形成效应都要远远大于其他任何阶段，并且除了家庭设备和文教娱乐这两类消费以外的其余各项消费对收入的依赖性在这一阶段都达到了历史最低值。也就是说，在农民收入增速越低、波动幅度越大且波动越频繁的阶段，各项消费对收入的依赖性越强；反之，在收入越稳定且收入增速较高的阶段，农民对未来的消费更容易形成稳定且良好的预期，消费水平的提高因此越依赖于消费的惯性。

表4 模型二的SYSGMM估计结果

		食品	衣着	居住	交通通讯	家庭设备	文教娱乐	医疗保健	其他
习 惯 形	第三 阶段	0.478* (0.068)	0.513*** (0.001)	0.301 (0.312)	-0.425*** (0.001)	0.224 (0.659)	0.792*** (0.001)	0.443 (0.117)	0.171 (0.152)
	第四	-0.262***	0.555***	0.277	0.966***	0.804***	0.653***	0.409**	0.667***

习惯形成与中国农民消费行为变迁：改革开放以来的经验验证

成	阶段	(0.000)	(0.000)	(0.227)	(0.000)	(0.000)	(0.003)	(0.038)	(0.000)
	第五阶段	-0.403*	0.316**	0.588**	0.291**	0.479**	0.788***	0.597***	0.152
	阶段	(0.052)	(0.013)	(0.040)	(0.011)	(0.049)	(0.000)	(0.001)	(0.438)
收	第六阶段	0.841***	0.641***	0.667***	0.868***	0.344	0.955***	0.744***	0.493***
	阶段	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.113)	(0.000)	(0.000)	(0.002)
	第三阶段	0.150	0.600***	0.778***	3.526***	0.875**	0.326	0.896***	1.321***
入	阶段	(0.567)	(0.006)	(0.000)	(0.000)	(0.010)	(0.187)	(0.000)	(0.000)
	第四阶段	1.269***	0.573***	1.140***	0.417	0.172*	0.645	1.541***	-0.098
	阶段	(0.000)	(0.000)	(0.003)	(0.457)	(0.070)	(0.120)	(0.000)	(0.818)
水	第五阶段	1.057***	0.552***	0.674	0.635***	0.659*	-0.089	0.375*	0.722***
	阶段	(0.000)	(0.000)	(0.232)	(0.002)	(0.059)	(0.461)	(0.086)	(0.000)
	第六阶段	0.119**	0.313***	0.489***	0.228*	0.850***	0.740*	0.282**	0.034
平	阶段	(0.010)	(0.002)	(0.001)	(0.082)	(0.002)	(0.076)	(0.049)	(0.862)
	第三阶段	0.008***	0.001	-0.004	-0.010**	-0.007**	0.000	0.002	-0.006
	阶段	(0.006)	(0.775)	(0.396)	(0.015)	(0.015)	(0.901)	(0.681)	(0.374)
不	第四阶段	-0.034***	0.002	-0.010	-0.010*	0.004	-0.005	-0.007*	-0.016**
	阶段	(0.000)	(0.184)	(0.181)	(0.081)	(0.151)	(0.242)	(0.096)	(0.046)
	第五阶段	-0.003	0.001	0.001	0.002	-0.000	0.008	-0.011	0.001
确	阶段	(0.241)	(0.742)	(0.867)	(0.506)	(0.972)	(0.286)	(0.182)	(0.753)
	第六阶段	0.007***	0.011***	0.006	0.005	0.007*	0.049***	0.008**	-0.003
	阶段	(0.000)	(0.002)	(0.112)	(0.123)	(0.060)	(0.000)	(0.020)	(0.485)

注：由于版面限制，本文在此省略了Wald检验、Sargan检验、AR(1)、AR(2)的结果。

（三）实证结果的进一步讨论

上述研究结论充分说明农民收入在初始水平极低的前提下经历了1978~2003年的长期积累之后，随着2004年以后农民的收入水平进一步提高、收入增速高位趋稳、收入增速波动频率和幅度双双降低、农村消费环境迅速改善，农民消费观念也会随之发生改变，农民消费潜力得到全面激发，消费结构正面临着转型升级，这就是农民消费行为从“压抑”向“释放”进行转变的根本原因所在。农民消费直接表现为从某一单项消费占比过高向消费结构逐渐合理转变和从注重量的满足向追求质的提升转变。农民除了会根据前期消费习惯继续提高衣食住行和医疗保健类消费水平以外，为了追求更好的发展和更多的享受，必然会更倾向于加大文教娱乐类和家庭设备类消费支出，即农民用于发展享受型消费（包括教育、娱乐用品、某些精神文化用品及服务）的比重在生存型消费得到充足保障的前提下会不断提高。所以，最终情况是农民的生存型消费比重不断降低、食品消费品质不断改善和发展享受型消费占比不断提高。

