



激发农村消费更大活力

近年来,消费已成为我国经济增长主引擎。2022年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”“增强消费能力,改善消费条件,创新消费场景”。农村消费是消费的重要组成部分,广袤的乡村蕴含巨大消费潜能。此次邀请专家围绕相关问题进行研讨。



扩内需稳增长的重要驱动力

如何理解促进农村消费的意义,目前我国农村消费情况如何?

王蕴(习近平经济思想研究中心副主任、研究员):农村消费主要是指在农村区域内发生的消费活动,既包括农村居民在农村消费市场发生的各类消费活动,也包括城镇居民在农村进行的消费。农村居民收入持续增长促进了农村消费潜力释放,2012年至2022年,我国农村居民人均可支配收入年均实际增长7.3%,较GDP增速快0.9个百分点。同时,乡村振兴战略的实施促进了农村一二三产业融合发展,具有泥土气息和浓厚风土人情的农村消费市场吸引了大批城镇居民“消费下乡”。2022年乡村消费品零售额达5.93万亿元,占社会消费

品零售总额的13.5%,包含镇区和乡村的县乡消费品零售额占社会消费品零售总额的38.1%;农村实物商品网络零售额占全国实物商品网上零售额的16.6%。

农村消费是消费的重要组成部分,促进农村消费是扩内需、稳增长的重要驱动力。

农村消费增长潜力大、拉动内需空间大。随着受教育水平提高、消费观念更新以及消费便利化程度提高等,农村居民总体具有较强的消费意愿。但农村居民消费水平和消费结构仍较城镇居民有明显差距,差距就意味着发展的潜力与空间,未来随着农村居民消费结构加快升级,农村消费增长潜力有望加快释放。

促进农村消费有助于缩小消费差距。城乡、区域消费协同发展是扩大内需的应有之义,也是实现经济平稳健康发展的必然要求。促进农村消费扩容提质,有助于缩小城乡、区域间消费差距,形成均衡、衔接、互补的消费需求结构,增强经济增长的内生动力。

促进农村消费有助于夯实稳增长的基础。农村消费市场覆盖范围广、消费者数量多,消费活动可扩展空间大,消费与生产关联紧密。农村消费扩容提质有助于形成多层次的消费市场与供给体系,有助于拓展产业发展空间并催生新兴产业,促进供需高水平动态平衡,从而有力支撑经济平稳健康增长。

近年来,我国农村消费增长快、潜力大的特点越来越突出,质量和水平显著提升。

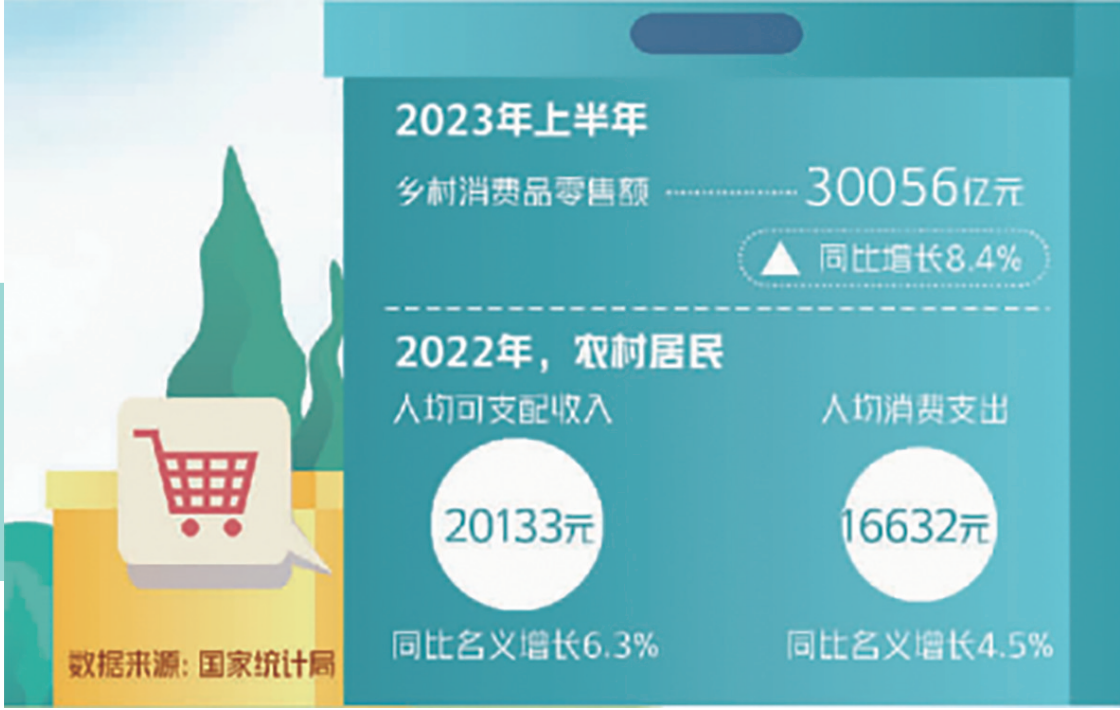
农村消费持续较快增长、规模不断扩大。2013年以来,我国农村消费市场增长总体快于城市消费市场,包含镇区和乡村的县乡消费品零售额年均增长10%,比城市消费增速快近2个百分点,从7万亿元扩大到2022年的16.8万亿元。农村消费市场受新冠疫情冲击相对较小,恢复速度也较快。今年以来,农村消费恢复速度更快,上半年,乡村消费品零售额30056亿元,同比增长8.4%,较社会消费品零售总额增速快0.2个百分点。乡村旅游、休闲农业等带动农村消费扩大,我国已有6万个行政村开展乡村旅游经营活动,据测算,2021年乡村

