

乡村社会消费品零售总额增速高于城镇,县乡居民越来越追求品质生活

# 进军县乡消费“蓝海”

我国县乡消费是一片广阔的蓝海。交通、通信、互联网等基础设施改善,乡村人才回流、品牌意识提升、地方政府积极推动等举措,都有利于提振县乡消费。

## 县乡居民消费热情高

随着春节脚步的临近,不少农村居民开始忙碌起来,置办各式各样的年货,给家里添上一些大件儿。

1月23日,在江西贵溪市塘湾镇财源村,村民汪松开着新买的小轿车进了自家院子,他的父母早就带着一家人在大门口迎接。“现在村民收入都提高了,崭新的柏油路修到了家门口,很多家庭都买了小轿车。赶上镇里举办一场车展,优惠力度大,我就花了12万元买了这辆车。”汪松说。

我国有2000多个县城、3.5万个乡镇。近年来,广大县乡居民消费热情不断高涨,消费需求不断释放,为我国消费持续增长增添新动力。

钱袋子鼓起来,农民消费能力提高了。这些年,我国城乡居民收入相对差距进一步缩小,农村居民收入增长与消费增长速度均快于城镇居民。2020年,

我国农村居民人均可支配收入17131元,实际增速快于城镇居民2.6个百分点;农村居民人均消费支出13713元,实际增速快于城镇居民5.9个百分点。

供给水平不断提高,消费环境加速改善,使农民愿消费、敢消费。2012年以来,我国乡村社会消费品零售总额增速高于城镇增速,近年来总体规模一直维持在6万亿元左右。2020年,全国农村网络零售额达1.79万亿元,同比增长8.9%。“农村居民的耐用品消费、服务消费以及线上消费等不断增长,消费升级的诉求强烈。”苏宁金融研究院研究员付一夫说。

“县乡消费主要集中在生活广场、超市、餐饮店、农家乐、乡村大集等。从总体上看,县乡市场具有较好的发展前景。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛说。

“交通、通信、互联网等基础设施改善,乡村人才回流、品牌意识提升、地方政府积极推动等举措,都有利于提振县乡消费,未来县乡消费总体能力将进一步提高。”阿里新乡村研究中心秘书长左臣明说。

付一夫认为,县乡居民具有身处

熟人社会、对价格较为敏感、闲暇时间较多等属性。拼购、团购等社交手段在县乡消费市场上大有可为,“相关市场主体应根据县乡居民特点,创新流通模式,推出更适合其需求的商品。”

## 品牌化商品服务受欢迎

两个月前,家住河南荥阳市豫龙镇的洪少兵在拼多多上给家里购买了一个扫地机器人。现在每天早上,洪少兵的母亲起床后,都会先打开扫地机器人,然后再给全家准备早餐。这样一来,等早餐做好时,家里的地面也变得干干净净。

拼多多平台数据显示,2020年县乡地区500元以上商品订单量同比增长达79%,家纺、数码、户外等品类销售额增长超140%,智能家电、家居百货类商品成为热门,尤其是2020年“6·18”促销以来,拼多多上的3C数码产品中,县乡订单增速首次超过了二三线城市。

京东平台数据显示,2020年县域农村美妆、数码产品的成交额增长要高于线上全部用户的消费增速,乳品冷饮、清洁用品、蔬菜水果等日常高频

消费的成交额增长较高;疫情防控期间人们的健康意识增强,县域农村在滋补、营养等方面消费也出现了大幅增长。

2020年“双11”期间,在主打下沉市场(三线以下城市、县镇与农村地区的市场)的苏宁易购零售云渠道上,以海信、长虹为代表的激光电视销量同比增长680%,80英寸以上大屏电视销量同比提升330%。