这同样预示着，2004年以来，尤其是党的十八大以来，一方面以习近平同志为核心的党中央始终坚持把解决好“三农”问题作为全党工作的重中之重，持续加大强农惠农富农政策支持力度，这一系列政策措施的贯彻落实，极大地提高了农民增收保障，增强了农民的购买能力，提升了农民的消费意愿。另一方面，为解决中国消费品市场发展进程中的城乡不平衡等问题，国家在交通、物流、通信等

消费基础设施建设、消费政策和收入分配政策等多方面加大了对农村地区的支持力度，比如，“万村千乡市场工程”和“双百市场工程”的实施，极大地改善了农村商品流通状况，为农村消费品市场发展创造了良好的外部条件，再加上互联网和智能手机的普及，电子商务不断向广大农村地区渗透，促进了农民消费潜力持续释放。其中，2017年的农村消费品零售额达到了51972亿元，是1978年的64倍，年均增长11.3%^①；2013~2017年，乡村消费品零售额年均增长12.9%，年均增速比改革开放至2017年和同期城镇消费品零售额分别高1.6个和1.8个百分点；农村消费品零售额占社会消费品零售总额的比重由2012年的13.2%提升至2017年的14.2%^②。

六、结论与政策含义

党的十九大报告明确指出中国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。报告中关于人们对美好生活无限向往的内涵解读无疑是丰富的，更是意义深远的。简单来讲，人民日益增长的美好生活需要，无非就是不断增长的消费需求和收入保障，以及从基本的吃穿消费向发展和享受型消费倾斜，其核心在于提高居民收入、扩大居民消费，从而提升居民福利水平。本文利用改革开放40年中国31个省（市、区）的农村居民住户调查数据，运用SYSGMM估计方法对农民消费行为的时期演化轨迹进行了实证分析。结果表明：（1）中国农民消费行为的变动不仅在整体上呈现出对收入变动的过度敏感性，而且还表现出了显著的习惯形成效应，不管是过度敏感性还是习惯形成效应都存在明显的阶段性差异；习惯形成效应表现出先缓慢降低，并于第四阶段到达最低值，之后又快速扩大的趋势。（2）农民消费行为在2004年前后表现出了明显的“消费压抑”和“消费释放”这一两极分化现象，前者因为农民的初始收入水平低下、增收高度不确定性和强烈的消费习惯形成效应，导致农民“有钱”却不愿意消费或者不能消费；后者是因为消费习惯形成效应提高、收入长期积累、增收稳定性加强、消费结构不断优化升级和消费环境不断改善，使得农民消费潜力得到全面释放。（3）同一类别消费在不同阶段的习惯形成效应和不同类别的消费习惯形成效应在同一时期都存在显著的差异，在农民收入增速波动幅度越大且波动越频繁的阶段，各项消费对收入的依赖性越强，在收入增速较高且稳定性越强的阶段，农民消费水平的提高越依赖于消费的惯性。

本文的启示在于：提高农民消费水平，扩大内需已经到了最佳时期。当然，没有农民收入的快速稳定增长，奢谈农民消费水平的进一步提高和满足日益增长的美好生活需要。2018年6月，习近平在山东考察时指出：“农业农村工作，说一千、道一万，增加农民收入是关键。要加快构建促进农民持续较快增收的长效政策机制，让广大农民都尽快富裕起来。”如此，才是顺应民意，才是抓住了满足人们日益增长的美好生活需要的本质问题。

^①参见国家统计局农村司：《农村改革书写辉煌历史 乡村振兴擘画宏伟蓝图——改革开放40年经济社会发展成就系列报告之二十》，http://www.stats.gov.cn/zjt/zfx/ggkf40n/201809/t20180918_1623595.html。