旅游监测点平均接待游客8.21万人次,村均旅游收入超过3500万元,促进了当地消费增长。

农村居民消费向发展型、品质型消费升级趋势明显。农村居民消费已经从“吃穿”为主的生存型消费向“吃住行”“住行娱”为主的发展型、享受型消费升级。农村居民的教育、娱乐、医疗保健、交通通讯等服务性消费支出占比提高至2022年的38.3%,较2015年提高2.1个百分点。家电、汽车等耐用消费品在农村普及程度快速提高,农村居民每百户汽车拥有量从2013年的9.9辆增长至2022年的32.4辆。农村居民消费支出水平稳步提高,2022年人均消费支出16632元,同比名义增长4.5%,比城镇和全国分别高出4.2个和2.7个百分点,城

乡居民消费水平差距从2013年的2.47:1缩小至1.83:1。

农村消费新业态新模式蓬勃发展。互联网广泛普及以及电子商务快速发展带动了农村消费业态模式的创新。截至2022年底,农村地区互联网普及率达61.9%,农村网民规模达3.08亿,占网民整体的28.9%,农村地区网络支付用户规模达2.27亿。农村电商的快速发展打通农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”,促进了消费升级和农民增收。全国95%的建制村实现快递服务覆盖,社交网络、视频直播等带动越来越多优质农产品“飞”到全国各地,定制化农产品、农旅购娱融合发展等新模式赋予农村消费发展新活力。



加速释放农村消费市场潜力

从农民收入、需求情况、农村基础设施等方面来看,我国农村消费潜力如何?

关利欣(商务部研究院流通与消费研究所研究员):近年来,随着乡村振兴战略全面推进,县域商业体系不断完善,我国农村消费规模持续扩大,消费升级步伐加快,消费市场潜力加速释放。

从消费能力看,我国农村居民可支配收入增速连续多年快于城镇居民,为农村居民消费提供了物质保障。2022年,农村居民人均可支配收入为20133元,比2017年的13432元提高50%。农村居民收入持续增长有力

支撑了农村消费的快速增长,农村居民人均消费支出增速自2008年起持续高于城镇居民。未来,随着农业规模化、产业化、标准化、品牌化发展加速推进,农业科技水平不断提高,农业经济效益进一步提升,将稳步带动农民经营性收入增长,农民工工资性收入也将在农民工返乡就业创业政策等支持下稳定增长,预计农村居民消费能力将进一步增强。

从消费对象看,农村居民对耐用消费品和服务消费的需求不断增加,农村消费升级趋势持续。农村居民在汽车、空调、热水器等耐用消费品和家居建材等领域消费增长较快,空间依然很大。

2017年至2022年,农村居民平均每百户空调拥有量从52.6台增加至92.2台,洗衣机拥有量从86.3台增加至96.8台,虽然农村汽车、家电拥有量已实现较快增长,但与城镇居民相比,仍有较大增长空间。随着生活水平提高、居住条件改善,农村居民对家电、家居建材等耐用消费品的需求将持续增加。在服务消费方面,农村居民在生活服务、教育、养老等领域消费潜力巨大。随着收入水平提升,消费向服务升级的趋势将更为显著,餐饮、美容美发、休闲娱乐等服务消费将不断增长。同时,随着农村家庭教育观念转变和人口老龄化程度加深,农村居民子女教育以及养老消费需求也将不断

增长。

从消费方式看,随着互联网、物流等基础设施不断完善,农村居民消费逐步向线上迁移,网络购物、移动支付等消费方式迅速普及。2022年全国农村网络零售额达2.17万亿元,比上年增长3.6%。中国消费者协会发布的《2022年农村消费环境与相关问题调查报告》显示,39%的农村居民网上购物频率已达每月平均1次至5次,18.9%的农村居民每月在网上消费6次以上。在农村居民网购商品中,日用商品类占71.6%,服装、鞋帽、箱包类商品占54.2%,食品类占37.8%。与此同时,农村居民消费支付方式已不再局限于现金,信用卡、移

