城镇化背景下农民家庭消费策略

王 黎

（武汉大学 社会学院，湖北 武汉 430072）

摘 要： 城镇化背景下，农民家庭再生产与城镇化目标相绑定，带来家庭消费方式的变迁和消费需求的增加，农民家庭普遍面临着消费扩张而支付能力有限的困境。对此，农民家庭采取透支性消费、保留一部分农业“自给经济”以及代际“两栖”消费等消费策略，通过最大限度地调配家庭资源，甚至是透支家庭资源，得以在短时间内实现家庭再生产。当前农民家庭消费以透支为主要特点，这种消费模式在促进城镇化率提升和宏观经济增长的同时也蕴藏着不良社会后果。基于此，扩大内需的关键不在于盲目刺激农民消费需求，而在于提升农民收入和社会保障水平。

关键词： 县域城镇化；家庭再生产；消费策略；透支型消费；扩大内需

中图分类号： F323.8 **文献标识码：** A **文章编号：** 1672－0202(2021)04－0054－09

一、城镇化与农民消费关系研究

城镇化背景下，农民进入城乡统一的消费市场，农民消费出现城市化转型[1]。但是，近年来的国家统计局数据表明，当前农民的年人均可支配收入远远赶不上城镇居民的年人均消费支出。在农民收入有限、社会保障不足而城市生活成本较高的情况下，农民如何应对消费的城市化转型，这是本文主要的问题意识。进一步笔者思考的问题在于，城镇化背景下农民消费的特点及其蕴藏的社会后果是什么。本文探讨农民消费模式以期回应的问题在于，在当前普遍将扩大内需的希望寄托于农村和农民城镇化的大形势下，扩大内需应当如何落到实处。

（一）既有研究

关于城镇化背景下农民消费行为研究主要从两个方面展开：一是经济学角度。从国家制度、经济环境变迁等宏观视角探讨城镇化与农民消费关系。中国城镇化发展通过几种效应影响农民消费：一方面城镇化发展能够增加农民收入从而带动农民消费[2]；另一方面，城镇消费的示范性效应会明显提升农民的消费[3]。此外，城镇化发展能够改善农村消费环境从而促进农民消费增加[4]。在城乡二元结构下，农民收入偏低、社会保障及公共服务的不健全抑制农村居民消费增长[5]，因此要通过打破城乡二元结构来提升农民消费。宏观视角侧重从外部环境解释农民消费行为，但影响农民消费行为的中微观机制，农民被预设成为完全的经济理性人，农民的消费行为被看作是纯粹的经济理性行为。

二是社会学的相关研究认为，消费主义文化的扩张带来个体消费欲望的膨胀，消费逐渐从功能性异化为文化性意涵，消费不仅为满足生产生活需要，还象征着社会阶层的品味思想和情感[6]。在消费主义视角下，消费成为进城农民塑造工人主体身份[7]以及建构城里人社会认同[8]的方式。

收稿日期： 2021－03－16 **DOI：** 10.7671/j.issn.1672－0202.2021.04.006

基金项目： 国家社会科学基金重点项目（18ASH002）

作者简介： 王 黎（1990—），女，河南信阳人，武汉大学社会学院博士研究生，主要研究方向为农村社会学、乡村治理。E－mail：1169763067@qq.com。

消费的符号意义和文化建构意涵是个体消费行为的内在动力,消费背后的社会分化和群体认同是影响消费行为的根本原因。不过,这些研究将消费行为看作个体主义的行为,忽视了中国经验场域的特殊性。对于中国农民来说,“同居共财”构成农民经济生活的基本方式,农民经济行为并非仅是个体行为,而是“嵌入”在亲属关系并建立在家庭伦理基础上的[9],农民消费作为一种经济行为会受到家庭的影响。

(二)家庭再生产:一个理解农民消费行为的切入点

家庭是中国人生活的基本单位[10]。家庭再生产指的是父代家庭向子代家庭绵延、子代家庭逐渐成为独立自主家庭的代际更替过程[11]。对中国农民来说,家庭具有生活性、社会性和宗教性三位一体的性质[12],农民个体生命价值的实现依赖于家庭,家庭能否顺利实现继替和绵延事关农民个体生命价值能否实现,因此家庭再生产具有重要的意义。在城镇化背景下,农民家庭再生产不再是立足于村庄日常生活①的,重复的、稳定的简单再生产,而是在“家庭发展”话语主导下的扩大化再生产,即家庭不仅要实现继替,还要在继替中实现向上流动以及一系列自觉目标。当前农民家庭扩大再生产最为直接的表现就是农民家庭要“进城”并在城市完成继替。

