

挖掘县乡消费潜力激活乡村振兴“蓝海”

党的十九届五中全会提出，要畅通国内大循环，依托强大国内市场，贯通生产、分配、流通、消费各环节，形成国民经济良性循环，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。作为国内消费市场的重要组成部分，庞大的县乡消费市场被视为提振内需的“潜力股”、促进国内大循环的“推动力”。释放县乡消费需求，应补齐基础设施短板，完善供应链网络，多措并举促进县乡居民创收增收，激活县乡消费“蓝海”。

一、县乡消费蕴含巨大潜能“蓝海”市场有待深入挖掘

随着乡村振兴战略的实施以及县乡居民收入的提高，庞大的县乡消费市场日渐活跃，消费力量日渐强劲。然而县城乡村仍存在基础设施待升级、物流体系待完善、人才引进待加强等问题，县乡居民收入仍有待继续增长、消费市场有待充分挖掘。

（一）县乡经济迅速发展，消费“富矿”亟待挖掘

近年来，随着新型城镇化建设和乡村振兴战略的深入实施，县乡经济迅速发展，基础设施和公共服务不断改善，县乡居民收入水平持续提高，居民消费观念与消费需求结构也在不断变化，消费品质逐渐升级，为县乡消费市场增长提供了强劲动力和广阔发展空间。

国家统计局数据显示，2021年，全年农村居民人均可支配收入达到18931元，实际增长9.7%，高于城镇居民收入增速2.6个百分点；农村居民人均消费支出15916元，增长16.1%，扣除价格因素，实际增长15.3%，高于城镇居民4.2个百分点；农村居民消费水平也从2012年的6573元上涨到2021年的18601元。农村居民人均可支配收入和人均消费支出的持续增长无疑为促进县乡消费增长、释放消费活力增添了砝码，县乡消费正成为国内消费增长的“新一极”。

（二）县乡市场有待深耕，消费潜力有待激发

根据国家统计局公布的数据，按经营单位所在地分，2021年城镇消费品零售额381558亿元，乡村消费品零售额

59265 亿元；截至 2021 年末，我国乡村人口约 4.98 亿，占全国总人口 35.28%。这意味着占全国总人口 35%左右的乡村居民的消费品零售额仅占 13.44%，乡村消费市场仍有很大增长空间。但是，目前县乡居民消费潜力仍未能有效释放，潜力激发面临诸多困境。

一方面，县乡基础设施较为落后，物流供应链存在断链情况。农产品出村进城作为县乡居民增加收入的关键手段，已成为释放县乡消费潜力的重要出发点。农产品出村进城需要一个包括预冷、储存、检疫、运输、销售、信息化服务在内的全链条冷链物流体系，需要完善的冷链基础设施建设为支撑，包括产地冷藏保鲜设施、连接城乡的高效冷链运输网络、城市冷链集配中心等。但现阶段，县乡冷藏保鲜设施较少、冷藏车难以直达田间地头，冷链运输过程中还有断链等现象，导致“最初一公里”和“最后一公里”损耗率高，成为农产品出村进城的瓶颈，进而导致县乡居民创收困难、县乡消费潜力激发受阻。

重庆市人大代表、秀山县洪安镇三阳村党支部书记陈远

辉说，目前特色优质农产品区域产地的市场发展滞后，不少县乡缺少预冷库、保鲜库、冷藏车、电子结算等基础设施，很多农产品基地、农产品加工及龙头销售企业都缺乏适度规模的农产品仓储冷链设施，不能发挥仓储冷链设施助力产品销售和附加值增加的优势。一些县乡企业在农产品收购旺季，因仓储冷链设施缺乏，既不能有效调节市场供求，又不能实现储存增值、加工增值，阻碍县乡居民增收创效和消费潜力激发。

另一方面，县乡人才引进与孵化困难，新型农业运营能力滞后。随着电商平台下沉、直播带货兴起，不少县乡居民把直播间搬进自家果园和农田，把直播做成开源增收的“新农活”。但发展县乡电子商务面临高端人才引进难、本地人才孵化慢、仓储物流运营能力不足等现实问题，阻碍县乡居民直播创收、县乡消费潜能释放。

