

乡村消费升级，唤醒县乡经济新“蓝海”



中央经济工作会议提出,要把扩大消费同改善人民生活品质结合起来。有序取消一些行政性限制消费购买的规定,充分挖掘县乡消费潜力。县乡消费需求怎样释放?县乡消费热情为何高涨?还面临哪些成长的“烦恼”?如何去“烦恼”,激活县乡消费新潜能?这些都关乎乡村振兴乃至中国经济未来的走向。

在我国,大中城市被认为是促进消费的主战场。近些年,农村消费热情高涨。但与农村广袤的空间、众多的人口相比,还有较大成长空间,县乡海量的消费需求有待唤醒,可谓一片“蓝海”。

县乡消费需求不断释放

中国有2000多个县城、3.5万个乡镇。近年来,广大县乡居民消费热情不断高涨,消费需求不断释放,为中国消费持续增长增添新动力。钱袋子鼓起来,农民消费能力提高了。这些年,中国城乡居民收入相对差距进一步缩小,农村居民收入增长与消费增长速度均快于城镇居民。2012年以来,中国乡村社会消费品零售总额增速高于城镇增速,近年来总体规模一直维持在6万亿元左右。2020年,全国农村网络零售额达1.79万亿元,同比增长8.9%。

今年春节前,家住河南荣阳市豫龙镇的洪少兵在拼多多上给家里购买了一个扫地机器人。现在每天早上,洪少兵的母亲起床后,都会先打开扫地机器人,然后再给全家准备早餐。这样一来,等早餐做好时,家里的地面也变得干干净净。

拼多多平台数据显示,2020年县乡地区500元以上商品订单量同比增长长达79%,家纺、数码、户外等品类销售额增速超140%,智能家电、家居百货类产品成为热门,尤其是2020年“618”促销以来,拼多多上的3C数码产品中,县乡订单增速首次超过了一二线城市。

京东平台数据显示,2020年县域农村美妆、数码产品的成交额增长要高于线上全部用户的消费增速;疫情防控期间人们的健康意识增强,县域农村在滋补、营养等方面的消费也出现了大幅增长。

“县乡居民消费需求呈现品牌化和重视性价比并行的趋势。”拼多

多新消费研究院副院长刘中琪说,县乡居民愿意为部分品牌支付品牌溢价,主要体现在3C数码产品、家电、厨电、潮流服饰鞋帽等领域。旅游交通、教育培训、文娱等服务消费的分量在县乡居民生活中也越来越重。

基础设施的完善也是推动更多优质商品服务下沉到县乡市场的重要原因。截至2019年底,中国农村公路总里程超过400万公里,具备条件的乡镇和建制村已经实现了100%通硬化路;乡镇快递网点覆盖率达95%。2020年建成县级电商公共服务中心和物流配送中心2120个,村级电商服务站13.7万个。

“交通、通信、互联网等基础设施改善,乡村人才回流、品牌意识提升、地方政府积极推动等举措,都有利于提振县乡消费,未来县乡消费总体能力将进一步提高。”阿里乡村研究中心秘书长左臣明说。

县乡消费热情为何高涨?

春节前,不少农户忙着购买年货,添置新物件。在山东临清市魏湾镇十里井村,村民李月普一家花了10万元,购置了一辆国产品牌汽车。“现在收入提高了,身边有很多村民买了小轿车,我也刚提了一辆,为家人遮风挡雨。”李月普说。

“春节马上到了,最近正在采购,给孩子买两身衣服,家中买点花土用来养花,挺喜庆的。”在魏湾镇中心快递领取点,前来领快递的丁马村村民王金菊表示。“现在网购太方便了,网上商品种类齐全,价格也实惠,我这个件才用了两天的时间就拿到手。”王金菊边拆包裹边说。

“现在,农民增收渠道多了,新的消费需求也多了。正值冬天,农忙变农闲。虽然地里没活,但农民们并没有闲下来。大家有出去务工的,有在当地工厂上班的,每个月收入至少4000元。随着快递业和互



■2021年2月3日,居民在江西省吉安市峡江县水边镇批发市场挑选节庆饰品。

陈福平 摄

联网的发展,网购也深入农村,成为农村消费新业态。过去一年我们镇平均一天接收的快递数就达3000件以上。”魏湾镇党委副书记、镇长魏薇说。

像魏湾镇一样,被激活的县域经济,已成为中国消费持续增长的新动能。

口袋越来越鼓,农民敢消费。2020年,中国农村居民人均可支配收入17131元,实际增速快于城镇居民2.6个百分点;农村居民人均消费支出13713元,实际增速快于城镇居民5.9个百分点。

“收入是消费的前提。农村居民收入持续较快增长,城乡收入差距明显缩小,农民潜在的消费需求被逐步唤醒,农村消费市场不断活跃,为我国消费增长提供了源源不断的动能。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛介绍,一方面,农村消费水平提升,城乡消费更加平衡,能够促进我国消费市场提质扩容;另一方面,在城市市场趋于饱和的消费品,在农村市场潜力巨大。

