

## 央地协同推进 下好县域商业体系建设这盘棋

2023年中央一号文件提出,要“加快发展现代乡村服务业,全面推进县域商业体系建设”。在商务部近日举行的新闻发布会上,商务部新闻发言人束珏婷表示,去年全国农村网络零售额达2.17万亿元,同比增长3.6%。各地依托电子商务进农村项目,深挖特色农副产品,大力发展直播、电商等新业态,帮助农民实现就业增收。商务部将在前期工作基础上,实施“县域商业三年行动计划”,力争到2025年在具备条件的地区基本建立较为完善的县乡村商业网络体系。

## 建设取得积极成效

县城一头连着城市市场,另一头连着农村市场,在我国城市经济结构中处于承上启下的关键节点,时刻牵动着整个国家的经济命脉。近几年,在新型城镇化战略布局下,核心城市群规划落地实施,县城与城市、农村之间更加紧密。在居民收入、消费能力、消费意愿等方面,三四线城市与一二线城市差距正不断缩小。消费下沉趋势不断突显,为县城商业的发展提供了更多机会。

束珏婷表示,加强县域商业体系建设,是全面推进乡村振兴的重

要内容,是促进农民收入和农村消费双提升的重要举措。商务部会同有关部门加强政策支持,指导各地深入推进县域商业体系建设。当前,推进县域商业体系建设已取得四方面积极成效。

一是县乡村商业网络不断完善。2022年,全国建设改造县城综合商贸服务中心983个、乡镇商贸中心3941个。不少“乡镇大集”、便民超市经过改造,环境焕然一新,功能更加完备。

二是农村物流配送体系持续健全。2022年,全国支持建设改造县级物流配送中心506个、乡镇快递物流站点650个。通过整合物流资源、发展共同配送,推动让农村物流成本逐步降下来、配送速度快起来。

三是农村电子商务创新发展。2022年,全国农村网络零售额达2.17万亿元,同比增长3.6%。各地依托电子商务进农村项目深挖特色农副产品,大力发展直播电商等新业态,帮助农民实现就业增收。

四是农产品流通效能进一步提升。2022年,全国支持升级改造878家农产品零售市场,建设12家公益性农产品批发市场,新增冷库库容96万吨;全国农产品网络零售额

5313.8亿元,同比增长9.2%。“骨干批发市场+零售市场+农产品电商”的多层次农产品流通格局不断完善。

## 央地加强战略协同

改善县域消费环境,加快完善县域商业体系建设,是全面推进乡村振兴、推进现代流通体系建设、推进以县城为重要载体的城镇化建设的重要举措。国家高度重视农村消费与县域商业体系建设。对此,央地加强战略协同将充分挖掘包括农村消费在内的国内市场潜力。

2022年《政府工作报告》强调,要“加强县域商业体系建设,发展农村电商和快递物流配送”。同年3月,财政部办公厅、商务部办公厅和国家乡村振兴局综合司印发《关于支持实施县域商业建设行动的通知》,通过支持完善县乡村商业网络、物流配送等基础设施,为实现市场主体“三个下沉、一个上行”创造条件。同年4月,国务院办公厅印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》强调“建立完善县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业体系”。同年5月,国务院印发的《扎实稳住经济的一揽子政策措施》明

确提出“支持实施县域商业建设行动”。此后,商务部等部门也先后发布了《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》和《县域商业建设指南》,以更好地指导和规范各地县域商业体系建设、促进农村消费工作。

为进一步加快推进县域商业体系建设,畅通工业品下行和农产品上行渠道,促进农村消费和农民增收,地方上也先后提出了新要求。

例如,江西近日印发了《关于全力做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的实施意见》,提出实施县域商业建设行动,完善农村商业设施,健全县乡村物流配送体系,加强农产品物流骨干网络建设,培育农村物流服务品牌,推广“农产品+大同城”寄递服务,推进农村客货邮融合发展。

