

## 启动农村市场 关键在基建

北京大学中国经济问题研究中心主任林毅夫教授近日指出,1999年我国要达到“保七望八”的增长目标,财政政策的力度有待加强,如果由财政支持的基础设施建设投资能够侧重于农村地区和贫困地区的电网、道路、供水、城镇建设等和生活有关的基础设施,其效果将更为显著。在上述这些方面进行的投资与大的基础设施项目相比,有三个特点:一是规模小,启动快,容纳的劳动力以及使用的国内机器、设备、原材料多,对国内经济增长和解决就业问题的贡献率比大项目要高;二是有利于城乡差距的缩小,和我国经济发展的长远目标一致;三是可以启动农村市场,消化过剩的生产能力。

林毅夫教授认为,第三个特点尤为重要,因为消化掉过剩生产能力,是走出当前景气低谷的前提条件,而农村市场的启动是关键。以生产能力过剩最为严重的家用电器产业来说,城市居民对彩电、冰箱、洗衣机的需求已接近饱和,但占我国70%的农村人口,家用电器的普及率尚不足20%。1997年我国农村居民的人均收入已超过城镇居民1992年的水平,但农村居民家用电器的普及率只及城镇居民1985年左右的水平,可见收入并不是主要限制因素。农村地区家用电器普及率低的主要限制因素在于,农村电网设施落后,电压不稳,平均电价为城市的两倍左右,有些地区甚至高达10倍以上,许多地区也没有差转台,电视信

号弱。如果能够改善农村地区与生活消费相配套的基础设施,我国现有的家用电器的生产能力将远远不能满足2.3亿农户的市场需求。相配套的基础设施不足,也同样限制了建材、家具、服装等其他农村消费品市场的发展。

林毅夫教授进一步指出,由政府财政支持农村地区基础设施建设的一个难题是这些项目小而分散,由中央政府来做,选项不易,监督困难。对此,可以采取“三方合建”,中央、地方、农民各出一部分资金,由村级组织牵头提出、地方政府监督、中央政府支持的方式来解决。而且,“三方合建”的方式也有利于使中央财政支持的基础设施建设一块钱资金带来三块钱投资,发挥较大的杠杆作用,扩大财政政策对市场需求的拉动效应。

(摘自1999年1月16日《经济参考报》作者:王健平)

## 消费是经济的 显示器和指示器

北京大学经济学院教授刘方斌在接受《中国改革报》记者采访时指出,消费是一国国民经济的显示器。在生产、流通、分配、消费这一循环过程中,生产是起点,消费是终点,消费集中体现了前三个环节的成果和效益,成果大不大,效益好不好,体现为消费大不大,消费水平高低如何,消费规模大小如何,消费结构是否合理,是否优化等。同时消费又是指示器,指导再生产的如何走向。消费信息及其反馈作用的意义非常重要,关系到企业的盈亏与兴衰;市

场经济是一种消费者主权型经济,意味着消费需求第一的运行顺序。宏观的消费战略:不宜简单提倡过度消费;更不宜压抑正常消费;当前,大力倡导消费,调动内需力;大力开拓市场,创导消费文明;大力优化产品结构,刺激有效需求,改善消费品市场服务,具有特别重要意义。

刘方斌教授认为,短缺型的计划经济消费是受资源约束的被给定的消费,市场经济的消费是受需求约束的主动性消费。目前,基础设施建设严重滞后,不适合消费者需求,人们都想充分利用原有公益设施却无人肯去从事新的建设,所以,国家要相应调整消费政策,使基本建设消费与其他的“热点”消费相配套。“信贷消费”严重滞后,在“相对过剩”的情况下,只搞信贷生产而忽视信贷消费是不行的。

刘教授指出,当前,对经济增长起拉动作用的是三驾马车:外贸、投资和消费。依靠投资拉动,这是有必要的。但是,它在增长比重中只能到20%几;而消费却能占到50%以上。因此,消费疲软对经济增长格局至关重要。消费疲软与收入的格局有关:收入增长最多、最快的阶层,消费基本上饱和;部分失业者与农民需要消费,却没有支付力用于消费;最有希望消费的中产阶层,收入稳定,所占人口比例大,但未来预期收入、支出不够明确,前景并不乐观,所以消费行为谨慎。为拉动和刺激消费,政府的当务之急是转换制约消费政策;加大高收入增长阶层的税收力度;保证中间阶层预期收入的继续增长;加大第三产业和基础设施建设力度,以工代赈,增加就业率。为国民经济的持续增长提供足够的动力。

(摘自1999年1月20日《中国改革报》作者:李向阳)