

核心阅读

屋檐上挂起了火红的灯笼，门廊上贴好了喜庆的春联，桌子上摆着各式各样的水果……浓浓的年味中，是越过越红火的生活。春节期间，“米袋子”“菜篮子”供应如何？年货消费有啥新特点？乡亲们采购年货有啥新方式？春节临近，听听农民朋友讲述的农村新气象。

“米袋子”“菜篮子”供应充足，能满足城乡居民消费需求

眼瞅着快过年了，马贺章依然闲不下来。河北省固安县渠沟乡西辛庄二村，一场小雪飘飘扬扬，给越冬的小麦盖上了一层“薄被”。马贺章拨开地里的麦苗，“你瞧，这就是主生蘖，冬前就长出来了，这决定了来年的亩株数。”

受到去年秋汛影响，这季冬小麦播种期比常年有所推迟，部分越冬苗分蘖偏少。不过，作为兴农农机服务专业合作社理事长，马贺章对今年的收成仍然信心满满：“大寒见三白，可是个好兆头。现在的小麦都是种肥同播，年后浇返青水时再追一遍肥，做好病虫害防控，让苗更壮实。”

固安县农业农村局副局长张维建介绍，目前，全县在田冬小麦面积23万亩，大部分晚播麦均已出苗生长，接下来要加强农技服务，及时促弱转壮，增加穗粒数和千粒重，带动小农户适时开展统防统治，确保粮食丰收。

马贺章介绍，除了经营流转的400亩地，合作社还为乡亲们提供社会化服务。跟往年一样，今年农户关海建9亩半地全托管给了合作社，“从购买种肥、管理、收割到卖粮，一亩地能增加七八十元的效益。”

扎牢“米袋子”，拎稳“菜篮子”。清早，固安县牛驼镇门铁营村还笼罩在一片静谧中，盛世农合果蔬种植专业合作社的日光温室里，茄子肥厚、番茄红艳，负责采收的农民早已忙开了。

“我们用的是土墙体大棚，最适合北方地区冬季保温，正好供蔬菜生长。”生产管理组长姜玉华撸起袖子，把筐里新摘下的番茄仔细码了码，“一个棚占地3亩，一年两茬，采收期40天，每天能出好几千斤。”

不远处是合作社净菜加工车间，60多名工人在流水线上依次将蔬菜清洗、分切、包装。合作社负责人郑立国说：“现在都讲‘一产向后延，二产两头连’，毛菜加工后附加值能提高30%左右。城里人买年货也爱买这样包装好的净菜，省事儿。”

这两年，合作社不断扩大设施蔬菜生产，还建立了净菜生产、加工、配送全链条产销体系，自营加菜农联合合作，日产毛菜、净菜达80吨以上，新鲜水灵的蔬菜24小时内就能端上京津冀市民的餐桌。

张维建介绍，作为京郊“菜篮子”，全县不断提升棚室水肥一体化、温控、机械化作业等装备水平，推动蔬菜增产提质，通过“农超对接”“农餐对接”“农食对接”等订单经营模式，实现产销对接。

从全国范围看，今年冬小麦面积已经基本落实，跟往年相比基本保持稳定；蔬菜在田面积约8000万亩，预计未来3个月蔬菜供应总量1.7亿吨，同比增加350万吨，加上冬储蔬菜，可供每人每天约3斤菜。“综合各方面情况看，今年春节期间，肉蛋奶、果菜鱼供应总量充足，完全可以满足城乡居民消费需求。”农业农村部市场与信息化司司长唐珂说。

鲜花热销、剪纸忙，年货新消费带旺乡村产业

江西省安福县处处洋溢着欢乐喜庆的气氛，大扫除、备年货、写春联……人们忙着迎接新年到来。为新春“锦上添花”，购买鲜花绿植装扮居室、馈赠亲友成为当地老百姓过年的新时尚。

鲜花扮靓乡村，见证富裕新年。这几天，平都镇李家村的花卉超市生意红火，前来选购鲜花的客人络绎不绝，超市老板沈小荣笑得合不拢嘴，“你瞧，热卖的蝴蝶兰、红橘都是周边农户种的，带着露珠、冒着香气，新鲜抢手！”

走进花卉超市，阵阵花香扑鼻而来，几名顾客正细心挑选心仪的绿植花卉，不时询问价格及种养方式。“每年过年我都会买些盆栽花卉放在家里，图个喜庆吉祥。”村民周荣华陪老伴转了一圈，相中一盆长寿花，“年货、新衣都置办齐了，再添些花卉打扮庭院。”

为了保障节日供应，沈小荣提前一个月就备好了货。说话间，他的手机响个不停，不少顾客通过电话、微信下单。“这些是要送货上门的，白天人手紧，

等晚上抓紧送过去。”沈小荣说，订单连接基地，直采送货上门，销售量长了一大截。一个多月来，他已经卖出了500多盆花卉和绿植，收入2万多元。

订单另一头，安福县洋溪镇田里村苗木基地内，乡亲们正在挖苗、装袋、装车，物流车来往送货，多肉大棚经营户刘鹏正带领大家赶订单，“正值销售旺季，我可得抓住这好商机。”在刘鹏的带动下，周边乡镇有820家农户从事多肉、兰花等培育、销售，300多名村民就地就业，“美丽经济”鼓起村民口袋。

