

说数

乡野劲吹消费新风

吉蕾蕾

乡村消费既是农民生活水平的重要体现,也是衡量农业农村现代化程度的关键指标。国家统计局发布的数据显示,2025年我国乡村消费品零售额达6.8万亿元,同比增长4.1%,增速高于城镇消费0.5个百分点。今年以来,乡村消费继续跑出比城镇更快的增速,显示出巨大的增长潜力,也勾勒出我国乡村消费市场扩容升级的新图景。

为什么乡村越来越能消费?乡亲们越来越鼓的腰包积聚了消费底气。近年来,各地各有关部门持续深化农村改革,农村承包地“三权分置”、农村集体产权制度改革等成果惠及广大农民群众,激发了农业农村发展活力。特别是乡村产业发展态势持续向好,带动更多农

民就地就近就业增收。数据显示,2025年全国规模以上农产品加工企业超过10万家、营业收入近18万亿元,休闲农业营业收入达9500亿元,农产品网络零售额达7833亿元。产业兴了,就业岗位多了,农产品增值收益也更多地留给了农村居民,推动消费能力稳步提升。

快递进村也加速了乡村消费潜力释放。过去,农村居民网购,往往要专程跑去县城或乡镇才能取到包裹。如今,日用百货、农具农机、家电家具等各类商品,依托不断织密的物流网络顺畅进村,直达农户家中。截至目前,超过81%的建制村建成村级寄递物流综合服务站,中西部17个试点县2939个建制村通过邮政兜底实现快递进村。得益于电商平台加速下沉、

寄递服务不断延伸,城乡要素顺畅流动,不仅激活了农村居民消费意愿,也成为扩大内需的重要支撑。

乡村消费新业态新模式不断涌现,市场增长空间有了更多可能。近年来,农耕采摘、非遗体验、“村超”以及“村舞”等新业态新场景蓬勃兴起,越来越多城市消费者开始把钱花到乡村。乡村消费不再只是农村居民买商品,也包括城里人下乡进村的消费活动。顺应这种趋势,各地依托乡村资源,推出一批田园慢游、休闲露营等特色乡村旅游产品。盘活乡村资源的同时,也展现出乡愁可感、增收可及的生动画卷。

乡村消费一头连着生产发展,一头连着民生福祉,是我国消费市场的潜在增长极。《加快农业农村现代化“十五五”规划》

明确提出“多措并举扩大乡村消费”。扩大乡村消费,就要有稳定增长的收入作为保障。要实施乡村特色产业提升行动,不断拓宽农民参与乡村产业发展的渠道和方式,完善联农带农机制,让农民在产业链各环节分享增值收益,千方百计提高农民收入。

在农民收入持续增长的基础上,还应在消费供给、消费载体、消费业态等方面下功夫。要逐步提高农村基础设施完备度、公共服务便利度、人居环境舒适度,特别是聚焦“一老一小”群体需求,增加适老化、适幼化的服务设施和项目,让农村居民在家门口就能享受到品质可靠的服务体验,实实在在增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

