

# 农村消费 如何激发更大活力?

本报记者 郑晔

党的二十大报告指出：“扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。”而作为居民消费的重要组成部分，农村消费市场的发展水平直接关系到国民经济的健康发展和农民生活水平的提高。一项统计资料显示，目前，占我市40%以上的农村人口，消费仅占全市社会消费品零售总额的14.6%。那么，如何有效启动宝鸡农村市场、深挖农村消费潜力，成为关乎全市未来经济发展的重大命题——



网红直播销售农产品



送上门的农资让农民喜笑颜开



百姓关注

充足、质优价稳，我市12个县区 and 宝鸡高新区以农业生产资料公司或基层供销社为主体，组建成立了宝鸡供销农资供应联盟，健全议事机构议事规则，组织农资联盟对接生产厂家集中采购、零差率配送，仅去年一年就组织调运化肥11.83万吨，销售8.7万吨，为我市农业发展奠定了坚实基础。

县有配送中心、镇有超市、村有连锁便民店——有了这张农村现代经营服务网络，我市农民消费越来越便捷，商品品质、价格与城镇的差别越来越小。一项统计数据恰好能体现这种变化：今年上半年，我市城镇消费品零售额411.8亿元，同比增长4.2%；乡村消费品零售额70.3亿元，同比增长4.9%，高于城镇的消费品零售额增速，从一个侧面显示出我市农村消费蕴含着无限的潜力。

## 培育一群人—— 不一样的直播销售

“朋友们，渭滨区八鱼镇苇子沟村的葡萄熟了，你们看看，巨峰、户太八号、玫瑰香，颗颗饱满，甜如初恋！”这几天，我市直播达人“岸渡陈仓”在直播平台销售村里的葡萄，为本村的主导产业代言。而此时，位于金台区紫原村的“桃小妹”通过网络，将自家果园的黄金蜜桃销售一空，又投入到苹果、彩虹梨的销售中。“今年通过网络销售的比例能占到四成以上，售价也比较高。”对于两年的电子营销，“桃小妹”已经积累了很多经验，“粉丝”遍布天南海北。

青年群体是促进农村消费的重要力量。随着移动互联网的发展，直播成为乡村振兴中促进农产品销售的新渠道。去年以来，我市积极发挥青年群体的优势，鼓励青年一代把手机当作新农具，让数据成为新农具、直播成为新农活，积极培育农村新业态、新模式。

同时，邀请行业知名专家和创业明星对电商企业进行产品设计、平台运营、短视频营销等培训，建成市级电商公司1个、县级电商运营服务中心（电子商务产业园、创客中心等）28个，农村电商综合服务站312个，在第三方平台开办网店3588个，上线产品1200余种。2022年，全市供销系统电子商务销售额29.59亿元，同比增长41.42%，农村电商“国家队”的独特作用日益显现。此外，陕西联通还携手西安邮电大学在全国率先成立“陕西直播产业研究院”，致力于赋能三农学员，带动农产品直播销售。

在电商“国家队”的带领下，在我市农村活跃着这样一群人：他们在网络上一呼百应，能量超群，通过个人的流量带动当地农产品销售，取得了令人瞩目的成绩。去年，我市通过举办网上年货大集、农产品直播助农增收、庆丰收促销费等多种线上销售活动，邀请知名网红直播

开展直播带货160余场次，销售额达4300余万元。

## 打通“一公里”—— 不停歇的市场培育

绿色、健康、安全消费是民之所盼，更是体现城乡共建成效的关键一环。随着乡村振兴战略的实施，农民的消费需求不断增强，实际购买能力大幅度提高，然而，占我市40%以上的农村人口，消费仅占全市社会消费品零售总额的14.6%。当前农村消费市场还存在一系列亟待解决的问题，成为激发农村消费市场的阻碍因素。

市统计局社会科工作人员田民兴分析，造成农村消费市场“大而不强”的原因主要有四个方面：一是农民收入增长缓慢。统计数据显示，2022年全市农村居民人均可支配收入为16785元，且近年来呈明显放缓的趋势，直接制约了居民消费能力；二是农村人口少、居住分散，商品消费难以形成规模。我市居住在农村的人口不足133万人，70%以上的自然村只有几十个人，消费难成规模，商业网点布局困难；三是经营商品质量不高，市场监管薄弱。农村集贸市场是农村消费市场的最普遍形式，这种流通形式大都与规范性差、监管力度弱、商品品质低、虚假宣传等问题并存，损害了农村消费者的权益，降低了消费者积极性；四是部分偏远地区“最后一公里”梗阻，快递难以配送，导致商品流通成本偏高，阻碍了农村消费市场的健康发展。