春节到，剪纸俏。大巴山深处的四川省通江县有贴窗花的习俗，进入农历腊月，传统节日剪纸开始走俏，乡亲们用红纸剪成各种图案张贴在自家门窗上。

“大家加把劲，手脚麻利点。”通江县“巴山剪纸”工作坊负责人李亚雪说话间手起纸落，剪刀飞快穿花，不一会儿，指头轻捻，碎纸落下，栩栩如生的“福虎”呈现在眼前。

虎年即将到来，“虎造型”成为工作坊剪纸的主题，展架上摆放着上百种“虎造型”剪纸，除了商场、宾馆等订单，还有不少易地搬迁群众前来预订。“剪工精细，虎虎生风，格外喜庆。”诺江镇65岁的张开州老人一眼就相中一款生肖虎剪纸。

巧手“剪”出美好生活。李亚雪说，近几年，村民物质条件富裕了，精神生活不断丰富，剪纸作为传统民俗，越来越受大家欢迎。在政策支持下，2014年，李亚雪成立工作坊，几年来创收100多万元，带动200余名村民增收。

门店销售、网上售卖……年关将近，李亚雪每天都能收到200张以上的订单。如今，经过8年探索，“巴山剪纸”已成为四川省非物质文化遗产，“非遗进校园”“剪纸培训班”等活动已开展600余场，培育剪纸技艺骨干人员300多名。在他们的示范带动下，通江不少人学会剪纸技能，吃上“手艺饭”，在家门口挣钱增收。

乡村也是李亚雪的创作之源，在她的巧手里，家乡诺水河、银耳特产、脱贫故事等风土人情都成了剪纸艺术作品。“下一步我想利用这个工作坊，传承弘扬传统文化，展现家乡发展变化，同时带动更多乡亲增收致富，为乡村振兴添砖加瓦。”说起新年愿望，李亚雪话语里充满坚定。

线上年味儿浓郁，更多农产品“飞”出乡村

春节临近，线上年味儿也愈发浓郁。“云上”大集市、电商年货节等火热开启，田间连上了“云间”，更多农产品“飞”出乡村，消费品连通城乡。

“三峡人家出好茶，走亲访友少不了，优惠力度大，大家快来下单呀。”直播间里，望华鑫温杯投茶、注水冲泡。一壶叶绿汤清的好茶引来订单不断。镜头外，分拣、打包，茶叶礼盒正运往全国。

“茶叶‘搬’到网上，客户抢着买。春节消费季连着早茶上市季，这段时间订单不用愁。”让家乡的茶走出大山，是望华鑫的心愿。家住湖北省宜昌市夷陵区许家冲村，她的茶园就坐落在三峡库区。高山云雾出好茶，可过去卖不上价。在外闯荡多年的望华鑫返乡创业，蹚出新路子。

一根网线，串起一条产业链。望华鑫成立合作社，吸纳600多名社员，发展早春茶等新品种，建设标准化茶叶生产线，打造“三峡茶姑娘”品牌，从卖“原字号”变成卖精品茶。“既要种出好产品，也要找到好销路。茶园里的农活、生产线上的烘炒技艺，都成了直播画面，早春茶每斤能卖到1000元以上。”如今望华鑫的合作社年营业收入达上千万元。

“农村电商高效对接产销、精准匹配供需，打通农产品上行通道，促进农民增收。目前全区的茶叶、柑橘等特色产品正走向全国。”夷陵区商贸经济发展促进中心主任张祖德介绍，截至2021年底，夷陵区农产品网络零售额突破9.6亿元，网商总数超过7000家。

流量变成“新农资”，直播成了新农活。2021年前三季度，全国农产品网络零售额3043.9亿元，同比增长1.5%，增速比前8月加快0.9个百分点。

电商火热，同样让优质消费品下沉。动动手指、年货到家，成了不少农民消费新趋势。

“前几天，我在网上买了个冰箱，‘大家伙’送到家门口，搁以前哪敢想。”山东省夏津县香赵庄镇宗庄村村民宗兆岭的话里透着得意，“网上品牌多，任意选，还能便宜不少。”

“鱼挺新鲜的，蔬菜还沾着泥、鸡蛋能便宜几毛钱……年货快准备齐当了。”宗兆岭细数起来，“过去，就盼着那几天集市。如今电商、微信群里天天有促销，啥时候都能买，质量有保障。”

离宗兆岭家200米远，就是村里的快递电商综合服务中心。这几天，工作人员李秀英忙得脚不着地，“到年根了，快递多起来，每天能有200多件。”说话间，取件的村民们进进出出。

“快递进村，激活了大家的消费热情。”李秀英感慨，“过去到镇里取快递，少说5公里，不仅费事还搭上油钱。”去年，镇里与中国邮政集团公司夏津分公司合作成立服务中心，打通农村物流“最后一公里”，让农民在家也能收快递。

