消费视窗·县乡消费新亮点①

农民增收基础不断夯实，农村消费持续升级，市场潜力不断释放——

农民腰包鼓 乡村消费旺

本报记者 常 钦 李晓晴

挖掘县乡消费潜力，是扩大消费的重要着力点。改善县域消费环境、促进农村消费，是拉动内需、支持乡村振兴的重要举措。今年以来，随着农民收入稳步增长，扩大县乡消费的基础不断夯实，消费潜力进一步释放。近日，本报记者深入部分农村，探寻县乡消费新亮点，展现消费升级给农业农村发展和当地群众生活带来的新变化、新机遇。

——编 者

腰包鼓了，家里物件也跟着升级换代

来到山东东营市东营区牛庄镇何家村村民乔明洲家，干净整洁的农家院里，一辆新能源汽车和一辆电动三轮车很是显眼。“电动三轮没有车棚，一遇到刮风下雨，接送孙子上学放学总是揪心。”乔明洲说，汽车消费政策给力，购买新能源车还有补贴，他就在镇上买了一辆。

产业兴旺腰包鼓，给了乔明洲买车的底气。牛庄镇是农业强镇，蔬菜、瓜果种植面积不断扩大，当地农民人均年可支配收入超过2.4万元。

“腰包鼓了，家里物件也跟着升级换代。”乔明洲忙拉着记者进屋看看，变频空调、全自动洗衣机等家电一应俱全。“今年屋里还添了个‘大家伙’，超静音带除菌功能呢！”乔明洲指着客厅里的圆柱形立式空调说。

多重利好带动农民“购物车”升级。“强农惠农政策落地，为乡亲们的品质生活增色不少。”郑州大学商学院经济系主任沈琼说。走在何家村，汽车几乎成了家家户户的“标配”。“新能源车越来越多，村里正忙着建充电桩哩！”乔明洲说。

商业网络加快“补链”“补网”。东营区里建起大型购物中心，镇上还有综合超市，村里有便民商店，便民服务圈延伸到农户家门口。来到村头商店，新鲜蔬菜琳琅满目。“沾泥带水的，透着新鲜劲儿！”今年67岁的张庆泉老人正在挑选芹菜，菜篮里装得满满当当。

“网购需求旺盛，村里包裹数量不断增长。”每天一大早，何家村村民高文娟总会骑上三轮车，挨家挨户敲门送快递。以前村民网购的多是衣服、鞋子、书包文具等日常用品，现在，手机、平板电脑等新鲜物件多了起来，村里的不少老年人也开始学着上网购物。

在农村居民收入增长持续快于城镇居民、农村物流体系和商业设施不断完善等因素带动下，今年前三季度，农村居民人均消费支出同比实际增长18.1%，新产品、新服务推动生存型消费加快向享受型消费转变，县乡消费潜力持续释放。

产销对接畅，不断夯实农民增收基础，增添消费后劲

走进江苏宿迁泗阳县三庄镇尚然农场，草莓大棚里生机盎然，层层叠叠的叶子下挂满果子，乡亲们正在采摘草莓。草莓生长在连栋温室里的半空中，无土栽培、自动滴灌，空间充分利用，产量成倍增加。“空中草莓”也是农场负责人朱政的新招牌。

“质量就是市场，品牌就是竞争力。”朱政很重视打造农产品品牌，这两年先后申请两个商标，农场种植的草莓、葡萄先后通过绿色食品认证。

“随着消费不断升级，城乡消费者对农产品供给的最大关切是吃得安全、放心。”沈琼说，各地把增加绿色优质农产品供给放在突出位置，推动农产品标准化生产、品牌创建、质量安全监管，一大批绿色优质农产品扮靓百姓餐桌，拓宽乡亲们的增收渠道。

泗阳县委书记马伟介绍，顺应消费升级趋势，县里以农业产业结构调整为抓手，持续扩大农产品品牌富民效益。“三品一标”农产品（绿色食品、有机农产品、无公害农产品和农产品地理标志的统称）446个，“三品”农产品产量占比达80%。