^②参见国家统计局贸易外经司：《国内市场繁荣活跃 消费结构转型升级——改革开放40年经济社会发展成就系列报告之七》，http://www.stats.gov.cn/zjt/zfx/ggkf40n/201809/t20180905_1621054.html。

本文提出如下政策建议：首先应全面保障农民收入增长的稳定性。一是大力推进农业供给侧结构性改革，调整农业种养结构，发展高产、优质、高效、生态、安全农业，优化配置农业生产要素，挖掘传统农业收入增长潜力。二是突破原有家庭经营模式，引入分工机制，对土地要素进行重组，带动其他农业生产要素进行重组和优化配置，实现农业生产经营规模化、分工化、专业化、集约化、组织化，挖掘现代农业收入增长潜力。三是引导农业剩余劳动力到城镇二三产业或农村其他新兴产业就业，让农民成为职业农民、产业工人、城市建设者，成为劳资关系中的重要角色，提高农民工资性收入。四是改革农村土地要素征用制度，推进农村建设用地市场化配置，积极推进农业土地要素资本化、金融化、市场化，提高农民财产性收入。五是逐步加大财政转移支付力度的同时，不断提高财政转移支付政策的稳定性、延续性和准确性，着力加大粮食、农资、良种和农机具补贴，确保农民转移性收入稳定增长。

其次应加大统筹城乡消费市场力度，转变农民消费观念，改善农村居民消费环境。促进城市消费市场持续向农村延伸，不断丰富农村消费品种类和提高农村消费品质量，为农民扩大消费提供更多的可能；加强农村基础设施投资与建设，建立“以城带乡”的辐射带动交通运输和网络服务体系，为农民进城消费或网上购物等提供便利，刺激农民消费需求的规模扩张。

再次应以新发展理念为引领，顺应农民消费升级大趋势，多领域着力培育消费新供给，激发农民消费新动力。当前农民的整体生活水平正从小康转向相对富裕，也是消费结构调整最大的机遇期，要实现农民生活水平提高和生活质量改善的目标，就必须顺应消费升级趋势，提倡绿色环保、追求品质、注重多元发展的更高级和可持续的消费模式，引导消费层次从基本的生理需求转向精神需求、从温饱转向享受和自我发展，真正实现人民生活高质量发展和居民福利水平的全面改善。

参考文献

- 1.艾春荣、汪伟,2008:《习惯偏好下的中国居民消费的过度敏感性——基于1995~2005年省际动态面板数据的分析》,《数量经济技术经济研究》第11期。
- 2.陈锡文,1987:《中国农村经济:从超常规增长转向常规增长》,《经济研究》第12期。
- 3.崔海燕、范纪珍,2011:《内部和外部习惯形成与中国农村居民消费行为——基于省级动态面板数据的实证分析》,《中国农村经济》第7期。
- 4.崔海燕、杭斌,2014:《收入差距、习惯形成与城镇居民消费行为》,《管理工程学报》第3期。
- 5.高帆,2014:《中国城乡消费差距的拐点判定及其增长效应》,《统计研究》第12期。
- 6.杭斌,2009:《习惯形成下的农户缓冲储备行为》,《经济研究》第1期。
- 7.杭斌,2011:《理性习惯偏好与居民消费行为》,《统计研究》第3期。
- 8.杭斌、闫新华,2013:《经济快速增长时期的居民消费行为——基于习惯形成的实证分析》,《经济学(季刊)》第6期。
- 9.杭斌,2010:《城镇居民的平均消费倾向为何持续下降——基于消费习惯形成的实证分析》,《数量经济技术经济研究》第6期。
- 10.贾男、张亮亮,2011:《城镇居民消费的“习惯形成”效应》,《统计研究》第8期。