“县乡居民消费需求呈现品牌化和重视性价比并行的趋势。”拼多多新消费研究院副院长刘中琪说,县乡居民愿意为部分品牌支付品牌溢价,主要体现在3C数码产品、家电、厨电、潮流服饰鞋帽等领域。旅游交通、教育培训、文娱等服务消费的分量在县乡居民生活中也越来越重。

京东平台数据显示,2020年县域农村服务型消费增长高于大部分城市,其中钟表服务增长104%,装修服务增长96.9%,安装/调试服务增长83.9%。“线上服务价格透明化、服务有保障等解决了县乡居民的很多生活不便和消费痛点。”京东大数据研究院首席数据官刘晖说。

付一夫表示还应该进一步增加县乡市场有效供给;进一步完善县乡基础设施;进一步拓宽县乡消费信息渠道;进一步完善农村社会保障制度,消除县乡居民消费的后顾之忧。(人民)

## 进一步完善流通基础设施

“家里大到电视机、洗衣机,小到衣服、零食都是从网上购买的。”江西贵溪市冷水镇富庶村村民孙雅丽说。

冷水镇地处山区,距离县城60多公里,前些年快递公司每周才安排一次送货。现在快递公司每天都要送一次货到镇上,村民们收货方便多了。

近年来,我国县乡基础设施的完善使当地消费者的选择范围大幅提升。截至2019年底,我国农村公路总里程超过400万公里,具备条件的乡镇和建制村已经实现了100%通硬化路;乡镇快递网点覆盖率达95%。2020年建成县级电商公共服务中心和物流配送中心2120个,村级电商服务站点达13.7万个。但也要看到,农村流通网络布局仍不够完善,“最后一公里”问题还比较突出,进一步挖掘县乡消费潜力还需要政策支持。

付一夫表示还应该进一步增加县乡市场有效供给;进一步完善县乡基础设施;进一步拓宽县乡消费信息渠道;进一步完善农村社会保障制度,消除县乡居民消费的后顾之忧。(人民)

# 快递进村助力产业发展

去年我国农村地区揽收和投递快递包裹量超三百亿件

广西柳州市柳南区太阳村镇百乐村,山上竹林葱茏茂盛,林中不时飘出阵阵“酸”香。“这漫山遍野的麻竹,是制造酸笋的原料。酸笋咸、嫩、鲜、酸,是螺蛳粉的重要食材。”麻竹基地负责人黄宇贵说,这里的酸笋远销全国各地,“几乎天天要寄酸笋,多的时候一天得寄2000多公斤。”

近年来,螺蛳粉这种特色小吃日益受到广大消费者欢迎,也在柳州成长为百亿元规模的产业。2020年,柳州袋装螺蛳粉销售量达到105亿元,日产量可达325万袋。其中,通过邮政快递渠道寄出的螺蛳粉包裹高达7763.8万件,同比增长142.7%。

为助力螺蛳粉产业发展,广西各主要快递公司将处理站设在村里,优先处理螺蛳粉快递包裹,并配备直达邮路专线将其发往全国各地。“我们70%—80%的快递业务量都是与螺蛳粉有关。螺蛳粉已经成为柳州快消业新的增长点。”柳州市邮政局局长许志芳说。

“快递没进村前,往外卖酸笋得往镇上跑。”黄宇贵告诉记者,现在村里就有寄递服务点,还提供打包服务,“再远的单我也能接了,年收入从6万元增加到了9万元。”

2020年以来,广西邮政局积极推动“快递进村”,与农村合作社等市场主体深入合作,完善末端物流网络,提升服务能力,让乡村经济更加活跃。去年,广西通过邮政、快递渠道销售农特产品交易额达10.8亿元。除了螺蛳粉,百香果、海鸭蛋等农特产品的年寄递量也超过了千万件。