陈远辉说，县乡农产品运营方面主要存在三个短板。一是农业企业普遍规模偏小、供应产业链偏短，致使农产品仓储冷链运营涵盖面不广，运营水平偏低。二是仓储保鲜冷链

意识、硬件设施、人才储备、运营能力和经验严重不足。现存仓储保鲜冷链设施规模偏小、水平偏低，缺乏经营意识，规范标准衔接不紧密、不成体系。三是农业企业现存仓储保鲜冷链设施利用效率低，对农产品价值链贡献率不高。

二、多地实践经验不断涌现推动县乡消费提质升级

为充分提高居民收入水平、挖掘县乡消费潜力、改善县乡消费环境、促进县乡居民消费，全国多地采取多种创新措施，不断推动县乡消费扩容提质升级，为县乡经济发展和居民收入增长带来了新变化、新机遇。

（一）基础建设保增收，快递冷链稳消费

经济起飞离不开基础设施建设的助推，提高县乡居民收入、开拓县乡消费市场离不开仓储冷链系统、物流快递等基础设施的支撑。2022年1月，商务部流通发展司、国家邮政局市场监管司发布的《关于加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系有关工作的通知（征求意见稿）》提出，要升级改造一批县级物流配送中心，促进县域快递物流资源

整合，建设一批县乡电商快递协同发展示范区。随着新农村建设的推进，县乡基础设施建设逐步实现了“换挡升级”，并不断创新体制机制，切实搭建好县乡经济发展、居民创收提效的“脊梁骨架”和“血脉通道”。

据重庆市商务委员会介绍，近年来，重庆逐步建成市、区（县）、镇（乡）三级冷链物流体系。在中央财政资金支持下，重庆重点推进了冷链物流信息化建设和标准化建设项目 202 个，新建冷库库容 3042310 立方米，购置冷藏车 419 台，进一步完善和升级冷链保鲜仓储硬件设施，推动水产、肉类、水果、蔬菜冷链流通率提高 40%，冷链运输率提高 30%，流通环节损耗率下降 10%。农产品仓储保鲜冷链运营水平显著提高，城乡冷链流通效率明显提升，有效缓解了农产品流通“最初一公里”的瓶颈制约，改善了县乡消费环境，促进了县乡居民收入提高、县乡消费扩容升级。同时重庆重点支持区县农产品冷链物流设施项目建设，帮扶贫困区县和特色优势农产品主产乡镇全域覆盖建设集配中心和小型冷库，推动了农产品流通的转型升级、农产品产后商品化处理设施设

备使用效率的改善提升、产地农产品冷藏仓储能力的发展提高。

辽宁省鞍山海城市作为辽南交通枢纽，拥有西柳服装、南台箱包等专业市场，当地物流业及电子商务的快速发展，为打通产品上行“最初一公里”和下行“最后一公里”奠定了良好基础。据海城市商务局副局长吴峰介绍，借助获批“国家级电子商务进农村综合示范项目”的契机，海城市高标准建设了面积 4800 余平方米的快递共配中心，整合邮政、申通、圆通等快递资源并规划了 8 条配送线路，形成以市级共配中心为集散地，镇级物流服务站为中转中心，村级物流服务站为终端收发的市、镇、村三级配送体系。

海城市邮政分公司市场营销部经理侯宪成说，依托邮政覆盖乡镇的配送网络，快递公司无需在村里设立独自站点，一名快递员就可以把多家快递公司的快递包裹统一送达，不仅节约了运输成本，还缩短了快递到达村民手中的时间。目前，该快递共配中心日收发快递 30 余万件，占全市快递总量的 50% 以上；有 83 名邮政员工奔走在镇村一线，快递进