动支付等方式快速推广。日常消费中,45.5%的农村居民首选非现金支付。消费渠道的多元化和支付方式的便捷化,极大释放了农村消费潜力,预计随着线上消费习惯的形成,在网络购物之外,农村居民的网络游戏、直播打赏、网络视频、线上教育等数字化消费也将保持快速增长。

从消费环境看,随着产业融合和城乡融合推进,农村物流基础设施不断完善,电子商务进农村、商贸服务中心建设等,推动农村消费环境逐步优化。流通网络逐步完善和零售企业下沉到县镇市场,带动县乡村商业设施不断升级。不少“乡镇大集”、便民超市经过改造焕然一新,功能更加完备。农村现代商贸流通体系加快完善,截至2022年底,商务部电子商务进农村综合示范项目累计支持1489个县建设县级电商公共服务中心和物流配送中心超过2600个,村级电商物流服务站15.3万个。农村物流配送体系建设持续推进,邮政营业网点实现了乡镇全覆盖,建制村全部通邮。“快递进村”比例超过80%,共同配送、客货邮融合等新模式不断涌现。随着我国把县域作为农村消费基础设施建设的重要切入点,农村消费环境不断完善,多层次多元化消费场景加快形成,将进一步激发农村消费活力和内生动力。

改造和创新消费场景,提升农民消费品质。山东省紧抓保护传承弘扬黄河文化特色,2023年春节期间启动“黄河大集”,对省内大集资源进行整合,全省沿黄9市25区县结合本地资源特色,把传统乡村大集与直播带货、惠民演出、文化体验等结合,助推更多山东好品走进“黄河大集”,将大集打造成乡村消费升级的窗口,对提升和丰富乡村群众生活、促进农村消费效果显著。



打通县域商业体系消费脉络

建设县域商业体系是促进农村消费的必然选择,我国县域商业体系建设进展如何?

漆云兰(国务院发展研究中心市场经济研究所研究员):县域商业体系为我国超7亿县域常住群众的生产生活和就业提供服务,是城乡商品、服务和生产要素流通的主要渠道和载体。加快建设高效畅通的县域商业体系,对促进农民增收、提升农民消费能力、扩大农村消费意义重大。

为加快推进县域商业体系建设,2021年,商务部等17部门发布《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》,明确“十四五”时期,组织实施“县域

商业建设行动”,建立完善县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。2022年,商务部会同相关部门组织实施“县域商业建设行动”。中央和地方商务主管部门会同相关部门,以渠道下沉为主线,以县乡村商业网络体系和农村物流配送“三点一线”为重点,加快补齐农村商业基础设施短板,积极创新,推进县域商业体系建设,促进农村消费,目前已取得初步进展。

一是补短板,县域商业设施升级改造加速。针对县域商业基础设施发展滞后的情况,重点在人口相对聚集的乡镇,以数字赋能,升级改造了一批商业设施。商务部数据显示,2022年全国改造县城综合商贸服务中心983个,在尽量

保留农村赶集特色基础上,改造升级“乡镇大集”和商贸中心3941个,升级改造农批、农贸市场890家。二是强物流,县乡村三级物流配送提速。为更好发挥县城和乡镇物流枢纽作用,建设改造了一批县级物流配送中心和乡镇快递物流站点,物流配送不断提速。2022年,全国建设县级物流配送中心506个,乡镇物流站点650个,超三分之一的县实现快递当日从县城送达村镇。三是赋动能,直播电商发展迅速。为扩大农村电子商务覆盖面、提升农村电商应用水平、赋能创新农产品电商销售机制和模式、提高农产品电商销售比例,深入推进“互联网+”农产品出村进城工程,成效显著。数据显示,截至2022年底,全国农村网商(网店)达

1730.3万家,同比增长6.2%,其中直播电商573.2万家,占比为33.1%。

各地在完善商业体系、促进农村消费方面,探索出一些成功经验和做法,可在更大范围内推广复制。

大力发展农村电商,促进农民就业增收,提升农民消费潜力。从各地实践看,在各级政府的鼓励和支持下,农村电商的迅速发展对带动农民就业、促进农民增收作用十分明显。浙江省永嘉县深入实施“电子商务进万村工程”,开展“春暖瓯越·温享生活”、E嘉人全民直播节、永嘉超级产地节等多项线上活动,推广“电子商务+农特产品+直播”新商业模式,极大带动了当地农民就业和收入增长。江苏省为促进农村电商发展,更好