从“快递下乡”到“快递进村”,2020年,我国在基本实现快递网点乡镇全覆盖的基础上,将快递直投到村比例提升至超过50%。“近年来,我国快递服务网络进一步下沉,村级网络覆盖率快速提升,既激活了农村的产业发展潜力,也有效释放了农民群众的消费潜力。”国家邮政局发展研究中心研究员刘江说。数据显示,2020年,农村地区揽收和投递快递包裹量超过300亿件,带动工业品下乡和农产品进城超过1.5万亿元,土豆、红薯、玉米等农产品销售使用快递渠道比例有所增加。

国家邮政局表示,今年将继续落实《快递进村三年行动方案(2020—2022年)》,编制快递进村指引,进一步提高快递网络乡村覆盖率;因地制宜推动邮快、交快、快快合作多模式并进,力争到今年年底,东部地区基本实现快递服务直投到村,中、西部地区直投到村比例分别达到80%和60%。

(李心萍 祝佳祺)

## 图看“县乡消费”



新能源汽车下乡云南站活动在昆明启动。



在山东省临清市魏湾镇快递收发中心,村民正在领取快递。  
新华社 供图

## 声音

# 如何释放出乡村“买买买”的活力?

新发展格局背景下,“三农”工作面对新情况,从政策层面和实践层面充分挖掘和释放出农村市场的活力和潜力,为实施扩大内需战略提供新动力。

2020年,全国居民人均经营净收入5307元,增速由前三季度下降2.0%转为增长1.1%。其中,农村居民人均经营净收入6077元,增长5.5%,比前三季度加快1.0个百分点。农村居民收入增长继续快于城镇居民。农村居民人均可支配收入17131元,名义增长6.9%,实际增长3.8%;城镇居民人均可支配收入43834元,名义增长3.5%,实际增长1.2%。农村居民人均可支配收入名义增速和实际增速分别快于城镇居民3.4和2.6个百分点。

虽然农民收入的持续增长有力促进了农村消费,农村居民在服务消费、线上消费等方面的需求也在不断增强,但综合来看,农村消费市场结构依然不合理,农民消费热情没有得到完全释放。

一方面,尽管农村居民收入增速高于城镇居民,但我国发展不平衡不充分的问题仍然突出,尤其是城乡区域发展和收入分配

差距较大。收入不足,“无钱”消费,这是制约农村消费市场发展的最大障碍。此外,在城乡二元格局下,农民的住房、教育、医疗等保障程度相对城市较弱,即使部分外出务工的农民攒下更多积蓄,大多也会捂紧口袋,不敢“花钱”。

另一方面,从目前的农村市场来看,传统农村消费市场硬件建设依然存在“卡脖子”环节。据统计,全国33%的乡镇没有商品市场,53%的村没有综合商店,70%的村没有餐馆。农村市场经营品种少,业态单一,优质的商品及服务供给较为缺失。农民即使想“买买买”,却经常“无处”可花,有需求时不得不“大老远”跑到城里来消费。

因此,要进一步激发农村消费活力,促进农村地区消费升级,就需要提升农村商贸水平,大力发展农村电商,强化乡村商业设施、物流设施建设。前不久,为贯彻国务院常务会议部署,进一步激发农村消费潜力,商务部联合印发了《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力的通知》。

(中经)

力若干措施的通知》。通知提出要补齐农村消费短板弱项,包括完善农村流通体系,以扩大县域完镇消费为抓手带动农村消费,加强县城镇商贸设施和到村物流站点建设等措施。

当然更重要的还是要积极调整和优化农业结构,大力发展优势、优质产品,促进农村地区产业升级。要加强培育农村合作社、家庭农场等新兴农业经营主体,形成因地制宜的农户增收长效机制,增加农村居民可支配收入,进而增强农村消费能力。此外,除了拓展增收渠道,还需要加快农村社保体系完善,健全城乡融合发展机制,打破城乡资源双向流通壁垒,以进一步缩小城乡差距。

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。实施扩大内需战略,城市的消费活力已经越来越凸显,而农村也不能“掉队”。促进乡村消费升级,健全城乡融合发展的体制机制,让乡村经济更加活跃。