村覆盖率达 80%以上。

重庆市和海城市均以项目实施为抓手，切实加强冷链保鲜仓储、物流配送网络等基础设施建设，在提升县乡居民收入、释放县乡消费潜力、促进乡村振兴方面收到较明显效果。

（二）商业体系畅产销，收入消费双提升

仅仅提升基础设施还不足以让农民最大限度增收，广大县乡要继续促进产业升级和产业融合，把供应链纵向下沉至县乡，重塑县乡产业供应链体系，完善品牌、标准、溯源、包装、配送、渠道等各环节，不断探索源头直供、本地直采直销的供应链新模式，让农产品在市场中实现“供需直链”。将区域企业、县乡小店、新农业人与消费者链接在一起，消费者线上下单，然后从田间地头直接配送到家，实现产地直达餐桌的最短链路，并为消费者提供优质低价、省钱省心的生活消费体验，助力众多农产品打开新销路，从而提高县乡居民收入、释放消费潜力。

2022 年 4 月，财政部、商务部、国家乡村振兴局联合发布《关于支持实施县域商业建设行动的通知》，提出要建立

以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的县域商业体系，使城乡生产和消费连接更加紧密，工业品下乡和农产品进城渠道更加畅通，农民收入和农村消费持续提升。

在中华全国供销合作总社下属的新合作商贸连锁集团有限公司支持下，“城乡联动、村企挂钩”的县域商业流通模式在江苏省苏州常熟市迅速铺开。当前，这种模式已覆盖常熟市 100 多个行政村，不仅线下开设镇村小店 50 多个，还推出线上微店，可配送商品种类达 500 多种。江苏新合作常客隆连锁超市有限公司是新合作商贸连锁集团有限公司的参股企业，近年来已在常熟市内开设超百家门店，其中卖场、超市超 50 家，基本覆盖常熟市内所有镇村。

依托常熟市供销合作总社，常熟积极推动县域商业体系建设，促进产品流通渠道畅通和农民收入、县乡消费双提升。

（三）直播电商新业态，创收增效促消费

电子商务、直播带货等消费新业态风靡全国，扩大了农产品销售覆盖范围，大大解决了农产品滞销问题，成为推动县乡居民收入提高、助力县乡消费的“新引擎”。

王庄“头藤”西瓜、董浜筒管玉丝瓜、董浜黄金小玉米……这些江苏省苏州常熟市当地的土特产，借助美菜网、每日优鲜等大型电商主体，抖音直播、淘宝直播等新业态新方式，不仅打出了品牌，还成功“出圈”，成为受到追捧的网红产品。常熟市海明现代农业发展有限公司以生产让老百姓消费得起的有机蔬菜为目标，在常熟市政府引导下，积极开展互联网“云端”营销模式，与盒马鲜生、叮咚买菜、每日优鲜等生鲜平台合作，开展有机蔬菜网销配送，将产品打入了一线城市消费市场。

借助电商平台，新疆农特产品走向全国市场乃至世界各地，区域品牌影响力不断扩大。新疆许多县市已经搭建起以发展县乡电子商务为核心的电子商务公共服务中心，各地可以通过线上平台进行产品展示和直播带货；许多农民逐步掌握了直播带货、线上销售的技能，一些农民还成了小有名气的网红。据新疆大学经济与管理学院、新疆数字经济研究院等提供的数据，2021年新疆涉农企业电子商务普及率为51.38%，自建网站普及率为48.99%，合作的第三方平台主要

有淘宝、天猫、京东等，分别占 60.27%、47.95%、47.95%。

宁夏持续以数字赋能破解农产品销售难题，让越来越多乡村产业和农货“触网”升级。2015 年以来，宁夏商务厅创新实施县乡电商“筑梦计划”，建立衔接畅通的物流配送体系，在全国率先实现电子商务进农村省域全覆盖。截至目前，宁夏共有 15 个县（区）被国家确定为电子商务进农村综合示范县，全区乡村电商服务站点达 1139 个。2021 年，宁夏农产品网络零售额达 108.76 亿元，同比增长 24.97%。

贺兰县商务和投资促进局局长张翠说，近两年受疫情影响，许多外地企业无法来贺兰县实地考察，贺兰县创新开展“屏对屏”“线连线”的“云促销”活动，推动本土农产品生产基地、合作社等与区外农产品批发市场、商超集团、经销商相互增进了解，为企业搭建产销对接桥梁，有效保证了下游企业供应链稳定和本土农产品生产企业销售链畅通。

