

乡村消费也可以很时尚

消费是观察农业农村经济的一个窗口。2025年乡村消费品零售额达6.8万亿元,增长4.1%,增速比城镇快0.5个百分点。最新数据显示,今年上半年乡村消费品零售额为33216亿元,增长2.5%,高于城镇增速1.3个百分点。乡村消费的韧性持续凸显,成为扩大内需的重要力量。

乡村消费保持强劲增长,源于多方面支撑。一是农民收入增长,上半年农村居民人均可支配收入达12699元,同比实际增长5.5%,增速比城镇居民快2.1个百分点。二是商业体系下沉,乡镇商贸设施业态加速丰富,县城优质商品和服务不断向下覆盖。三是消费环境向优,农村售后服务网络、消费维权渠道持续完善,让农民买得安心、用得放心。可以看出,乡村消费这棵大树愈加茁壮。

过去,乡村生产被简单等同于农产品进城,乡村消费被简单等同于工业品下乡。其实,乡村消费既包括农村居民购买商品和服务,也包括城里人到农村的消费活动。乡村具有多元价值、多种功能,不仅是农产品供给地,还是多元消费目的地。有些消费内容城市无法提供,恰恰是乡村的优势。有些消费体验城乡都有,但乡村有自己的韵味,这也是城市所缺、市民所爱。在城乡融合的

从买商品到享服务,从潮流消费到个性选择,乡村消费正加速向品质化、体验化迈进。扩大乡村消费的落脚点,最终是为了让亿万农民共享发展红利。乡村消费更旺,背后是农民生活更甜、城乡循环更畅。

时代背景下,乡村消费的价值,既体现为农民“敢消费、愿消费、能消费”,也体现为市民“愿下乡、乐体验、肯买单”。

村咖火爆是一个视角。乡村咖啡馆不只是城市咖啡屋的地点平移。村咖火爆并不稀奇,田园的颜值和咖啡的韵味结合,能养眼洗肺解乏去累,叫人怎能不喜欢。这启示我们,乡村也可以很时尚,甚至某些方面比城市还时尚。过去,乡村常被视为城市的尾部市场。如今,“城镇主导、乡村跟随”的消费格局正悄然改变。一方面,农村网络零售额不断提高,网购已融入乡村日常生活。另一方面,农业与文化、教育、旅游、康养等产业深度融合。生活在其中的人们不仅能享受优质商品和服务,还能参与消费潮流的塑造。可见,乡村既是看山望水忆乡愁的好地方,也是干事创业谋发展的好地方。

汽车下乡是另一个视角。今年新能源

汽车下乡活动发布的推荐目录纳入155款车型,规模创历年新高。乡村消费者不再只追求低价,智能座舱、辅助驾驶、高性能体验正成为购车刚需。在此背景下,车企主动下乡,是顺应市场发展的选择。业内预计,凭借车型扩容、补贴升级、配套完善三重红利,今年乡村新能源汽车销量将继续拉升,对冲一线城市市场增长压力。汽车下乡也好,建材下乡也罢,可以看出,大件耐用消费品离不开乡村,乡村消费潜力巨大、纵深广阔。

从买商品到享服务,从潮流消费到个性选择,乡村消费正加速向品质化、体验化迈进。这折射出农民生活品质的提升。今年中央一号文件提出,多措并举扩大乡村消费。这绝非简单的消费场景扩容,而是基于乡村全面振兴的战略考量:数智转型和营销创新赋能传统商业,加速创造乡村消费新业态、新模式、新场景。以延长产业链、提升价值链、打

造供应链为导向,推动流通业与服务业融合发展,能更好满足乡村服务消费新需求。

扩大乡村消费的落脚点,最终是为了让亿万农民共享发展红利。乡村消费更旺,背后是农民生活更甜、城乡循环更畅。让乡村消费继续热下去,要落实增加农民收入、推进乡村建设、提升乡村产业等关键举措,使乡村大地既成为农民的幸福生活家园,又成为市民向往的消费新空间。

消费既是个体选择,是家事;也是社会过程,是国事。找准乡村消费突破口,就找到了联结扩大内需与城乡融合发展的支点。乡村振兴之路,就是要不断将突破口转化为增长点,把消费潜力变为发展动力。



买机票不该成“开盲盒”

年 巍

暑期来临,航班超售现象再次引发热议。近日,北京、天津、河北三地消协组织联合开展民航机票超售认知专项调查。结果显示,京津冀民航消费需求旺盛,但消费者权益保障意识仍有待提升——超七成旅客对超售情形下自身享有的合法权益缺乏充分了解,对有效维权途径感到困惑。

航班超售是行业惯例。航空公司预判部分旅客可能退票、误机或改签,出售略多于实际座位数的机票,以此减少航班虚耗。一般来讲,遇到机票超售,航空公司还会给予消费者一定补偿。看起来挺完美,但经不起推敲:怎么算航司都不亏,但消费者的权益谁来保障?