农民家庭再生产以消费为载体,家庭维系和继替的每一个环节都伴随着消费。在城镇化的背景下,农民家庭扩大化再生产带来家庭消费转型,家庭如何通过消费来顺利进城并在城里立足,是关乎家庭再生产能否实现的关键。以家庭再生产为切入点来理解农民消费,其暗含的假设在于,农民在开放市场体系中不是绝对理性的“经济人”,而是“社会中的人”,是“家庭中的人”,农民的消费行为并非个体对于经济理性主义和消费主义的无条件臣服,而是有社会和家庭的考量。农民的消费行为受到家庭再生产目标的影响,在收入有限而进城成本高昂的情况下,家庭的能动性被激活,并通过一系列消费策略实现家庭扩大化再生产目标,在这其中,农民个体的消费行为印上了家庭的烙印。

本文的经验材料来自于笔者及所在研究团队于 2020 年 7 月 7 日至 27 日及 2020 年 12 月 2 日至 22 日分别在晋南 F 村、皖中 B 村的驻村调研。从村庄社会结构的区域差异[14]视野来看,晋南 F 村和皖中 B 村在村情和农民家庭伦理的强弱上有差别。但两地都属于典型的中西部农村,农民家庭的城镇化率都很高,家庭生计模式和消费模式高度相似,因此选取两地来考察农民家庭消费模式是比较合适的。本文通过深度访谈和参与式观察的方法获得第一手分析材料。

二、农民家庭消费转型与消费困境

晋南 F 村和皖中 B 村农民的城镇化具有相似特点:首先,农民家庭以县域城镇化为主。据调查统计,当前两地进城农民家庭户数占全村户数 60% 以上,个别村民小组全部成员都在城里购房。在这其中,约 80% 以上农民家庭在县城买房,呈现出明显的县域城镇化特征。其次,农民家庭呈现不充分的城镇化状态,绝大部分进城的中青年人只实现了居住城镇化,而没有实现职业城镇化和社会保障的城镇化,农民家庭收入有限且缺乏稳定的城市居民社会保障。最后,城镇化过程中农民家庭代际合力明显,主要家庭生计模式表现为以代际分工为基础的半工半耕。考察农民消费须以农民家庭的县域城镇化为背景。

---

① 衣俊卿认为,日常生活“以衣食住行、饮食男女、婚丧嫁娶、礼尚往来等日常消费活动、交往活动和观念构成”,是一个“通过给定的归类模式和重复性思维以及血缘、天然情感、经验常识、传统习俗等加以维系的自在的、未分化的、近乎于自然的领域”[13]。

(一)农民家庭消费转型

在城镇化背景下,农民家庭再生产与进城目标相绑定,带来家庭扩大化再生产及农民消费的转型,主要通过三个动力机制实现:首先,农村婚姻竞争增加大宗消费。子代结婚生子是家庭再生产的关键环节。但是,计划生育和城乡人口流动带来婚姻资源配置的区域性失衡,在普通中西部农村,男多女少的局面使得男性围绕女性展开婚姻竞争,商品房、高额彩礼、私家车等成为农村婚姻市场竞争的筹码,导致农民家庭消费的扩张。其次,农民阶层分化和阶层竞争是农民家庭消费转型的内在动力。以"50后""60后"为主的农一代处于"有分化无阶层"[15]的状态,对他们来说,城市是谋生地方,农村是归属,农民在城市赚钱,但回乡消费。当前属于以"80后""90后"为主的农二代时期,农民家庭开始进城并在城乡分异基础上形成阶层分化[16],进城是农民家庭阶层跃升的方式,无力进城意味着农民成为社会底层。为了避免落入底层,农民家庭不仅要进城购房,还要向城市居民消费标准看齐,农民消费发生转型。最后,在地方政府政策调控下,包括教育在内的公共服务成为农民家庭消费转型的外在推力。不少地方政府将公共服务当作吸引农民进城、刺激农民消费的手段,农民家庭要想获得相对完善的公共服务就必须进城。以皖中B村为例,近十年以来,当地乡村中小学大量被取消,与此同时,县城实行学区划分,县城公立中小学需要"房产本"与"户口本"双证才能就读,农民要想子代接受相对好的教育,就需要到城里买房。