水果做出牌子来，效益跟着涨起来。朱政的草莓、葡萄比普通水果的价格高出1.5倍，仍然供不应求，卖进了县里的各大生鲜超市。“等到盛果期，车来车往采摘草莓的人络绎不绝。春节期间菜市场、社区超市里不少鲜草莓都是从我这进货的。”朱政满面笑容。

餐桌连田头，消费带动生产。在四川南充南部县，绿意浓浓的山头上，黄澄澄的爱媛果冻橙点缀其间。丰收时节，梅橙香货种植基地种植户罗强的电话很忙，不少外省客户打电话询问认领果树情况。“消费者认养果树，我们精细化管理，全过程可溯源，等果子熟了发给认养人。”罗强介绍。

“每棵树的认购价一年399元，脐橙树找到了好婆家！”今年以来，各地已有4000多位消费者找罗强认养果树。“根据消费者心理，我们推出的‘生日树’‘家庭树’‘爱情树’也很受欢迎。”

“认养果树一举两得！既满足了市民享用绿色水果、体验农场生活的愿望，又解决了水果的销路问题，增加了果农收入，促进了乡村发展。”南部县农业农村局局长何会说，订单农业的销售模式实现了市场零风险、产品零库存，为当地发展壮大乡村产业注入新动力。

“产销对接畅，不断促进农民增收、夯实消费基础。”沈琼说，农产品上行顺畅，持续倒逼生产端优化升级，推动生产过程中的产品分级和标准化，提升生产效率和产品品质，农产品供应链加速向以销定产的供需模式转变，供应链条进一步缩短和优化，推动农业向数字化、智慧型转变。

手机成为新农具，直播成为新农活，田间地头变成直播间

“核桃个小作用大，核桃‘家族’向大家问好……”甘肃陇南市成县鸡峰镇金葡村，直播间里，“同谷家裕”电商部经理吕杨正卖劲儿吆喝。另一头，厂房里乡亲们分拣、包装，一箱箱琥珀核桃仁、核桃油等产品装进货车发往全国各地。

成县有着“中国核桃之乡”的美誉，但碍于深沟大山，核桃销路一直打不开。一根网线连城乡，当地依托电商把优势资源与全国大市场对接。“现在开车收货，快递发货，山里货运得出、供得上、卖得好。”

看到身边的变化，从小就跟核桃打交道的村民张会林发现新商机。“市场需要什么，咱们就生产什么！”张会林成立电商公司，随后“同谷家裕”品牌创立，团队研发的“琥珀核桃仁”成了网红爆款。如今，品牌入驻多家线上平台，一年销售额达1000多万元。

电商拓宽乡亲们的增收路。在张会林带动下，不少在外务工的人返乡创业就业，通过电商渠道销售农产品，大山深处的核桃、土蜂蜜、木耳等农产品借助网店卖向全国，产业持续发展壮大。如今镇里有核桃园1500亩，蜜蜂养殖800箱，带动27个村、2.8万人直接受益。

辽宁葫芦岛市绥中县发展苹果产业比较晚，市场没有完全打开，去年苹果上市后，价格从刚开始的两元一斤一路下滑，当地果农十分着急。后来，绥中果农将苹果带进快手平台上的果品经营直播间，通过短视频和直播的形式很快打开了销路。累计成交1500多万公斤，2000多家农户从中受益。

今年以来，我国农村电商持续增长，前三季度，全国农产品网络零售额3043.9亿元，同比增长1.5%。“手机成为新农具，直播成为新农活，田间地头变成直播间。”沈琼说，社交电商、直播带货降低了电商门槛，许多农民通过微信或直播方式销售自家农产品，消费场景进一步延伸，不少知名农产品涌现，农产品购买转化率提升明显。

好生态产出好产品，好风景也能变成好效益。冬日暖阳里，湖畔芦苇渐黄，灰白芦花绽放，江苏徐州市铜山区柳泉镇北村风景如画，吸引不少游客驻足拍照。今年52岁的村民刘畅看着乡村游火热，白天照顾果园和游乐项目，晚上变身网络主播，为家乡美景代言。“采摘收入、电商销售，去年全家总收入超过50万元。”

乡村旅游蕴藏着巨大的农村消费潜能。铜山区根据资源禀赋，分生态旅游、产业带动、山村风貌等6类进行村庄特色设计打造。如今，已建成6个省级特色田园乡村、10个市级特色田园乡村和190个美丽宜居村庄，一个个美丽村庄成为周边城市市民的旅游目的地。