11. 贾男、张亮亮、甘犁, 2011:《不确定性下农村家庭食品消费的“习惯形成”检验》,《经济学(季刊)》第1期。
12. 厉以宁, 1992:《中国宏观经济的实证分析》,北京:北京大学出版社。
13. 林致远、苑德宇, 2009:《消费压抑、增长失衡与收入分配》,《东南学术》第1期。
14. 罗楚亮, 2004:《经济转轨、不确定性与城镇居民消费行为》,《经济研究》第4期。
15. 雷钦礼, 2009:《财富积累、习惯、偏好改变、不确定性与家庭消费决策》,《经济学(季刊)》,第3期。
16. 骆友生、张红宇, 1995:《家庭承包责任制后的农地制度创新》,《经济研究》第1期。
17. 米一五, 1990:《高储蓄与消费压抑》,《消费经济》第4期。
18. 农牧渔业部经济政策研究中心经济增长问题课题组, 1987:《常规增长,抑或发展迟滞——对农村经济发展的现实判断》,《经济研究》第9期。
19. 齐福全、王志伟, 2007:《北京市农村居民消费习惯实证分析》,《中国农村经济》第7期。
20. 齐天翔, 2000:《经济转轨时期的中国居民储蓄研究——兼论不确定性与居民储蓄的关系》,《经济研究》第9期。
21. 王小华、温涛, 2016:《农民收入“超常规增长”的理论依据、积累效果与政策启示》,《西南大学学报(社会科学版)》第1期。
22. 王小华、温涛、朱炯, 2016:《习惯形成、收入结构失衡与农村居民消费行为演化研究》,《经济学动态》第10期。
23. 王小华、温涛, 2015:《城乡居民消费行为及结构演化的差异研究》,《数量经济技术经济研究》第10期。
24. 魏世勇、沈利生, 2014:《基于心理账户的习惯形成》,《统计研究》第4期。
25. 魏后凯、刘长全, 2019:《中国农村改革的基本脉络、经验与展望》,《中国农村经济》第2期。
26. 温涛、何茜、王煜宇, 2018:《改革开放40年中国农民收入增长的总体格局与未来展望》,《西南大学学报(社会科学版)》第4期。
27. 温涛、田纪华、王小华, 2013:《农民收入结构对消费结构的总体影响与区域差异研究》,《中国软科学》第3期。
28. 温涛、王小华、杨丹、朱炯, 2015:《新形势下农户参与合作经济组织的行为特征、利益机制及决策效果》,《管理世界》第7期。
29. 闫新华、杭斌, 2010:《内、外部习惯形成及居民消费结构——基于中国农村居民的实证研究》,《统计研究》第5期。
30. 翟天昶、胡冰川, 2017:《农村居民食品消费习惯形成效应的演进研究》,《中国农村经济》第8期。
31. 臧旭恒, 1994:《中国消费函数分析》,上海:三联书店上海分店。
32. 赵志君, 1998:《我国居民储蓄率的变动和因素分析》,《数量经济技术经济研究》第8期。
33. 张海鹏, 2019:《中国城乡关系演变70年:从分割到融合》,《中国农村经济》第3期。
34. 张永丽、徐腊梅, 2019:《互联网使用对西部贫困地区农户家庭生活消费的影响——基于甘肃省1735个农户的调查》,《中国农村经济》第2期。
35. 臧旭恒、陈浩, 2019:《习惯形成、收入阶层异质性与我国城镇居民消费行为研究》,《经济理论与经济管理》第5期。
36. 周建、艾春荣、王丹枫、唐莹, 2013:《中国农村消费与收入的结构效应》,《经济研究》第2期。
37. 朱信凯、骆晨, 2011:《消费函数的理论逻辑与中国化:一个文献综述》,《经济研究》第1期。
38. Alessie, R., and Lusardi, A., 1997, “Saving and income smoothing: Evidence from panel data”, *European Economic Review*, 41(7):1251-1279.