城镇化发展带来农民家庭消费的剧烈转型:首先,农民家庭消费方式向商品化、货币化转变。传统农民家庭再生产在村庄熟人社会中完成,家庭消费主要通过自给自足的小农经济、人情互助、货物交换等方式来满足,农民家庭可以低经济成本完成家庭再生产。但在城市化背景下,农民家庭面对着统一的城乡消费市场,消费主要通过市场化方式满足,货币支出成为农民消费的主要方式。其次,农民家庭消费项目增加。一方面大宗消费如商品房、彩礼、私家车等必不可少;另一方面,生活消费如水费、物业费等在传统农村没有的消费项目出现了。最后,农民家庭消费的参照标准发生改变。在进城之后,农民家庭不再受熟人社会内部相对统一、固定的消费标准约束,而是向多元、较高的城市消费标准看齐,县城年轻人在消费上盲目追求名牌甚至奢侈品牌。

基于晋南和皖中农村的调研,本文采用"咨询估算"和"抽样观察"①的方法来探究城市化背景下农民家庭再生产成本。调研发现,当前农民家庭消费分为大宗消费和日常消费两部分:其中,大宗消费是农民家庭再生产关键环节的花费,总约55万至85万元,意味着在子代结婚的关键时刻,农民家庭至少一次性支付约55万元,才能顺利完成家庭再生产。日常消费指农民家庭为维持日常生活、谋求发展支出的成本以及家庭成员休闲享受的消费,它通常按照农民生产生活节奏多次支付。按照不同生活标准,一个六人三代农民家庭②每年在县城的开支至少约8万至15万元。这也意味着,进城农民家庭至少每年收入在8万元左右才能维持家庭基本运行。具体见表1。

(二)农民家庭消费困境

城镇化背景下,围绕扩大化家庭再生产而展开的消费多是"刚需",农民很难通过不消费或缩

① 费孝通认为,"在研究乡村社区生活水准时……我建议采用咨询估算的方法,如果可能的话,再用抽样观察来补充,选定几个有代表性的实例,在一个时期中,系统地记录消费项目和数量"[17]。在实地调研中,一来多数农民没有记账习惯,二来农民仍有部分消费是通过自给经济实现,因此,实践中统计资料很难收集。通过"咨询估算"和"抽样观察"的方式,能够使得研究者对农民消费内容和消费数量有一个一般概念,它代表一个村庄社区中农民消费的普遍水平,与消费的实际平均数并不会相差很大。

② 三代农民家庭通常是由中老年父代、年轻子代和幼年孙代组成的家庭。虽然父代家庭与子代家庭在居住空间上呈现为城乡分隔的状态,但是内部仍保持着密切的资源互动,是一个相对完整的经济核算单元。

减消费来减轻消费压力。农民家庭消费转型对农民家庭消费能力提出挑战,要求农民家庭有足够高的非农收入和稳定的社会保障。但这在县域城镇化的背景下很难实现。中西部县城通常以农业经济为主,县域工业基础弱,经济空间小,缺乏稳定的就业机会[18]。县城内的稳定职业多为公务员、教师等体制内职位。而进入县城买房的农二代学历多在大专及以下,通常很难进入体制内工作,主要在由县域人口集聚带来的第三产业内就业,这类工作多为非正规就业,缺乏稳定的收入和社会保障。就晋南和皖中农村的调研来看,在一个父子孙三代农民家庭最多有三个从事生产的劳动力,包括父亲和子代夫妻。通常来说,父代在农村种地,兼在附近打零工,每年的收入约 3 万元左右。子代夫妻二人,通常男性从事快递员、厨师等工作,工资在每月 3000 至 4000 元;女性从事售货员、服务员等工作,工资在每月 1000 至 2000 多元。总的算下来,一个普通农民家庭每年毛收入约 10 万元左右。

