

# 农产品消费升级趋势明显

本报记者 沈慧



花钱瞭望

手工坊越来越热闹,从前些年的银戒DIY、流体熊,到现在风靡社交网络的拼豆、Tufting,很多年轻人喜欢花上几十元到几百元,埋头几个小时,最终带走一件虽然有点粗糙,但却是自己亲手制作的作品。

这种消费行为看起来并不“经济”:网上买一个成品挂件,几秒钟下单,九块九包邮;自己做,更贵、更慢、更费力,成品也未必比买的好。但人们偏偏选择了后者,这种看似反常的选择,值得问一句:他们到底在买什么?

答案或许可以从消费逻辑的转变里去找。

过去,消费的核心在于占有,花钱买一个东西、享受一种服务,满足感来自于“得到”。但这往往是短暂的,快递拆开的那一刻、服务结束的提示音一响,满足感就开始消减。

手工提供的,不仅是最终的挂件或小毯子,还有过程,是几个小时的场地、工具、指导和属于自己的时间,是一段可支配、有产出的体验。而且与买成品不同,人们不仅是一个“接收”的消费者,更是一个创造者:镊子尖那一颗豆子,摁下去,图案就长出一小块;簇绒枪嗡嗡响,毛线扎进去,形状就一点一点浮现……这种“看着它从自己手里长出来”的创作感与成就感,是折一百个快递包裹也无法替代的。

为什么人们有这么高的意愿为“过程”付费?

我们生活在一个商品极大丰富、获取极其便利的时代,工业化的精度和水准足以把每一件商品做得完美无缺,物流和即时配送又让其唾手可得。当完美的成品变得廉价而易得,它的吸引力反而下降,给人带来审美疲劳。恰恰是供给端的充足和高效,让消费者有余力去享受自己动手的过程。

人们的消费偏好也在变化。你买来的成品杯子、手机壳、挂画,很完美,但和成千上万的一模一样,新鲜感和独特性降得很低。当“完美”变得平庸,人们就开始渴望那些带有个人专属印记的“不完美”。拼豆熨烫时用力不均图案就会变形,Tufting地毯的毛线深浅不可能完全一致,歪斜、毛边、色差……这些瑕疵被接纳甚至被欣赏,因为它们正是亲身参与的证明,让一件商品变成了有温度的作品,从“别人的设计”变成了“我的痕迹”。

做手工也是消费者追求“慢生活”的一种方式。在生活节奏越来越快、时间切割越来越碎的今天,花两三个小时专注做一件没有功利目的的事,本身就成了一种奢侈。手工恰好提供了这样一个低成本的沉浸场景,你不需要有艺术天赋,不需要昂贵装备,只要几十块钱,就能获得一个“被允许慢下来”的下午。你也不会被要求取得某种成果,每一颗豆子放对位置、每一小块图案拼好,都是肉眼可见的进展。这种高频次的正向反馈,在日常工作和生活中是难以获得的。低门槛、高回报的情绪价值,正是手工消费的核心竞争力。

这一消费趋势给市场提了个醒,当消费者开始为“不完美”买单,商业逻辑也需要相应调整,未来比拼的也许不再是谁能提供更便宜的成品,而是谁能设计出更吸引人的体验过程,谁能给消费者的个人创造赋予更高价值。手工坊的遍地开花,也是商业业态多元发展的一个注脚。从百货商场的零售柜台,到购物中心的餐饮娱乐,再到专门开辟的手作体验区,都是供给端主动适配消费需求的结果,是消费版图里不断生长的新领域。

下次再看到朋友发来满桌豆子的照片,别问“这有什么好玩的”。他花几十块钱买了一个下午,而那个下午,他创造了快乐。

本版编辑 李万祥 美编 夏祎

## 《中国农业展望报告2026—2035》数据显示

2026年,我国猪肉消费量将比上年下降 1.3%

但受猪肉消费结构和预制菜发展等因素影响

猪肉加工消费量预计上升至 1094万吨

比上年增长 2.0%



在甘肃省张掖市甘州区靖安乡现代农业产业园示范园的智能温室里,技术人员在查看番茄生长情况。王 将摄(中经视觉)



仲夏时节,在广西梧州市长洲区长洲岛生态蔬菜种植基地,菜地、鱼塘、道路、民居相映成趣。颜桂海摄(中经视觉)