## 全面推进提质增效

第七次全国人口普查显示,县域常住人口7.4亿,乡镇和村级消费市场占全国总体消费市场的38%。

时代的风向标下,加强县域商业体系建设,是实现扩大内需、支持乡村振兴的重要举措。

着眼未来,提质增效将成为县

域商业体系建设的重要目标。束珏婷表示,在前期工作基础上,商务部将认真贯彻落实中央一号文件精神,会同各相关部门加强政策协同,实施“县域商业三年行动计划”,力争到2025年,在具备条件的地区基本建立较为完善的县乡村商业网络体系。同时,培育一批县域商业典型标杆,改造升级一批“乡镇大集”、农村新型便利店,打造一批县域商业典型县,发挥示范引领作用。大力发展直播电商、即时零售等新业态,推动农村电商高质量发展,带动农产品上行和农民增收。

县域经济是中国促消费扩内需的重要基本盘,县域商业体系完善、消费活力旺盛,是中国经济发展的底层驱动力,而即时零售作为一种有效提振消费需求、盘活实体零售的新模式,可以有效激发本地消费潜力、吸纳人才回流,盘活县域实体经济。

中央经济工作会议提出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。随着消费者对品质生活的要求提升,县城商业配套设施日益完善,即时零售等新业态正在县域悄然生长,消费业态创新正在成为经济复苏的“强力引擎”。

蔡佳文

[点击]

村民变演员  
温州韩埠村增收致富新玩法

温州人到底有多客气?永嘉县桥下镇韩埠村村民用“短视频”语言进行了演绎。视频中,两位农妇用带着浓浓本地口音的普通话,一来一往互送人情,这家送了菜,那家马上要还回去一袋米……这是来自“温州一村人”视频号里的内容,收获了10.5万的播放量。

韩埠村从2022年10月底推出“温州一村人”抖音视频号,村民自导自演土味短视频,短短三个多月,收获上百万点击量,成了当地小有名气的网红账号,探索出一条致富新路子。

韩埠村,因瓯江埠头而得名。近年来,韩埠村大力发展农村电商,将直播间搬进村办公楼,引导村民在淘宝、京东、阿里巴巴、抖音等电商平台开设网店100多家,带动村集体经济经营性收入超百万元。但很快,韩埠村的发展遇上了瓶颈。“我们村的主营产业是教玩具,电商带货,打开了部分中小型教玩具的销路,吸引了一些散客,但大型教玩具主要针对开发商、学校等主体,普通的直播带货很难拉动消费。”永嘉县桥下镇韩埠村党总支书记林游介绍。

后来短视频平台兴起,林游逐渐产生了制作展示村品牌和文化视频的想法。于是,他带领村两委通过实地走访、民主议事等方式积极听取村民意见,最终确定拍摄“温州一村

人”视频,并得到了桥下镇党委与政府的支持。

“现在短视频平台上大部分是个人IP或者三五个人这样的团体IP,我们要做的是整个村,全村村民都能参与进来,一起把我们村知名度打开,就像电视剧《温州一家人》那样,展现我们村民开拓创业的精神。”林游说。

“温州一村人”上线三个多月,播放量迅速增长,在短短的两个星期里涨粉量超过8000,现在账号的粉丝量每天都在以几百人的速度增加。

视频账号火了,也带火了参演的村民。

林德金是最早加入的拍摄演员之一,起初,他认为自己形象不佳,心里比较自卑,在林游多番劝说下,才勉强同意加入拍摄。没想到网友对他的表演非常认可,如今,林德金已经是“老演员”了,空闲之余,还会指导其他村民拍戏。

对于“温州一村人”下一步的发展,大家信心满满。

下一步,韩埠村将继续打响“温州一村人”“九里韩埠”“西溪小院”品牌,通过继续拍摄情景剧引流,拓展直播带货形式,为村民提供就业渠道,为中、小、微型企业提供展销平台,实现流量增加和产品变现的目标,探索出一条可借鉴、可复制的新农村特色的短视频致富之路。

许雅晶 张嫣彬



## 五常大米品牌建设路探析

[核心提示]

“一餐五常米,浑忘酒肉香”。自2003年原国家质检总局批准对“五常大米”实施原产地域产品保护至今已有20年,经过品牌创建、开发、运用、保护、管理,五常大米已成为黑龙江省的一张优质农产品名片。目前,五常市大米加工产业集群已经形成,大米销售渠道得到明显拓宽,市场消费呈现高层次化,终端市场销售价格显著提升。在2022中国品牌价值评价榜单中,品牌价值达710.28亿元,连续7年蝉联地标产品大米类全国第一。五常大米如何在20年间成就“老字号”的新辉煌?

详见>>>7版