表 1　城镇化背景下农民家庭的消费支出

消费明细		消费内容	消费水平(万元)
大宗消费	新房首付	县城购房费用	20
	装修	家具、家电等费用	15
	私家车	购车费用	10 ~ 20
	婚礼	婚宴、婚庆等费用	10
	彩礼	男方家庭支付给女方的结婚礼金	10 ~ 20
	合计		一次性支出约:55 ~ 85
日常消费	基本生活	水电、物业、燃料等费用	2.4 ~ 5
	房子贷款	贷款约 10 ~ 15 年	1.2 ~ 3.6
	汽车	汽油、保养费用等	1.2 ~ 2
	人情往来	婚丧嫁娶、逢年过节等人情开支	1 ~ 2
	抚育孩子	妇婴用品、教育等费用	1.2 ~ 2
	休闲娱乐	子代购物、旅游等费用	1 ~ 2
	医疗	门诊医疗费用	不定
	通讯	手机话费	0.6
	保险	新农合等费用	不定
	生产费用	农资、农机、灌溉等费用	不定
	合计		每年支出约:8 ~ 15

说明:由于每项消费数目具体到各户不一,因此消费水平多为约数形式,该表从总体上反映出农民家庭的消费水平,因而具有重要参考意义。

一般来说,农民家庭年总收入用来支付进城后的日常开支是够的。但如果同时用来支付关键环节的大宗消费以及进城后的发展性消费和享受性消费,则远远不够。在城镇化背景下,农民家庭消费需求扩张而支付能力不足的困境集中表现为:各种刚性消费及其扩张使得进城农民家庭收支处于脆弱平衡甚至收不抵支的状态,家庭应对风险和波动的能力不足。虽然绝大多数农民家庭都会为了顺利完成家庭再生产提早储蓄,但也难以弥补家庭支付能力与消费需求之间的落差,很多家庭要通过透支型消费完成家庭再生产。

三、迈向透支:农民家庭消费策略

布迪厄认为,在以家族、氏族、部族等血缘为基础的群体中,为自己群体的生存和延续发展出很多策略,比如婚姻策略、教育策略等[19]。麻国庆认为,家庭策略是将家庭作为一个整体的能动的

主体,讨论家庭在社会变迁过程中主动应对的策略[20]。本文采用消费策略一词意在强调农民家庭作为消费单元的能动性和整体性。在城镇化背景下,农民家庭对家庭资源和个体消费需求进行统筹,最终将有限家庭资源集中用于实现扩大化的家庭再生产。通过最大限度地调配各种资源,甚至是透支家庭资源,农民家庭实现进城目标。

(一)农民家庭的经济透支状态

城镇化背景下,农民家庭普遍依靠借款实现家庭再生产,"透支"成为农民家庭消费的重要特征。通常而言,"农民家庭的消费具有周期性特征,农民家庭的消费需求,取决于农民家庭再生产所处的阶段"[21]。在传统时期,简单家庭再生产主要包括结婚成家、生子教子、子代成家、给父代养老送终等环节,农民家庭消费据此展开,呈现出周期性"储蓄—消费"状态。通过有限的货币积累加上村庄人情互助,家庭得以平滑地完成家庭再生产。在城镇化的背景下,农民家庭需要扩大化再生产,无论是子代结婚,还是孙代接受教育,都要到城市购买商品房,进城买房成为整个家庭再生产的关键环节和集中目标,传统消费节奏发生改变:在进城买房和子代结婚之前,家庭通常会经过很长一段时间的集中积蓄,不过,由于消费货币化程度很高以及消费的扩张,绝大部分农民家庭即便穷尽积蓄,也无力应对消费压力。

在家庭再生产目标驱动下,绝大部分农民家庭通过透支消费完成家庭再生产完成。农民家庭的透支消费主要发生在家庭再生产的关键环节比如子代结婚,是家庭集中大宗消费时刻。此外在日常生活也会发生透支消费,比如购买奢侈品等。农民家庭透支消费有两种方式,一是向亲友借钱完成消费。农村传统就有在关键时刻人情互助的传统,不过当前的人情互助主要为经济互助,无法通过劳动力互助来抵消,它能够帮助缓解一时的经济困境,但无法减轻消费压力。经济透支的另一种方式是向各种金融机构借贷,比如分期付款、小额借贷等,当前种类繁多的贷款方式正是伴随着农民消费转型兴起的。