的间隙,冲上一杯麦片,再撒点奇亚籽。“早上时间紧,这样的搭配几分钟就能搞定,蛋白质和碳水都有了。”社交平台上,类似的快手早餐吸引了不少网友点赞。

芝士牛肉卷、黄油华夫饼、牛肉虾仁炒饭……在快节奏的今天,各类加工食品把天南海北的味道端上了百姓餐桌,也为忙碌的生活增添了一份从容。

“好的加工食品是用科技与诚意保留食物的本真,兼顾健康与美味。”栗晓枫介绍,东方甄选自营烤肠上市近4年,累计销售已突破3500万盒,90天平均复购率稳定在10%以上。围绕用户反馈,公司正进行产品迭代。比如,针对“偏咸”的反馈,部分产品改用低钠盐;为满足儿童及便捷食用场景,新增20g/粒的小烤肠;丰富口味,推出墨鱼、青红双椒等新口味,未来还将尝试推出香茅等特色口味烤肠。

一根“迭代”的烤肠,映射消费新趋势,也藏着农产品消费转型升级的密码。根据农业展望报告,2026年,我国猪肉消费量将比上年下降1.3%;但受猪肉消费结构和预制菜发展等因素影响,猪肉加工消费量预计上升至1094万吨,比上年增长2.0%。长期来看,产品高端化、健康化、便捷化将成为重要发展趋势。

消费潜力的释放,离不开政策保驾护航。支持食品企业与科研院所合作,推动人工淀粉、菌体蛋白、功能糖等新食品配料研发;开展气调保鲜等关键共性技术研究,鼓励开发营养健康方便的即配、即烹、即热产品……多措并举,2025年我国主要农产品

加工转化率达到75%。

### 奶类消费短板有待补齐

奶制品是构建均衡膳食、保障国民营养健康的重要产品。农业展望报告显示,2025年我国奶类消费量达到5805万吨。从消费品类看,奶制品消费结构分化明显,巴氏鲜奶、低温酸奶等新鲜、健康品类保持增长态势,但纯牛奶因市场饱和度和较高、产品同质化严重,销量大幅下滑。农业展望报告预测,2035年我国奶类消费量有望达到6764万吨。

“中长期看,在居民营养健康意识深化、政策引导及市场培育等共同作用下,我国奶类消费市场增长空间仍较大。”个中原因,中国农业科学院农业信息研究所助理研究员富丽莎分析,一是低温品类因其新鲜度和活性营养物质的优势,受到城市和中高收入消费者的青睐,已成为液态奶市场增长的核心驱动力。二是液态奶及奶酪、黄油等干乳制品在餐饮、烘焙、茶饮等渠道的应用拓展了奶类消费场景,成为拉动奶类消费的新增长点。三是龙头乳企在深加工领域的布局,将直接带动对国内优质生鲜乳的转化与消化。

不过,目前我国人均奶类摄入量明显低于推荐区间,是居民膳食结构中的主要短板。“奶类是优质蛋白、钙和多种微量营养素的重要来源,奶类摄入不足不仅影响蛋白质质量改善,也制约钙摄入和骨骼健康水平提升。”补齐奶类消费短板,打通优质蛋白供给的“最后一公里”,中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员韩昕儒建议,在供给端,促进奶业养殖加工融合发展,优化乳制品结构,培育低温乳制品市场,促进奶酪等干乳制品消费,扩大“学生饮用奶”覆盖范围;在消费端,倡导推动优质乳制品进学校、养老机构、儿童福利服务机构等,拓展消费场景和受众;围绕《中国食物与营养发展纲要(2025—2030年)》持续开展科普性、公益性宣传,定期修订发布中国居民膳食指南,引导居民形成奶类消费习惯,促进植物性食物和动物性食物合理搭配。

不只是奶类消费短板有待补齐。“十五五”时期,我国居民膳食营养改善的重点,应从单纯提高食物消费水平,转向优化食物组之间的比例关系、改善蛋白质来源结构,降低油脂摄入,提高奶类和全谷物等食物摄入水平。”中国农业科学院农业经济与发展研究所所长胡向东表示。