在实际操作中,规则执行失衡、补偿标准不合理等,都是消费者面临的难题。拿信息告知来说,不论是在官方APP还是在平台上订票,旅客即便不阅读相关规定,直接勾选已阅读也可以进行下一步操作。由于需要阅读的规定内容不仅多,而且字体较小,不少旅客会选择直接跳过该步骤,却容易漏掉超售的信息。在这样的情况下维权,航司的操作空间会相当大。

“惯例”不是免责挡箭牌。时代变化,国情不同,消费者对权益保障的重视程度

不一样,行业惯例能一成不变吗?抛开“文字游戏”不谈,在大数据时代,航空公司可以精准掌握航班是否超售的情况。拿出对待头等舱旅客的服务态度,打电话也好,发短信也罢,总能让旅客及时知晓,不至于在登机口干着急。服务不到位,哪怕给些补偿也难堵悠悠之口。

近日,中国航空运输协会发文称,为进一步引导航空公司规范航班超售处置,更好保护旅客知情权和选择权,维护旅客合法权益,在中国民航局的指导下,中国航空运输协会正组织各航空公司研究制定航班超售团体标准,重点规范航班超售信息告知、补偿方案等关键内容。

除了规定,也有市场化手段。比如,一些国外航司采用“反向竞标”模式,即通过不断提高补偿金额寻找自愿下机的旅客。又如,航司可考虑“弹性票价”,旅客购买时享受大幅折扣,但同意在超售时成为“第一顺位”。当然,要对权责作出明确告知。

买机票不能沦为“开盲盒”。每个行业都有一些惯例,但这不应成为损害消费者权益的借口。民航业如此,其他行业亦是如此。

(中国经济网供稿)



陶小莫作

漫评

时 锋

攻克零碳园区建设堵点 谁能让零碳园区成为生意

只需花费几千元,就可以在个别视频平台“变身”银行基金经理,售卖香港保险。看似权威的黄V专业身份认证,竟然衍生出一门生意,并形成了完整的黑灰产业链条。一个顶着“基金经理”认证标签的账号,天然容易获得用户信任,继而诱导消费者作出错误决策,甚至存在被诈骗的风险。从法律视角看,利用虚假金融身份开展营销,涉嫌多重违法。

类似的“花钱买背书”行为之所以能绕过平台审核机制,原因在于平台在金融资质审核环节存在不小漏洞。不少平台审核多停留在材料形式审查层面,对于伪造资质、虚假在职证明等,很难开展实质性核验。对此,平台应当提高自我约束,强化资质审查义务,联动金融行业官方系统交叉认证,落实人、证、单位三者一致;建立动态复核机制,做好公众风险提示,不给不法分子可乘之机。



金融活水应与科技创新更适配

刘小艳

不久前举办的2026陆家嘴论坛上,多位金融管理部门、金融机构负责人认为,要进一步增强金融体系与产业结构转型升级的动态适配,发挥好金融市场的风险共担和资源配置功能。金融结构的变迁,从一个侧面反映出经济结构的深度调整和经济增长动能新旧转换。推动融资体系与科技创新动态适配,关乎金融业自身的高质量发展,更是实现高水平科技自立自强的关键支撑。

近年来,我国融资体系服务科技创新力度持续加大。截至2026年一季度末,获得贷款支持的科技型中小企业达30.33万家,获贷率为50.4%,本外币科技型中小企业贷款余额4.03万亿元,同比增长20.9%。不过,数据的改善并不意味着适配问题的解决。从融资结构看,我国拥有全球领先的储蓄率和庞大的信贷总量,但这些资金以债权为主,追求安全性和短期回报,难以匹配科技创新高风险、长周期的属性,真正能够承担风险、长期陪伴的科技资本仍然不足。从融资阶段看,种子期和初创期企业最缺钱,却最难拿到钱,大量信贷资金扎堆涌向成熟期科技型企业,形成掐尖式融资。这种错配不仅

扭曲了资源配置,更制约了科技创新的源头活水。

从国际层面看,主要发达经济体在支持科技创新融资方面已形成较为成熟的制度框架。美国以直接融资为主导的体系具有鲜明的股权资本主导特征,风险投资市场高度发达,纳斯达克交易所为科技型企业提供了便捷的上市融资渠道,形成从天使投资、风险投资到资本市场的完整融资链条。相较之下,我国融资体系呈现鲜明的银行主导特征,在服务科技创新早期阶段面临天然短板。推动融资体系与科技创新动态适配,须走出一条既借鉴国际经验又立足自身国情的特色路径。

大力发展直接融资,壮大耐心资本。持续支持优质科技型企业发展上市,大力发展股权投资、创业投资和天使投资,引导社保基金、保险资金等长期资本进入早期科技投资领域。依托科创板、创业板和债券市场科技创新专项板块等高能级平台,进一步拓展直接融资服务科技创新的广度与深度,推动创新积分制与资本市场融资深度衔接,变传统的财务指标审核为多维度的科技创新能力评价。推动商业银行信贷评价逻辑转型。推动商业