去年,广西邮政局积极推动“快递进村”,与农村合作社等市场主体深入合作,完善末端物流网络,提升服务能力,让乡村经济更加活跃。去年,广西通过邮政、快递渠道销售农特产品交易额达10.8亿元。除了螺蛳粉,百香果、海鸭蛋等农特产品的年寄递量也超过了千万件。

(李心萍)

## 能“下”能“上”

# 青海农村消费有点“火”

和的消费品消费潜力依旧很大。

当然,深挖消费潜力的最有效途径莫过于各项消费优惠政策的落地。2020年以来,青海省围绕消费新需求,对标高品质生活,举办“青海电商商品年货节”“青海商品网上大集”“享网购”等活动,持续增加中高端消费品和优质服务有效供给,推动汽车、家电等大件商品,洗衣机升级成全自动,家里还买了电动车、小汽车……

消费升级同样发生在海东市乐都区李家乡山庄村。“现在住进了七里店安置区的楼房,电视、洗衣机、电冰箱等家用电器已经成了‘标配’,全村小汽车有几十辆。这些年生活上的变化看在眼里,感受在身上。”山庄村村民李存说。

农村居民收入持续较快增长,农民潜在的消费需求被逐步唤醒,农村消费市场不断活跃,为青海省消费增长提供了源源不断的动能。在青海省社会科学院经济研究所所长杜青华看来,一方面,农村消费水平提升,城乡消费更加平衡,促进消费市场提质扩容;另一方面,农村市场上许多在城市市场趋于饱和。

手机上网“买买买”,一根网线改变了青海省海东地区绝大多数乡村消费模式。

从过去交通不便,农产品出不去,消费品进不来,到如今村民动动手指,就能享受送货上门服务。上网购物,快递“下乡”热度不减,成为2020年农村消费又一景。

“现在,出了家门口就是电子商务综合服务站,可以网购,各种日用品可以随时买,开春用的农资用品都可以网上下单,这一段时间很多人家的年货都是从网上买了,真是太方便了。”在海东市互助土族自治县东沟乡皆口村一家小商店里,店主李永龙忙得不可开交,来这里办理缴费业务、上网淘宝的

村民络绎不绝。

村民们直言,网购比线下购物更方便,商品的选择余地大,可以买到很多之前不知道的商品,提高了生活质量,产品质量和售后也大都有保障。

农村网购的盛行,让农村物流有了更大需求,有需求则有市场。记者了解到,青海省大力推广“快递进村”发展,在帮助实现更多特色农产品上行销售的同时,也帮助青海省广大农村牧区群众增加收入。

数据显示:当前全省41个县市区全部纳入国家电子商务进农村示范县序列;2020年又有3个县列入新一轮示范范围。通过电商进农村项目实施,为贫困地区种养殖专业合作社及农户产品在品牌培育、电商孵化、就业创业等方面赋能,累计实现网络零售额7.9亿元,农产品上行额4亿元。

(青报)

一时间,“买进”也“卖出”,农村消费风起云涌。

而一根网线的

背后,是一个个“工业品下乡”“农产品进城”电商双向流通渠道的建设和打通。据民和县电商服务中心主任甘万旺介绍,目前民和县已建成1个县级电商服务中心;22个乡镇电商服务站,乡镇电商覆盖率已达100%;125个村级电商服务点,行政村电商覆盖率到达40%,电商中心入驻电商企业、快递公司已达22家,“工业品下乡”完成90万单、1.2亿元;“农产品进城”完成31万单、4100万元。

而立足青海省省东大门农村消费市场,看青海省各地电商“进村”发展,在帮助实现更多特色农产品上行销售的同时,也帮助青海省广大农村牧区群众增加收入。

数据显示:当前全省41个县市区全部纳入国家电子商务进农村示范县序列;2020年又有3个县列入新一轮示范范围。通过电商进农村项目实施,为贫困地区种养殖专业合作社及农户产品在品牌培育、电商孵化、就业创业等方面赋能,累计实现网络零售额7.9亿元,农产品上行额4亿元。