针对以上问题，我市一位业内人士建议：

进一步释放农村消费潜力，应以农村居民收入的持续增长为前提，积极培育和引进龙头企业，因地制宜发展特色产业，加大扶持力度，不断提高农民创业热情，让政策持续发力，推动农民、村集体经济的发展，实现农民充分就业。全市供销系统尤其是地处农村腹地的供销社，要切实承担起龙头商贸流通企业的责任，把单一贸易功能向集

采购、货运、配送、贸易、金融、信息等服务功能于一体拓展，实现“一社多能”；同时，相关部门应引导企业重点着眼农村消费群体，分析农村居民需求，深入挖掘农村市场，培育消费热点，提升服务水平，推动产品多样化与高质量齐头并进。例如继续实施“家电以旧换新”“汽车下乡”等广受农民欢迎的惠民政策，加强文化娱乐性基础设施建设，激发农村群众享受型消费需求。

只有通过不断的市场培育，真正打通面向群众的“最后一公里”，才能促进广大农村居民愿消费、敢消费、能消费，充分享受社会进步的成果，助力我市乡村振兴实现高质量发展。

## 提振消费信心是关键

关华

生活水平提高，人人都渴望通过消费共享社会发展成果。对于农村消费市场，如何提振人们的消费信心更是重中之重。

提振消费信心首先要让群众能放心消费。笔者了解到，我市市场监督管理部门通过“铁拳”行动，对城乡民生领域开展大规模整治；供销系统通过建立流通网络，保障质量的同时稳定价格，从一定程度上铲除了假冒伪劣商品的生存土壤，但是，农村消费市场治理还需要久久为功，在建立长效监管机制上下功夫，让农民不再为买到假货而伤心，真正做到放心消费。

提振消费信心也应当尊重农村消费者的消费意愿。想买的东西买不到，不想买的东西送上门，这是很

多农村消费者的苦恼。前几年，我市组织的“汽车下乡”“家电下乡”无疑是成功之举，顺应了农村消费市场的需求，可谓“及时雨”，如今，随着电子商务的蓬勃发展，农村消费市场也发生了很多变化，农民消费提档升级迫在眉睫，大家消费中更关心的是“最后一公里”是否通畅，例如，自己网上购买的商品能不能尽快送到家，自己家种的农产品能不能及时卖出去的问题，这一买一卖关乎日常消费，更关乎产业发展，需要供销、商务、交通运输、农业农村等部门共同去破解难题。

中央经济工作会议提出：2023年，将着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置。而广大的农村消费市场仍蕴含着无限的潜力，相信在乡村振兴的新征程中，我市群众的消费意愿潜能将不断被激发，最终汇集助推高质量发展的强大动能。

## 建成一张网—— 不出村的赶集买卖

进入8月，是猕猴桃生长的关键时期。眉县横渠镇文谢村的村民李满仓，早早就从村里的供销服务社拉回高钾型复合肥，给猕猴桃追施有机肥。“我们村都种猕猴桃，有机肥不用出村，就能买到，方便！”

同样在麟游县酒房镇万家城村，村民何文娟在村口的超市拿到了快递，是她给孩子买的新衣服。“三天前下的单，今天就收到了，快！”

不用出村，就能连接大千世界，网购大到家用电器小到针头线脑，卖出各类农产品及手工艺品。在宝鸡，不论是秦岭腹地的太白，还是关山脚下的陇县乡村，随处都能感受到便利。

这些便利，来自于我市供销、商务、农业农村、乡村振兴等部门协作配合，不遗余力地建网、布点。

就拿建网来说，市供销社通过实施“农村流通网络提升三年行动计划”，培育村级供销社63家、农村综合服务社1486家，建成农资、食材、日用品等各类配送中心25个、各类经营网点2463个，可以说，流通网络的触角遍布我市每一个村庄。通过这张网，各种新鲜、优质的生活用品源源不断地销往农村市场，通过这张网，农民的需求也能被尽快获知、及时配送，真正解决了农民买难卖难的问题，这个网，也是帮助农民增收的最有效途径。

化肥是农民不可或缺农资。市供销合作社副主任朱胜利告诉记者，为了确保农资供应

充足、质优价稳，我市12个县区 and 宝鸡高新区以农业生产资料公司或基层供销社为主体，组建成立了宝鸡供销农资供应联盟，健全议事机构议事规则，组织农资联盟对接生产厂家集中采购、零差率配送，仅去年一年就组织调运化肥11.83万吨，销售8.7万吨，为我市农业发展奠定了坚实基础。