农民家庭的透支消费意味着传统"重积蓄、轻消费"逻辑发生了改变。研究表明,中国农民家庭的储蓄率一直居高不下[22]。在传统时期,农民家庭高储蓄与低消费同时存在,由于农业生产风险高、货币收入少,农民必须精打细算、注重积蓄以应对可能的风险。此外,传统农村消费市场不发达,农民生活以自给自足为主也是低消费的客观原因。但是,随着城镇化发展,农民家庭消费转变为"高储蓄、高透支"的样态,农民家庭的高储蓄是农民家庭消费转型和消费能力不足的产物,即便储蓄很高,但是透支仍然存在。在透支之后,为避免破产,农民家庭会通过"苦干"和继续积蓄来偿清债务,这意味着家庭在经济透支的同时也伴随着劳动力的透支,父代要延迟"退休"时间,子代则要自我"压榨"劳动力。

(二)农民家庭仍保留一部分农业"自给经济"

"自给经济"是指农民自己生产自己消费的那一部分经济。在当前,进城农民家庭消费中仍有相当一部分是通过自给小农经济来满足的,这部分消费通常很难换算成货币支出,同时也很少通过相关统计数据显示出来。"自给"消费的主要内容通常是生存性消费,包括粮油、蔬菜、家禽畜肉蛋奶等,以农民自己种养的农副产品为主。

对农民家庭来说,在进城后仍然保留部分农业"自给经济"非常重要。一方面,它能够以低成本提供基本生活所需,农民就可以节省一部分开销,将有限资源用于其他能够提升城镇化水平的消费;另一方面,有了这部分基础性生活来源,农民就相当于有一份相对稳定的保障,即便普遍处于经济透支的状态,农民也不必过分担心经济破产而引发家庭风险。在晋南B村调研,很多中青年农民即便进城也仍然耕种农村的土地。晋南农民进城后仍然回村耕种,是因为单凭在县城务工的收入无力支撑起家庭在城里生活的消费,因此需要以农产品和农业收入作为家庭消费的补充。

农民家庭的农业“自给经济”主要以代际分工实行家庭劳动力分配制度来实现:在农民家庭,子代通常在城里生活,而父代则留守在农村,如果子代生了孩子,那么父代中的母亲就进城帮助子代照顾孩子,父代中的父亲则独自在村庄中生活。一般来说,留守在农村的父代会种一些口粮田,此外还会在房前屋后种一些蔬菜,养殖鸡鸭猪等禽畜;农闲的时候就在村庄附近打零工,赚取工资性收入。代际之间会定期或不定期在城乡之间往返,尤其是父代会经常将自产的农产品比如粮食、蔬菜、肉蛋等输送给居住在城里的子代,通过这种代际资源支持,子代在城里的消费压力得以缓解。

(三)农民家庭的代际“两栖”消费

“两栖”消费是收入有限情况下的个体消费适应策略,主要体现在两个方面:“一方面,拿出一部分钱满足部分消费需求,抑制住其他部分的需求;另一方面,在特殊的时间和空间上满足被调动起来的欲望,在其他时间或空间上则抑制消费”[23]。调研发现,在城镇化背景下,农民家庭内部的“两栖”消费以代际分化为特点,表现为“父代低消费、子代高消费”的家庭资源的不均衡分布,其中父代主动抑制个体消费需求,将家庭资源节省下来用于子代消费。代际“两栖”消费集中有限的家庭资源完成家庭再生产,强调的是家庭总体消费目标对于个体消费的统筹,其实质是父代对于子代的代际支持。

具体来看,父代的低消费主要表现在,父代在消费上秉持能省则省的态度,通常只维持最低限度的生存性消费以及一些其他必要开支。一般来说,父代主要依靠“自给经济”保证最基本的生活需要,农业生产获得的粮油蔬菜肉蛋等是其主要生活资料。父代几乎没有任何休闲娱乐的经济开支,其主要消费在人情往来,每年约为几百到几千元不等。此外还有少量的门诊医疗费用和农业生产费用。父代节省下来的资源主要用于两处:首先用于支持子代进城买房、结婚及在城里生活的消费。在子代买房、买车、办婚礼等大宗消费上,父代会倾尽毕生积蓄支持子代。在子代日常生活难以维持的时候,父代也会不定期接济子代。其次,父代积蓄用于自我养老,以便给在城市生活的子代减轻负担。