# 专业展会融合百姓烟火

本报记者 宋美倩

夜幕低垂,华灯初上。河北廊坊的临空经济区(廊坊)临空国际会展中心南草坪广场上,悠扬的音乐随风飘荡,烧烤的香气与啤酒的麦芽香交织升腾。这是第四届“廊坊时光”美食音乐节的寻常一夜,也是廊坊这座城市动人的烟火画卷之一。这座占地数万平方米的“不夜城”,用12天的热烈绽放,将惊艳美食和地方风情悄然融合,带来别样体验。

“廊坊时光”虽已落幕,但留给廊坊的远不止短期客流与消费增量。河北临空集团副总经理王红说:“去年活动吸引游客近30万人次,今年客流远超30万人次。这种‘以活动兴城’的理念,让‘廊坊时光’从一次性节庆演变为可持续的消费品牌,它不仅是廊坊经济会的配套活动,更成为撬动城市消费、塑造城市形象的重要支点。”

走进首次亮相的廊坊首个沉浸式比利时小镇,仿佛置身万里之外的欧洲街头。工业风集装箱与欧式街头布景相映成趣,1:1还原的比利时街区令人目不暇接。在2026年中比建交55周年的特殊时刻,比利时王国驻华大使安博宁亲临现场,他感慨道:“这不仅是一场文化与美食的展示,更是一个高水平的交流平台。”小镇入口处,吉祥物“瓦禄”被一群孩子团团围住。“妈

妈,我要跟‘瓦禄’合影!”稚嫩的童声此起彼伏。北京居民韩丹一家专程驱车赶来,孩子在比利时巧克力DIY体验区亲手绘制巧克力图案。韩丹告诉记者:“这种沉浸式的文化氛围,比单纯吃一顿大餐更有记忆点。”

同期启幕的首届瓦隆大区啤酒美食节,则将精酿文化与世界杯赛事激情碰撞。白天的小镇文艺雅致,入夜后则灯火璀璨,化身浪漫热闹的不夜城。

“以前总觉得廊坊经济会离我们老百姓很远,没想到这里既能逛展馆,又能一站式打卡国内外美食,短途微度假体验感拉满!”天津游客马海涛手里拎着刚出炉的香河肉饼,语气中满是惊喜。这次他刷短视频看到“廊坊时光”的盛况,特意和朋友开车过来。

廊坊本地青年何志福已是第二次参加“廊坊时光”。去年他独自一人来凑热闹,今年则带着朋友结伴而来。“一到这里就被欧洲小镇场景惊艳了,特别适合拍照打卡。”他端着一杯比利时精酿啤酒,跟着乐队的节奏轻轻晃动身体,“‘廊坊时光’让每个夏天都有了值得期待的周末去处,也让更多人认识了廊坊”。

来来往往的人群里,有刚结束项目对接、卸下正装的海内外客商,有结伴打卡的

青年学生,有推着婴儿车的亲子家庭。不同地域、不同身份的人在此交汇,让廊坊经济会不再是单一的行业盛会,而是变成了京津冀群众共同参与的夏日盛宴。

喧嚣热闹的背后,是商户实实在在的增收机遇。本届“廊坊时光”汇聚170余家摊主,涵盖廊坊本土餐饮、非遗手作、京津冀老字号、海外特色商户,搭建起零门槛的展销平台。在美食市集的老字号月盛斋摊位前,热气腾腾的爆肚、门钉肉饼引得市民排队选购。负责人尚瑞云忙碌不停、笑意满满:“人气特别足,每天都能卖出爆肚100多份、肉饼500多个。”她说,恰逢廊坊经济会举办,汇聚了八方来客,给商户搭建了免费展示、引流增收的优质平台,“对我们来说,这是一场接地气、有实效的惠民盛会”。

专业展馆聚焦物流装备、产业招商、行业论坛,是对外开放、产业合作的硬核平台;“廊坊时光”主打文旅消费、群众互动、民间交流,是展示城市风貌、民生温度的柔性窗口。二者相辅相成,构建起完整的办会生态。带着孩子来看无人机表演的廊坊市民陈梦婷说:“在家门口就能感受国际化盛会,看无人机表演,品国内外美食,体验非遗手作,真切体会到了城市对外开放的发展成果,作为廊坊人的自豪感油然而生。”



第四届“廊坊时光”美食音乐节现场,市民在品尝各种美食。贾 璐摄(中经视觉)