文化和旅游部近期印发《旅游强国建设“十五五”规划》,要求“合理挖掘乡村旅游资源,提升利用质效,培育‘小而美’文旅业态”。“小而美”3个字,承载着乡村振兴、文旅融合与生态文明建设的深层含义。

然而,如今不少“小而美”文旅项目正在滑向“小而同”,网红咖啡馆、标准化民宿、流水线非遗工坊成为各地旅游的标配。走进一些茶山古村、少数民族村寨、沿海渔村,可以发现咖啡馆几乎清一色白墙原木装修,配备克米特露营椅。再看遍地开花的非遗工坊,有的古镇十几家扎染工坊共用同款几何纹样染料;有的竹编工坊只售卖机器批量编织的网红手提包、笔筒;有的非遗体验只是观赏成品。此外,还有随处可见的“我在XX很想你”路牌、爱心涂鸦等打卡道具。缺少创意的“小而同”可能只是一次性消费,难以长红。

千村一面的文旅乱象,根源在于开发者挖掘本土文化内核浅尝辄止,前期规划缺少差异化定位的意识。想要跳出同质化怪圈,就要在项目策划阶段深挖村落独有的历史脉络、民俗传统与物产资源,找准自身独一无二的文化标识,搭建完整清晰的乡土叙事体系。在空间改造上,摒弃大拆大建的粗放开发模式,推行微介入、轻投入的灵活更新方案,充分盘活闲置老宅、废弃厂房、旧公社礼堂等存量空间,依靠原生乡土场景唤醒大众乡愁。比如,浙江松阳“拯救老屋行动”之所以成功,正是因为坚持“最少干预、最多保留”,让每栋老屋“讲”出自己的故事,才让“小而美”真正美在根子上、特在骨子里。

不同地域山水风貌、人文习俗各有千秋,文旅开发不能套用统一模板,唯有因地制宜,才能实现自然景观与在地文化对文旅的双向赋能。我国地域辽阔,南北风土、民族文化差异显著,一味照搬网红爆款业态,只会掩盖当地人文地理风貌的辨识度。各地发展“小而美”文旅,应当立足自身山水基底与文化基因,走出特色发展路径。比如,陕西袁家村深耕关中民俗,实行“一店一品、村民共建共享”模式,依托窑洞建筑、秦地老腔、关中风味美食打造专属IP,从空心村落蝶变为年接待千万人次游客的民俗文旅标杆。一碗地道酸汤面、一场原汁原味的老腔表演,便能让游客记住黄土高原独有的乡土气息。又如,安徽金寨花石乡通过轻量化改造,依托山间溪流瀑布搭建原生竹木观景台,在浅溪放置简易竹筏,以极简设计拉近游客与山野自然的距离。优质的乡村文旅不应靠人工造景堆砌噱头,而是要靠盘活本土原生资源,让山水风物、民俗文脉自然流露,以此构筑长久吸引力。

长效运营也离不开专业人才支撑与全链条产业融合。乡村小微文旅普遍面临运营人才短缺、服务专业度不足、消费链条短促等现实难题。地方可出台专项扶持政策,吸引返乡青年、新乡贤扎根乡村创业;针对民宿管家、非遗代表性传承人、文旅服务从业者开展定制化技能培训,补齐服务短板。还要打破单一观光的局限,做实“文旅+”融合文章,比如对外开放古法酿酒、传统竹编等手工工坊,配套开发自然教育、乡土研学课程,拉长消费链条、延长游客停留时长。相邻村镇可联合组建文旅产业联盟,打通客源互送、品牌联动渠道,以单个特色业态带动整片区域协同发展,形成连片发展的集聚效应。

此外,用地、融资、审批等制度化障碍,是制约小微文旅持续发展的瓶颈,完善配套政策保障才能为业态长久发展托底。各地可灵活运用点状供地、存量闲置空间盘活等政策,破解乡村文旅用地难题;推出文旅专项信贷产品,探索文化版权、景区经营权、门票收益权质押融资模式,降低经营主体资金准入门槛;持续推广资源变资产、资金变股金、村民变股东的利益联结机制,让本地群众共享文旅发展红利,夯实业态扎根乡土的群众根基。

轻体量、高参与度的乡村小微文旅,是讲好本土故事、彰显文化自信的重要载体。想要摆脱同质化“内卷”,就要以匠心深耕在地文化,以共享发展理念惠及乡土百姓。跳出简单复刻的浅层开发模式,兼顾自然风貌与人文底蕴,让乡村文旅做到精致不雷同、有创意和生命力,真正实现“小而美”,为全面推进乡村振兴、扎实促进共同富裕持续注入文旅动能。

(作者为分别系中共北京市委党校哲学与文化教研部副教授、教授)