39. Angelini, V., 2009, "Consumption and habit formation when time horizon is finite", *Economics Letters*, 103(2): 113-116.
40. Arellano, M., and Bond, S., 1991, "Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations", *The review of economic studies*, 58(2): 277-297.
41. Arellano, M., and Bover, O., 1995, "Another look at the instrumental variable estimation of error-components models", *Journal of econometrics*, 68(1): 29-51.
42. Alessie, R., and Teppa, F., 2010, "Saving and habit formation: evidence from Dutch panel data", *Empirical Economics*, 38(2): 385-407.
43. Browning, M., and Collado, M. D., 2007, "Habits and heterogeneity in demands: a panel data analysis", *Journal of Applied Econometrics*, 22(3): 625-640.
44. Blundell, R., and Bond, S., 1998, "Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models", *Journal of econometrics*, 87(1): 115-143.
45. Chetty, R., and Szeidl, A., 2016, "Consumption commitments and habit formation", *Econometrica*, 84(2): 855-890.
46. Deaton, A., 1992, "Saving and income smoothing in Cote d'Ivoire", *Journal of African economies*, 1(1): 1-24.
47. Dynan, K. E., 2000, "Habit formation in consumer preferences: Evidence from panel data", *American Economic Review*, 90(3): 391-406.
48. Duesenberry, J. S., 1949, "Income, saving, and the theory of consumer behavior", Harvard University Press.
49. Guariglia, A., and Rossi, M., 2002, "Consumption, habit formation, and precautionary saving: evidence from the British Household Panel Survey", *Oxford Economic Papers*, 54(1): 1-19.
50. Havranek, T., Rusnak, M., and Sokolova, A., 2017, "Habit formation in consumption: a meta-analysis", *European Economic Review*, 95(6): 142-167.
51. Heaton, J., 1993, "The interaction between time-nonseparable preferences and time aggregation", *Econometrica*, 61(2): 353-385.
52. Heien, D., and Durham, C., 1991, "A test of the habit formation hypothesis using household data", *Review of Economics & Statistics*, 73(2): 189-199.
53. Koichiro, I., 2011, "Food consumption expenditure and habit formation: evidence from Japanese household panel data", Esri Discussion Paper.
54. Meghir, C., and Weber, G., 1996, "Intertemporal nonseparability or borrowing restrictions? a disaggregate analysis using a U.S. consumption panel", *Econometrica*, 64(5): 1151-1181.
55. Muellbauer, J., 1988, "Habits, rationality and myopia in the life cycle consumption function", *Annales Déconomie Et De Statistique*, 9(9): 47-70.
56. Musarskaya, M., Birch, D., and Memery, J., 2017, "To eat or not to eat: seafood consumption habit formation", *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, (1): 1-9.
57. Naik, N. Y., and Moore, M. J., 1996, "Habit formation and intertemporal substitution in individual food consumption", *The Review of Economics and Statistics*, 78(2): 321-328.

58. Seckin, A., 1999, "Essays on Consumption with Habits Formation", Ph. D. Dissertation, Carleton University, Ottawa, Canada.

59. Steger, T. M. , 2000, "Productive Consumption and Growth in Developing Countries", Review of Development Economics, 4(3), 365-375.

(作者单位：¹西南大学经济管理学院；

²西南大学普惠金融与农业农村发展研究中心)

(责任编辑：陈静怡)

The Evolvement of Habit Formation and Farmers' Consumption Behavior: An Empirical Verification Since China's Reform and Opening-up

Wang Xiaohua Wen Tao Han Linsong

Abstract: Based on the survey data of rural residents in 31 provinces from 1978 to 2017, this article establishes an econometric model of farmers' consumption behavior with internal habit formation and income uncertainty, and uses the SYS-GMM estimation method to measure the changes of farmers' consumption behavior. The study finds that the changes in Chinese farmers' consumption behavior since the reform and opening-up not only show excessive sensitivity to income changes, but also show significant habit formation effects; excessive sensitivity and habit formation effects are greatly different due to the different stages of farmers' income growth. There are great differences in stages, especially in the years before and after 2004, showing obvious polarization of "consumption depression" and "consumption release", while the habit formation effect shows the obvious trend of slow decrease first and then rapid expansion; Both the habit formation effect of the same kind of consumption at different stages and the habit formation effect of different types of consumption at the same stage are significantly different. All kinds of consumption also have a transition trend from "depression" to "release". The enlightenment of the study is that it has reached the best time to raise farmers' consumption level and expand domestic demand. It is necessary to enhance the stability, continuity and accuracy of the agricultural support policy, establish a long-term mechanism to promote sustained and rapid increase of farmers' income, further change farmers' outlook on consumption, improve rural consumption environment, and conform to the trend of consumption upgrading. Only by doing so can we truly achieve the high-quality development of people's life and the overall improvement of residents' welfare level.

Key Words: Farmers' Consumption Behavior; Habit Formation; Uncertainty; Consumption Upgrading