发挥县域电商产业的示范带动效应,2022年确定了首批包括南京高淳固城湖螃蟹产业集聚区、无锡惠山区阳山镇电商产业集聚区在内的十大县域电商产业集聚区,助力当地特色农产品产业形成规模效应。

改造和创新消费场景,提升农民消费品质。山东省紧抓保护传承弘扬黄河文化特色,2023年春节期间启动“黄河大集”,对省内大集资源进行整合,全省沿黄9市25区县结合本地资源特色,把传统乡村大集与直播带货、惠民演出、文化体验等结合,助推更多山东好品走进“黄河大集”,将大集打造成乡村消费升级的窗口,对提升和丰富乡村群众生活、促进农村消费效果显著。

畅通物流配送,打通农村消费供应链。乡村物流配送水平是农产品上行和工业品下行是否畅通的关键。重庆市永川区“三级物流配送高速路”模式对畅通物流取得了良好效果。永川区通过邮政网点不断下沉,创新构建“双向互通、多网融合”的农村物流服务体系,实现“区具有中心、乡村有站点、村村通快递”的配送服务模式,并与多家快递公司达成“邮快合作战略”,补齐农产品供应端“最初一公里”短板,连接商品消费端“最后一公里”需求,架起三级物流“高速路”。数据显示,永川区县级物流配送中心覆盖率、村级便利店覆盖率、“快递进村”覆盖率均达100%,累计优化商贸场所营业面积4.5万平方米,群众满意度95%以上。



推动农村消费扩容升级

进一步扩大农村消费,应从哪些方面着力?

吕建军(中国农业大学经济管理学院教授):当前,乡镇和村两级消费市场占我国消费市场总体的38%,有巨大的消费潜力,但仍有一些因素制约我国农村消费的扩容升级,亟需解决。

农村居民收入有待提高。近年来,我国城乡居民收入比逐步缩小,但农民收入水平总体还不够高,城乡居民收入绝对差距仍然较大。农村地区产业基础薄弱,二、三产业占比低,虽然乡村振兴战略促进了乡村旅游业等第三产业的发

展,但农村地区的产业发展水平整体仍然不高,农村居民收入主要来源仍然为农业生产和经营性收入。

农村消费环境有待优化。农村地区商业基础设施建设不够完善,实体零售店商品种类不够丰富,消费者选择相对较少。农村市场售后服务不够规范,存在售后难的情况,消费者售后维权时间、费用成本较高。同时,农村消费市场管理水平相对落后,“三无”山寨产品仍然可见。

农村居民消费观念有待进一步转变。长期的自然经济以及农业的弱质性,使农村居民形成了求稳求俭的消费

观念,当前大部分农村居民还存在“惜购”现象,对品牌、服务、体验重视不足,对于一些新兴的生活方式和产业的认知也有待提升。

进一步扩大农村消费,可从以下几方面着手。

一是不断努力提高农民收入。收入是消费的基础,农村消费潜力释放的基本前提是要保证农民收入持续稳步增长,稳定农民未来收入预期。要让农民增收致富,就要不断促进农村产业发展,尤其是第二和第三产业的发展。乡村制造业和农产品加工业是乡村就业的重要渠道,要进一步提供政策支持,鼓励

其为农民提供更多就业岗位。大力发展乡村特色产业,如旅游观光业、文化产业等,提高农民对农产品生产全产业链的参与度,增加农民经营性收入。同时,提高农民工工资性收入,稳岗拓岗,促进农民工工,鼓励有条件的农民参与到农畜产品种植养殖、电子商务等领域创业,为农村富余劳动力开展知识、技能培训,提高其综合能力。

二是积极改善农村消费环境。加强农村地区商业基础设施建设,引进连锁品牌,提升购物的便利性和舒适度。继续完善县乡村三级物流体系,健全农村地区商贸服务网络,提升和优化商品供

给水平,推动本地产品与本地市场的有效对接。规范农村消费市场秩序,加强市场监管,加大对假冒伪劣、虚假宣传、价格欺诈等违法行为的打击力度。督促商业企业完善和规范售后服务,方便消费者进行退换货等。引导农村消费者提高维权意识,尤其要重视保障农村老年消费者权益,不断优化农村消费环境。

三是继续完善农村社会保障体系。相较于城镇居民,农村居民养老就医等社会保障还不够完善,造成农村消费者不敢花钱,消费潜力得不到充分释放。因此,要进一步加强农

村社会保障体系建设,完善社会保险、社会救助、医疗救助、慈善救助等保障措施,帮助农村居民树立合理储蓄、适度消费的消费观念,提升其对交通通信、医疗保障、教育培训、文化娱乐、绿色环保等更高层次的消费追求。