(青报)

农村消费是消费市场的重要组成部分,发展潜力巨大。随着青海省农村居民收入水平提升以及农村消费补贴、消费扶贫、新农村建设等相关政策的实施,农村消费水平有了明显提升。据青海省统计局相关数据显示,2020年前三季度,青海省农村居民人均可支配收入8300元,增长6.1%,增幅比一季度、上半年分别提高3.0和0.9个百分点,农村居民人均生活消费支出增长3.2%。农村消费稳步上升,为促进经济社会发展提供了强劲动能,发展潜能和消费潜力不容小觑。

## “下乡”带热农村消费市场

临近春节,农民家里又添置了哪些新东西,年货置备怎么样了,带着这些问题,记者来到了海东市民和回族土族自治县隆治乡李家村。

“加装了土暖气,还装上智能热水器,花了不到1万块钱,进了家门就暖和和和!”村民李长发笑盈盈地对记者说。

“客厅有片式暖气,卧室装了挂式暖气。前几天,气温降到零下十几度,

锅炉一烧,每个房间都暖暖的,过冬不遭罪。”细数这些年添置的大件,李长发打开话匣子,电视从“大疙瘩”变成大屏幕,洗衣机升级成全自动,家里还买了电动车、小汽车……

消费升级同样发生在海东市乐都区李家乡山庄村。“现在住进了七里店安置区的楼房,电视、洗衣机、电冰箱等家用电器已经成了‘标配’,全村小汽车有几十辆。这些年生活上的变化看在眼里,感受在身上。”山庄村村民李存说。

农村居民收入持续较快增长,农民潜在的消费需求被逐步唤醒,农村消费市场不断活跃,为青海省消费增长提供了源源不断的动能。在青海省社会科学院经济研究所所长杜青华看来,一方面,农村消费水平提升,城乡消费更加平衡,促进消费市场提质扩容;另一方面,农村市场上许多在城市市场趋于饱和。

“客厅有片式暖气,卧室装了挂式暖气。前几天,气温降到零下十几度,

手机上网“买买买”,一根网线改变了青海省海东地区绝大多数乡村消费模式。

从过去交通不便,农产品出不去,消费品进不来,到如今村民动动手指,就能享受送货上门服务。上网购物,快递“下乡”热度不减,成为2020年农村消费又一景。

“现在,出了家门口就是电子商务综合服务站,可以网购,各种日用品可以随时买,开春用的农资用品都可以网上下单,这一段时间很多人家的年货都是从网上买了,真是太方便了。”在海东市互助土族自治县东沟乡皆口村一家小商店里,店主李永龙忙得不可开交,来这里办理缴费业务、上网淘宝的

村民络绎不绝。

村民们直言,网购比线下购物更方便,商品的选择余地大,可以买到很多之前不知道的商品,提高了生活质量,产品质量和售后也大都有保障。

农村网购的盛行,让农村物流有了更大需求,有需求则有市场。记者了解到,青海省大力推广“快递进村”发展,在帮助实现更多特色农产品上行销售的同时,也帮助青海省广大农村牧区群众增加收入。

数据显示:当前全省41个县市区全部纳入国家电子商务进农村示范县序列;2020年又有3个县列入新一轮示范范围。通过电商进农村项目实施,为贫困地区种养殖专业合作社及农户产品在品牌培育、电商孵化、就业创业等方面赋能,累计实现网络零售额7.9亿元,农产品上行额4亿元。

(青报)

## 法院公告栏

张勇:本院受理的原告李仕果诉你劳务合同纠纷一案,因你下落不明,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、合议庭组成人员通知书、开庭传票。自公告之日起60日内视为送达。提出答辩状和举证期限分别为公告送达之日起15日内,并定于公告送达之日起第16日9时