相较于父代尽力缩减消费,子代的消费颇为“阔绰”:一方面,子代在买房、结婚、子女教育等刚性消费上有迫切的需求;另一方面,子代还要在城里过上体面的生活,实现城里人认同,其消费以追求品味、体面、享受为主:譬如日常出行要有私家车;日常穿衣打扮要讲究品牌和潮流;休闲娱乐多首选旅游;婚礼要办得豪华上档次等。城镇化背景下,子代是家庭消费的主要力量,子代消费的城市化几乎耗尽家庭资源。

农民家庭的代际“两栖”消费以“恩往下流”的代际伦理为基础,本质上体现了家庭扩大化再生产中的代际合力。通过父代的节俭消费与家庭资源向下的代际传递,子代得以“进城”并过上相对体面的生活。对于中国农民来说,家庭绵延是农民人生终极意义之所在,帮助子代进城、娶媳妇,让子代在城里安定生活下来,是父代的责任。在家庭收入有限而进城成本高昂的情况下,父代愿意压缩个人消费需求,将有限的家庭资源集中用于支持子代进城消费。只不过,对于父代来说,这是为了完成“人生任务”,对于子代来说,这却纵容了他们向“消费主义”靠拢。

四、透支型消费的社会后果

相对于农民有限的收入和并不完善的社会保障来说,当前农民家庭的消费不是不足,而是过度。在这种过度的消费模式下,农民家庭普遍处于透支状态,因而农民家庭消费进一步升级的空间并不大。农民家庭的透支型消费给农民家庭带来一些消极的社会后果,并进而影响城镇化的质量。

(一)农民家庭消费的"内卷化"

农民家庭消费的"内卷化"是指,在城镇化消费中,尽管农民投入越来越多资源,但是对家庭发展促进有限,家庭很难靠更多消费支出实现发展的质变。其原因在于,城镇化的农民家庭消费以刚性消费和享受型消费为主,发展性的消费不足。对农民家庭来说,光是在城里买房、子代结婚两项就已掏空家底,进城之后,还要面对维持日常生活的消费。无论是为买房买车支付高额首付、为结婚而支付天价彩礼,或是为维持日常生活支付各项开销,都是以消耗性的消费为主。这些消费几乎耗尽农民家庭的资源,导致农民家庭很难有多余的资源投入到生产性和发展性消费中来,从而使得农民家庭发展的后劲不足。这种消耗性消费越多,家庭消费的"内卷化"越明显。

绝大部分农民家庭的发展性消费集中在子女教育上,不过这方面消费的增加难以产生预期效果。一方面,教育本身不仅与经济投入有关,还同家庭氛围、孩子综合素质等因素有关,教育的结果具有不确定性。另一方面,在当前农民家庭普遍进城的情况下,教育竞争实质是将从前在全县范围内的教育竞争集中到了县城范围内。进城农民子女获得了在县城读书的资格,但却无法明显提高农民子女入读好学校的概率。因此,在更为集中的县城教育竞争中,农民家庭即便是在教育投入上增加很多也不一定能够达到预期结果,教育投资对大多数家庭来说呈现出"高度竞争下的家庭投入内卷化"[24]状态。总的来看,县域范围内教育竞争催生的消费看似具有发展性,而实际上仍然是盲目的。

(二)农民家庭代际关系的异化

农民家庭过度消费带来家庭压力剧增,这种消费压力传递到每一个家庭成员身上,并最终带来代际伦理的异化。城镇化目标与农民家庭再生产目标的绑定激活了家庭伦理的文化韧性,在围绕进城展开的消费中,"恩往下流"、父代责任等传统家庭伦理影响着父代的行为。为了完成"人生任务",父代通过辛勤劳作和抑制个体消费需求,将家庭中的资源集中用于帮助子代,农民家庭表现出极强的代际合力。在但是在消费压力传导下,子代出现啃老行为,年轻子代夫妇合谋向父代索取资源的情况并不少见。在父代逐渐年老的时候,子代回馈给父代的资源非常有限。基于此,原本均衡的、反馈型的代际伦理逐渐异化为失衡的无反馈或弱反馈的代际伦理。