截至去年底，全国行政村实现快递直投的比例超过80%。2021年乡村消费品零售额59265亿元，增长12.1%。“电子商务蓬勃发展，农村物流持续补链，农村消费潜力不断释放，为畅通国内大循环提供坚实基础。”社科院农村发展研究所研究员李国祥介绍。

红红火火迎新春

本报记者 王浩 常钦 郝静娟

市场供应有保障

2021年 牛奶产量增长7.1% 水产品产量增长超2% 预计全年蔬菜产量7.5亿吨 水果产量超过2.9亿吨



收入消费双提升

2021年 农村居民人均可支配收入18931元，实际增长9.7% 乡村消费品零售额59265亿元，增长12.1%



基础设施持续改善

截至2021年11月底 我国现有行政村通宽带比例提升至100% 截至2021年底 全国行政村实现快递直投的比例超过80%



话说新农村

构建新发展格局，把战略基点放在扩大内需上，农村有巨大空间，可以大有作为。加快补齐短板，让乡亲们“能消费”“敢消费”“愿消费”，进一步释放农村消费潜力，广大农民的日子定会芝麻开花节节高

「年货」越来越丰盛

晓春

春节的脚步越来越近，村村寨寨的年味也越来越浓。虽然屋外数九寒天，可家家户户洒扫得清清爽爽，忙活得热气腾腾。

大门口，贴春联、贴福字；院子里，挂灯笼、打年糕；厨房里，蒸花馍、包饺子……传统的年俗处处透着喜庆。

置办年货，是各家各户筹备过年的“重头戏”，如今这个传统年俗有了不少新变化。“邻居从超市买回两箱香蕉，直夸好吃，我得赶紧去看看”“我订的鱼除夕那天可得准时送来啊，年夜饭等着用呢”“刚开回一辆新能源车，村里新能源车越来越多，正忙着建充电桩呢”……春节“年货”变化折射出乡村生活的变迁。

乡亲们的消费观念在变。有农民感慨：“自家的农产品卖出去了，挣了钱谁都想多买点好东西。”“以前吃穿用度，大家能用就行，缺啥才想着买啥，现在是啥好买啥。”话语虽朴实，道理却深刻。这些年，农村消费升级趋势明显，正从传统生产型消费向发展型消费转变，品质化、个性化消费成为越来越多农民的新追求。2021年乡村消费品零售额59265亿元，同比增长12.1%。农村居民人均教育文化娱乐、交通通信消费支出均有不同程度增长。

消费观念变化背后是乡村公共服务和基础设施的不断提升。这些年，在各项强农惠农富农政策支持下，农民收入持续稳定增长，上学、看病、养老、住房等越来越有保障。农村水电路网等基础设施继续往村覆盖、向户延伸；从“快递进村”到100%行政村通宽带，农村物流、通信网络等新型基础设施不断建立完善；县里建起大型购物中心，镇上有综合超市，村里有便民商店，便民服务圈延伸到农户家门口……制约消费的短板加快补齐，让乡亲们“能消费”“敢消费”“愿消费”。

构建新发展格局，把战略基点放在扩大内需上，农村有巨大空间，可以大有作为。其中，让乡亲们的“购物车”不断升级至关重要。数据显示，目前我国乡镇和村两级消费市场占消费市场总体规模的38%。从现实来看，目前在乡村仍然存在制约消费潜力释放的因素。未来拉动农村消费，从“硬环境”看，要加快商业网络“补链”“补网”，加强电商等平台赋能作用，让农产品上行、消费品下行更顺畅；从“软环境”看，要强化源头治理、提升农产品质量、增强市场监管力度，优化农村消费供给。与此同时，在农村居住环境整治和美乡村建设中，应充分考虑农村消费的新变化，比如农村交通设施改造升级就要适应越来越多的汽车进村入户的情况。瞄准农村消费领域的痛点、堵点，多管齐下，多措并举，进一步促进农民增收和农村消费潜力释放。

浓浓年味里，藏着的是乡亲们对美好生活的向往。不断增长的需求、不断丰富的年货，乡亲们的日子定会像芝麻开花一样节节高。

图①：广西兴业县城西社区的易地扶贫搬迁安置小区“老乡家园”里，两名小朋友在贴窗花。

新华社记者 曹伟铭摄

图②：湖北省宜昌市夷陵区乡村现代农业基地一片繁忙。图为村民正采收蔬菜。

张国荣摄(影像中国)

图③：浙江省台州市路桥区新桥镇亿亨果园里，柑橘赶在春节前上市。图为工作人员直播推荐柑橘。

蒋友青摄(影像中国)

图④：江西省赣州市会昌县文武坝镇凉身村，蔬菜大棚与河流、绿树、农房相互映衬，构成一幅秀美的新农村画卷。

朱海鹏摄(影像中国)

数据来源：农业农村部、国家统计局等

本版责编：李晓明

版式设计：汪哲平

电子邮箱：rmrbxnc@126.com



④