为了吸引游客消费，区里请来旅游专家提升改造。古朴的石头院落，屋墙上装饰着船桨、斗笠，“山村味”与“渔家味”相得益彰，村里人跟着吃上了“旅游饭”。全村300多户1000多人从事旅游相关行业，开民宿、卖特产、开餐馆，旅游业年收入近1亿元。去年，全村人均收入4万余元，村集体增收100多万元。

“城乡融合发展步伐加快，乡村旅游串点连线带面，有效拓宽了农民增收渠道。”沈琼说，下一步要努力提升县域文旅服务功能，鼓励文旅、民俗等资源丰富的乡镇推动商旅文体娱融合发展，以产业融合带动农民增收致富，繁荣乡村市场。

上图：浙江台州市仙居县引导农民发展花卉产业，促进增收。图为在该县一家花卉种植基地的大棚内，农民正在进行花卉管理。 **人民视觉**

市场漫步

推动县乡消费提质扩容

杜海涛

扩大农村消费，推动县乡消费提质扩容，不仅是全面推进乡村振兴的应有之义，也是解决发展不平衡不充分问题的重要环节，是推动实现共同富裕的客观要求，对畅通国内大循环、加快构建新发展格局具有重要意义

国家统计局发布的数据显示，今年前10个月，我国乡村消费品零售额47533亿元，增长14.4%。10月份，乡村消费品零售额同比增长5.6%，比城镇消费品零售额增幅高0.8个百分点。当前，随着经济持续稳定恢复、稳中向好，乡村市场消费活跃，需求旺盛，对拉动经济增长的作用更加凸显。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出：“完善城乡融合消费网络，扩大电子商务进农村覆盖面，改善县域消费环境，推动农村消费梯次升级。”扩大农村消费，推动县乡消费提质扩容，不仅是全面推进乡村振兴的应有之义，也是解决发展不平衡不充分问题的重要环节，是推动实现共同富裕的客观要求，对畅通国内大循环、加快构建新发展格局具有重要意义。

我国有2800多个县级行政区、3.8万多个乡级行政区，县乡人口数量众多。这些年，我国乡村社会消费品零售总额、乡村居民人均消费支出、乡村网络零售额均保持快速增长，汽车、家电、数码产品、美妆产品等升级类产品和服务型消费增长空间巨大。

但总的看来，农村市场仍有很大改善提升空间。由于一些乡村商业设施尚不发达、商品种类不够丰富、服务方式相对滞后，制约着农村居民消费水平提升。农村地域广阔，农民生活相对分散，“最后一公里”问题还比较突出。亟须加快创新和完善服务方式，激发消费活力，进一步推动乡村市场扩容升级。

完善基础设施是前提。相较城市而言，目前农村地区道路、物流、信息服务等基础设施建设仍然相对薄弱。要加强基础设施建设，完善县乡村三级农村物流体系，实现城乡生产与消费有效对接。推动形成供需衔接、城乡一体、内外贸联通的国内大市场，促进工业品下乡和农产品进城双向畅通。

增加优质供给是关键。相关市场主体应推出更多适合县乡居民需求的商品。要支持传统商业企业运用5G、大数据、物联网等信息技术，加快数字化、智能化转型和跨界融合，不断增加适销对路的产品和服务，满足县乡居民个性化需求。

推动消费升级是目标。现在，随着收入水平逐步提高，农村居民消费升级势头明显，健康消费、服务消费、文化消费等后劲十足。但消费升级和消费结构优化是一个长期过程，政策支持仍然十分必要。要在推动工业品下乡的同时，积极推动服务下乡。同时，大力发展数字经济，推动县乡商业数字化转型，加快培育新型消费。此外，随着乡村旅游的兴起，城市居民下乡消费日益增多，带动农村居民收入增长；农民收入提高了，就能进一步带动乡村消费，繁荣农村市场。要继续改善消费环境，优化服务方式，让城乡居民消费互动的效应更显著。

乡村市场是一片蓝海，是有巨大潜力的消费领域。我们相信，随着基础设施持续完善、优质供给日益增加、居民消费不断升级，一定能持续激活乡村市场活力，为经济持续健康发展注入更强动力。