代际关系的异化导致老年人在家庭中的生活空间被挤压。一方面,老年人迟迟不能"退休",老年人只要还有劳动能力就要不断劳动,为未来的养老积蓄,如果丧失了劳动力,也要尽可能自养,为子女减轻负担。老年人的生存状态是"只要还能干,就往死里干"。老人养老通常是维持着最低限度的生活。另一方面,家庭进城压力也导致代际关系的理性化,经济成为影响家庭关系的主要因素,农村老人由于其生产能力弱,对家庭的经济贡献不多,被看作是家庭资源的消耗者,价值上也处于家庭的边缘地位,老人在家庭中说不上话。这种情况在以往会受到村庄舆论的约束,但在当前已经成为不言自明的共识。

(三)农民家庭传统生育观念受冲击

传统中国农民家庭的主导性生育观念为多子多福,不过当前这种观念已经逐渐发生改变。在农村调研发现,当前年轻农民的生育态度更为经济理性化。在家庭城镇化压力之下农民家庭的生育面临着资源匮乏的限制[25]。相较于在农村的低消费生活,农民进城之后,收入没有明显增加,但是生活成本大大增加,养育孩子的成本也大大增加。尤其是在当前县域教育竞争和阶层竞争激烈的情况下,进城农民家庭的劳动力分工和日常消费很大程度以孩子教养为中心,这进一步增加孩子养育的成本。在农村调研的普遍状况是,父代希望子代多生孩子,但子代却不愿意多生。老一辈尚且保留"只有缺吃缺穿,没有多儿多女"的生育观念,但是年轻人却宁愿精细化地养一个孩子,也不愿意粗糙地养多个孩子。在绝大多数普通农民家庭,生育理性化趋势已经很明显。在农民家

庭收入有限而消费不低的情况下,生育行为的理性化导致农民家庭生育意愿和生育率的下降,未来县城的生育率很可能不仅低于乡村,甚至还会低于大中城市,出现低生育陷阱。

五、结论与讨论

城镇化与农民家庭再生产目标的绑定带来农民家庭消费方式的转变和消费需求的扩张,农民家庭普遍面临着消费能力不足的困境。为了顺利完成家庭再生产,农民家庭采取“透支”经济、保留一部分“自给经济”以及代际“两栖”等消费策略,将有限的家庭资源集中用于实现家庭再生产的目标。相对于有限的收入和不够完善的社会保障来说,当前农民家庭的消费并不是不足,而是过度。农民家庭的这种过度消费促进了我国城镇化率快速提升,拉动了国家宏观经济的增长,但同时也隐藏着一些消极社会后果:一方面,农民家庭消费以消耗性消费为主,消费呈现“内卷化”状态,家庭持续发展能力有限;另一方面,家庭消费压力的代际传导导致代际关系从平衡反馈型向失衡弱反馈型转化,挤压老年人在家庭的生存价值和生活空间。此外,农民家庭的消费压力带来农民养育孩子成本增加,年轻农民生育意愿降低。

对进城农民家庭消费模式的考察发现,在城镇化背景下,农民家庭的高储蓄率是农民家庭高消费需求与有限消费能力的产物。农民收入有限而家庭再生产成本高昂,因此通过储蓄来满足消费需求。但在完成家庭再生产之后,农民家庭普遍处于经济透支状态。在此背景下,盲目扩大农民的消费需求会进一步造成农民家庭经济失衡,并带来不可预期的社会风险。基于此,城镇化背景下,扩大农民的消费需求应当兼顾经济效益考量和社会效益考量,如果一定要扩大内需刺激农民的消费,那么政策的落脚点应当落实在提升农民的收入和提高农民的社会保障水平上:一方面,应当积极创造条件,提高农民增收渠道;另一方面,应当重视农村和农业的社会保障性作用,着力提升农民的社会保障水平。只有农民拥有稳定的收入预期和社会保障,农民的消费潜能才能健康释放,经济内循环才能健康运转。

参考文献:

[1]杨华. 农村假货与农民消费的城市化转型[J]. 人民论坛,2019(18):65 -67.
[2]易行健,吴庆源,杨碧云. 中国城市化对农村居民平均消费倾向影响的收入效应与示范效应:2000 年——2009 年[J]. 经济经纬,2013(5):25 -29.
[3]周建,杨秀祯. 我国农村消费行为变迁及城乡联动机制研究[J]. 经济研究,2009(1):83 -95.
[4]韩留富,王丽琦. 优化农村消费环境与扩大农民消费需求——以浙江为例的实证研究[J]. 农村经济,2010(6):47 -50.
[5]蔡昉. 城市化与农民工的贡献——后危机时期中国经济增长潜力的思考[J]. 中国人口科学,2010(1):2 -10.
[6]陈学明,吴松,远东. 痛苦中的安乐:马尔库塞、弗罗姆论消费主义[M]. 昆明:云南人民出版社,1998:42 -43.
[7]余晓敏,潘毅. 消费社会与“新生代打工妹”主体性再造[J]. 社会学研究,2008(3):143 -171,245.
[8]金晓彤,崔宏静. 新生代农民工社会认同建构与炫耀性消费的悖反性思考[J]. 社会科学研究,2013(4):104 -110.
[9]桂华. “嵌入”家庭伦理的农民经济生活——基于华北与江汉地区农村的比较[J]. 中共宁波市委党校学报,2011(3):69 -74.
[10]费孝通. 论中国家庭结构的变动[J]. 天津社会科学,1982(3):2 -6.
[11]李永萍. 功能性家庭:农民家庭现代性适应的实践形态[J]. 华南农业大学学报(社会科学版),2018(2):44 -60.
[12]王德福. 中国农村家庭性质变迁再认识[J]. 学习与实践,2015(10):85 -91.

[13]衣俊卿,欣文. 日常生活批判:一种真正植根于生活世界的文化哲学——衣俊卿教授访谈[J]. 学术月刊,2006(1):150-156.
[14]贺雪峰. 南北中国[M]. 北京:社会科学文献出版社,2018:32.
[15]魏程琳. 中国乡村的去阶层分化机制与社会稳定[J]. 南京农业大学学报(社会科学版),2017(1):30-39.
[16]王旭清. 代际分化与城乡分异:中西部二代农民的阶层分化逻辑[J]. 当代青年研究,2020(3):46-53.
[17]费孝通. 江村经济[M]. 戴可景,译. 北京:北京大学出版社,2012:119.
[18]安永军. 中西部县域的"去工业化"及其社会影响[J]. 文化纵横,2019(5):79-87,143.
[19][法]皮埃尔. 布迪厄. 实践感[M]. 蒋梓骁,译. 北京:译林出版社,2003:234,296.
[20]麻国庆. 家庭策略研究与社会转型[J]. 思想战线,2016,42(3):1-6.
[21]吕德文. 基层中国:国家治理的基石.[M]. 北京:东方出版社,2021:5.
[22]万广华,史清华,汤树梅. 转型经济中农户储蓄行为:中国农村的实证研究[J]. 经济研究,2003(5):3-12,91.
[23]王宁,严霞. 两栖消费与两栖认同——对广州市J工业区服务业打工妹身体消费的质性研究[J]. 江苏社会科学,2011(4):90-100.
[24]蒋宇阳. 从"半工半耕"到"半工伴读"——教育驱动下的县域城镇化新特征[J]. 城市规划,2020(1):35-44.
[25]毛一敬. "全面二孩"何以不"全"? ——家庭转型视角下农村青年生育意愿研究[J]. 湖北行政学院学报,2020(5):67-74.

Strategies of Farmer Households' Consumption in the Context of Urbanization

WANG Li
(*School of Sociology*, *Wuhan University*, *Wuhan* 430072, *China*)

Abstract: Under the background of urbanization, the reproduction of farmer households is bound with the goal of urbanization, bringing about changes in household consumption patterns and increased consumer demand. Farmer households are generally faced with the dilemma of consumption expansion and limited ability to pay. Therefore, farmers' families adopt consumption strategies such as overdraft consumption, retaining a part of the self-sufficiency economy, and inter-generational "amphibious" consumption. By arranging family resources to the maximum, the family achieves the goal of expansion reproduce in a short period of time. The current consumption of farmers' households is characterized by overdraft consumption, which promotes the increase of urbanization rate and macroeconomic growth but brings about negative social consequences to family development. Based on this, the key to boosting domestic demand lies to increasing the income of farmers and the level of social security instead of blindly expanding farmers' consumption demand.

Key Words: county urbanization; family reproduction; consumption strategy; overdraft consumption; expanding domestic demand