得益于直播电商新业态，县乡居民逐渐培育出“数商兴农”新模式，助推县乡优质农产品、滞销农产品销售，闯出电商农业致富路。电商直播、“数商兴农”已成为拉动县乡

经济增长的重要引擎、助力县乡居民增收的重要抓手和推动县乡消费的重要力量。

（四）县乡旅游展优势，增收消费新途径

随着乡村基础设施日益完善、乡村环境日新月异，乡村旅游业逐渐走热，全国兴起了一大批乡村旅游重点乡镇、重点村以及全国休闲农业和乡村旅游示范点。乡村旅游作为带动县乡收入提高生力军的重要作用日益凸显。乡村旅游业以农业龙头企业、农民合作社、县乡集体经济组织、家庭农场等为主要载体，依托一产资源，融绿色循环农业、创意农业、农耕体验、休闲度假、文化传播、科普教育、养生养老、旅游观光、众筹认养、产品展销、美食民宿等于一体，为城乡居民提供假日乡村休闲旅游与消费新去处，也为周边县乡居民收入提升提供新途径。

通过释放乡村旅游的消费“热力”，原来“只知埋头种地”的村民有了新职业，民宿“管家”、农家饭厨师、停车场管理员……不少群众在家门口吃上了“旅游饭”、走上了致富路。近年来，宁夏充分发挥文化旅游产业富民增收的“桥

梁”作用，打造了覆盖全区县乡地区的 53 条精品线路、37 个全国乡村旅游重点村（镇）、76 个宁夏特色旅游重点村（镇），乡村旅游人数和旅游收入连续 12 年保持两位数增长，2021 年实现接待游客 1655 万人次、旅游收入 11.37 亿元，同比增长 21%和 18%，带动 10 万余人就业。位于宁夏西海固地区的西吉县龙王坝村，6 年累计接待游客 102 万人次，实现旅游收入 1.2 亿元，村集体年收入 120 万元，人均纯收入由 2016 年的 2300 元增长到 2021 年的 14000 元。

黑龙江省各地也把发展乡村旅游业作为提高县乡居民收入的重要路径，设计推出多条独具特色的乡村旅游精品线路。其中，海古寨风情园 - 龙鸿山庄汽车营地 - 丽水庄园 - 中国土改文化第一村 - 亚布力镇青山村哈尔滨民族风情民俗文化特色村寨休闲 3 日游等 5 条线路入选国家文化和旅游部、国家发展改革委规划的“体验脱贫成就助力乡村振兴”300 条乡村旅游线路。因小说《暴风骤雨》而闻名全国的“中国土改文化第一村”尚志市元宝村，近年来受到广大游客青睐，成为黑龙江乡村旅游的一个知名“打卡地”，也成为当

地居民创收增收的“根据地”。

哈尔滨市结合乡村振兴战略和拉动县乡旅游消费、促进县乡居民收入增长的目标，加强乡村旅游规划设计和品牌打造，对乡土民俗风情进行深度加工和创新设计，挖掘特色内涵，以“住农家屋、吃农家饭、干农家活、享农家乐”为标签，结合民族传统、饮食文化等特点，打造了独具特色的民宿、农家乐产品。目前，哈尔滨市有宾县宾州镇友联村和尚志市鱼池乡新兴村 2 家全国乡村旅游重点村；尚志市鱼池乡新兴村、五常市卫国乡长安村、通河县凤山镇青山村、通河县富林镇林胜村、延寿县玉河镇新城村 5 家省级乡村旅游重点村。2022 年，哈尔滨市将继续推荐 13 家乡村旅游村参评新一批省级乡村旅游重点村。

（五）发放惠民消费券，释放消费新活力

消费券作为实现经济政策的重要工具，可以提振市场信心、激活消费潜力、推动企业达产达效。消费券的拉动效应不仅体现在城市中，还下沉渗透到县乡一级消费市场。县乡的消费者不仅可以“提券”进城消费，也可以用券就地消费。