专家认为,激发和增加县乡群众可支配收入,完善社会保障成为挖掘消费潜能的一大关键。

“短期内疫情对居民消费有一定影响,真正激活消费潜能的关键不是简单地刺激消费或透支消费,而要解决制约消费持续增长的结构性问题。要坚持改革的思维,运用改革的办法,改善县乡居民就业质量,提高县乡居民的消费能力,消除消费后顾之忧,提升居民消费信心。”国务院发展研究中心宏观经济研究部副研究员杨光普指出。

“促就业增加收入是扩大消费的基础,完善社保有利于建立消费信心,优化收入分配结构,扩大中等

收入群体是解决扩大消费的重中之重。”中国政策研究会经济政策委员会副主任徐洪才说。

补齐县乡消费短板弱项

今年年初,商务部等12部门联合印发《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》,明确提出稳定和扩大汽车消费、促进家电家具家装消费、提振餐饮消费、补齐农村消费短板弱项、强化政策保障五方面任务。

通知的发布,聚焦激活县乡消费的大背景,更瞄准县乡消费诸多问题和短板。

从“成长”维度来说,随着腰包鼓起来,县乡消费明显提档升级;从“烦恼”维度看,农村市场商品质量不高,商品售前、售中和售后服务不配套,很多产品无法与农村潜在消费需求有效对接,仍然制约着消费需求释放。而“去烦恼”的过程,就是农村消费“挖潜”的方向所在。

专家指出,激活县乡消费,要进一步完善农村流通体系,以扩大县城镇消费为抓手带动农村消费,加强县城镇商贸设施和到村物流站点建设。推动农产品供应链转型升级,完善农产品流通骨干网络。加快发展乡镇生活服务,支持建设立足乡村、贴近农民的生活消费服务综合体,把乡镇建成服务农民的区域中心。

为补齐农村流通基础设施短

板,商务部会同财政部、国务院扶贫办等部门深入开展电子商务进农村,累计支持1338个县,对832个国家级贫困县实现全覆盖;建设县级电商公共服务中心和物流配送中心2000多个,乡村电商站点14万个。

“为把更多优质安全的商品送到农村,各地供销社正在加快建设以县域为重点、现代物流配送中心为支撑的覆盖县、乡、村经营服务网络,发展生鲜社区店、智慧农贸市场等,建设具有生活超市、餐饮娱乐、农资销售等多种功能的经营服务综合体,以此来促进农村的消费升级。”全国供销合作总社常务理事、新闻发言人、合作指导部部长刘进喜指出。

让县乡消费火力持续强劲,既要有完善的“硬设施”作铺垫,更要有健康有序的“软环境”作支撑,营造风清气正的市场环境。营商环境,成为县域高质量发展的“隐形发动机”。

“要加强县城乡镇商贸设施建设,构建大型市场、流动集市和便利商超相互配合的网络,开发生产更多贴近农民的产品,让农民能买到品类多、品质好、品牌优的商品。”李国祥说,通过弥补缺失、补足短板,定会创造出更大的需求,释放蛰伏已久的消费潜能,让中国经济更有韧性。

(据人民日报、光明日报、中国青年报等相关报道整理而成。文字整理:陈祈)



【链接】

激活县乡消费，需要多个“抓手”

常识而论,大家都希望消费升级,但前提是“有钱”且“有闲”。只有这样,才能想去河南去河南,想去荷兰去荷兰。与农民强烈的消费愿望相比,农村消费升级还有不少梗阻待破解。最大的梗阻,不外是农民本身的收入以及农村公共服务这两大项。去年疫情期间,农民外出打工普遍推迟一个月左右,部分农民工外出后又再次返乡,疫情期间乡村休闲旅游业基本停摆,这些对农民收入影响甚巨。在尊重农民主体地位、尊重市场规律的前提下,

如何强化制度和政策创新,助力夯实农民增收的内生机制,是政府部门“打工人”的必答题。短期来看,让秋收的农产品卖个好价格,让农民工年底前顺利领到足额工钱,确保他们欢欢喜喜回家过年,底气十足地买买买。为长远谋,需要下大力气优化村庄整治,而将村庄整治节约的用地指标入市,有望释放农村市场的巨大需求。此外,还应减少因制度性因素而导致的流动人口规模。例如,取消或降低农民工进城落户的限制,将落户的农民工和家

属纳入城市保障房覆盖范围,将城市无本地户籍的人口纳入本地社会保障系统中,确保他们安居宜业,进而促进和巩固城乡区域平衡发展。可以说,消费政策貌似在消费端,实则是在供给端。此次疫情,暴露出消费产品、消费服务上的诸多短板,城乡治理、公共产品供给方面的不少瑕疵。而弥补缺失、补足短板,定会创造出更大的需求,释放蛰伏已久的消费潜能。有亮度、有温度的消费潜能,会让中国经济更加有韧度、有气度。

张军波