市场资讯

浙江义乌金融助力消费升级

本报电 近年来，浙江义乌市稠州商业银行运用人工智能、大数据等科技手段，开发消费金融产品助力消费升级。客户可在银行各电子渠道端申请，从申请到审批通过最快3分钟，支持在线签约提款，随借随还。其中，“城市闪贷”是主要面向本地居民发放的满足个人经营或消费需求的纯信用贷款产品，采用“线上操作、自动审批、自助提款”全线上流程。上线以来，“城市闪贷”系列产品已服务小微企业主2.5万余户，累计授信33亿元。 （张 涛）

山东临沂打造文明旅游志愿服务品牌

本报电 山东临沂市积极开展新时代文明实践志愿服务活动，着力打造志愿服务品牌，营造文明和谐的旅游环境。该市莒南县深化“文明+文旅”融合，大力实施基层公共文化设施提档升级、戏曲进乡村、农村公益电影放映等重点工程，开展文明旅游志愿服务，让游客看得见山水、留得住乡愁。今年1月至10月，全县累计接待游客368.12万人次，实现旅游综合收入30.56亿元。 （孙 烨）

农村电商带头人培训计划助力乡村振兴

本报电 商务部中国电子商务中心和美团日前推出农村电商带头人培训计划，准备在未来3年免费培训10万致富带头人，做到160个国家乡村振兴重点帮扶县全覆盖，助力县域产业发展与乡村振兴。据美团相关负责人介绍，全国脱贫县中已有超过98%的县接入美团，线上活跃商户达48万户。今年，美团已推出多种线上活动，助力农产品拓展销路、促进农民增收。 （沈 汛）

提升品质、树立品牌，满足个性化、多元化需求——

儿童摄影：用镜头留住童真

杨翔宇

“想用光影记录下这个珍贵的时刻。”最近，北京房山区的王女士带刚满月的宝宝到一家儿童摄影机构拍摄了一套满月照，看着照片上宝宝的可爱小细节，王女士非常欣喜。

随着消费升级迭代和生活品质提升，花费几百元、几千元给孩子拍套照片，从出生起便记录孩子成长的过程，逐渐成为一种消费新风尚。市场需求的增长，推动儿童摄影行业迅速发展，涌现出大量的专业儿童摄影机构，专门从事新生儿摄影、婴童摄影、亲子摄影等。

儿童消费群体规模十分庞大，据第七次全国人口普查数据，0至14岁人口为2.53亿人，而三孩生育政策的实施，更为儿童摄影市场蓬勃发展注入了新动能。

“上次我家宝宝满百天的时候来拍过，这次一周岁再拍一套。”北京朝阳区的刘女士一家来到某儿童摄影机构，准备再次体验亲子拍摄。与婚纱摄影、综合摄影等其他行业摄影相比，儿童摄影的显著特点在于消费频次高，出生、周岁、入学等各个阶段都可能产生消费。儿童摄影机构通过细致、贴心的服务，加强与消费者的情感连接，达到吸引回头客的目的。

中国人像摄影学会发布的数据显示，2019年中国人像摄影行业经营单位42.3万家，其中儿童摄影经营单位占33%。而据相关机构测算，2020年，我国儿童摄影行业年产值超过1000亿元，预计今年将达到1200亿元以上。

发展迅速的儿童摄影行业也存在着一些问题。比如，有的消费者受低价吸引进店，却被推销高价产品；有的消费者花费上万元订下可每年拍摄的“成长套系”，却发现后续几年的服务质量下降。据中国人像摄影学会统计，儿童摄影行业大部分为规模以下中小企业，有些企业存在低价获客、产品同质化、隐形消费多、客户投诉率高等问题。

近年来，相关政府部门和行业组织积极引导企业进行诚信与标准化建设，从改善经营、明确规范、提升品质、树立品牌等多方面着力，提升儿童摄影行业的产品和服务，满足消费者个性化、多元化需求，助力儿童摄影更好地用镜头留住童真。期待相关部门加快出台规范行业发展的相关政策措施，推动儿童摄影行业行稳致远。

消费万花筒

本版责编：罗珊珊