黑龙江省支持各市（地）因地制宜制定拉动和鼓励消费的政策措施。省级财政根据各市（地）政府消费券实际投入情况，对哈尔滨市和大庆市给予实际投入金额 30% 补助，其他市（地）给予实际投入金额 50% 补助。省级财政安排资金对符合条件的当年度新增批发、零售、住宿、餐饮限上企业每户一次性奖励 30 万元，奖励资金实行省市分担机制，省级承担 70%，市（地）承担 30%。

在政策支持下，2021 年齐齐哈尔市采取了“政府+企业+金融”的联动方式，组织开展“雪映鹤城·惠动热购”促销专项活动，在家电、家居、百货商超、手机等领域投放政府优惠消费券 400 万元，共计核销 280 万元，拉动消费比例 1:8，其中县乡消费占比 60% 以上。

宁夏各市县商务部门均策划了绿色智能家电下乡、汽车下乡、名优产品展等多项乡村消费促进活动，推动乡村消费市场同频共振。固原市西吉县推出“西吉好吃头”系列活动，广泛征集和发掘具有独特传统技艺的当地美食，不仅激发出当地县乡消费潜力，还通过乡村旅游、电商平台走进城市，

丰富了更多人的消费选择。

三、多措并举提收入 多管齐下促消费

总结国内多省区市提高县乡居民收入、激发消费潜力的经验，业内人士建议，可从搭建基础设施、畅通服务渠道、增加农民收入三方面凝聚合力，释放县乡消费发展潜能，进一步带动县乡产业振兴、经济振兴、人才振兴。

第一，要加强县乡基础设施建设。一是重点优化适合县乡消费特点的信息服务基础设施建设。例如：有序推进农业农村、商务、民政、邮政、供销等部门信息服务站点的整合共享，推广“多站合一、一站多用”。鼓励开发适应县乡消费特点的信息终端、技术产品、APP 软件，丰富信息终端和服务供给。二是加大冷链保鲜仓储硬件设施建设资金支持力度。建议出台扶持政策，多渠道统筹整合资金支持各区县农业企业建设冷链保鲜仓储硬件设施，加大财政资金支持力度，统筹用好中央和地方专项支持资金，将涉农整合资金及专项债券统筹集中使用，同时建立完善投资保障、运营管理、

政府监管等运行机制。相关部门要落实保鲜仓储设施用地、用电、用水扶持政策，对需要集中建设仓储保鲜冷链设施的田头市场，优先协调安排建设用地指标，优先保障电力、水资源供应。

第二，要畅通农产品上行与工业品下行渠道。既发挥传统供销合作社系统资源，促进渠道和服务下沉，又要鼓励和引导大型商贸流通企业、电商平台和现代服务企业向县乡延伸，提供多样化消费场景，切实引导和满足县乡居民生活用品、农资农具、生产经营服务等传统的消费需求，以及信息消费、数字文化消费、网络娱乐、网络视听等新消费需求。

第三，要多渠道增加农民收入。一是切实提升县乡居民消费能力。例如：支持农业龙头企业、农民专业合作社以及种养大户、家庭农场等新型农业经营主体通过网络销售区域特色农产品。提升乡村旅游、休闲农业、文化体验、健康养老、民宿经济、户外运动等服务环境和品质，促进县乡居民新式收入提升。二是引导电商平台规范有序开拓电商分销渠道，用好社交电商、直播电商等新模式。大力发展县乡网络

购物消费市场，提高县乡居民收入，激发消费潜力。同时，
注意保护县乡低收入群体，保持县乡居民收入适当平衡。

执笔：

新华社中国经济信息社经济分析师 赵琳

参与调研：

新华社中国经济信息社李唐宁

新华社广西分社 何丰伦

新华社江苏分社 孙寅

新华社重庆分社 王松涛

新华社黑龙江分社 范迎春

新华社宁夏分社 苏醒

新华社新疆分社 郝玉

新华社辽宁分社 李宇佳

新华社河南分社 李文哲

编辑：

新华社中国经济信息社 张娜

编审：

新华社中国经济信息社王萌 刘驭

主 编：王 萌 联系电话：（010）88052735