

顺应新趋势释放农村消费潜力

作者简介

张海鹏
芦干文

中国社会科学院
习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心特约研究员

核心提示

消费是经济增长的主要引擎,是畅通国内大循环的关键环节,是满足人民对美好生活向往的重要途径。近年来,我国农村基础设施不断完善,农村市场环境持续优化,有效促进了农村经济发展和农村居民消费。但也要看到,农村消费市场扩容与提质升级仍面临不少制约。要顺应新趋势新变化,更好满足农村居民消费需求,充分释放农村居民消费潜力,为推进乡村全面振兴、实现经济高质量发展注入源源不断的动能。

满足农村居民消费扩内需促增长

消费是最终需求,是人民对美好生活向往的直接体现。农村居民消费需求既包括衣食住行等日常生活需要,也包括养老、健康、教育、娱乐、文化、体育等高品质生活和全面发展的需求。当前,全国具备条件的乡镇和建制村100%实现直接通邮、通硬化路、通客车,累计建设超33万个“一点多能、一站多用”村级寄递物流综合服务站,“客运邮路”“货邮同网”等

模式快速发展,“城货下乡、山货进城、电商进村、快递入户”变为现实,通5G行政村占比超90%,农村电力网平均供电可靠率达99.9%。消费基础设施建设的巨大成就,让农村居民可以更好享受现代生活带来的消费便利。进一步把农村居民的生活愿景变成具体的消费场景,提供更便利的服务、更舒适的环境、更丰富的产品,更好满足农村居民消费需求,是满足

农村居民对美好生活向往的重要途径,也是农业农村现代化的应有之义。

党的十八大以来,城乡居民人均可支配收入比持续下降,农村居民与城镇居民消费需求呈现趋同趋势,消费结构和消费层次差距不断缩小。2024年,农村居民边际消费倾向为0.77,城镇居民为0.66,农村居民边际消费倾向明显高于城镇居民;相较于2019年,农村居民人均消费支出

增长44.7%,增幅高出城镇居民21.5个百分点,城乡居民人均消费支出比从2.1缩小到1.8。预计未来农村居民收入增速仍将高于城镇居民,农村居民消费内容拓展和结构升级蕴藏的增量空间十分巨大。满足农村居民消费需求,是扩大需求总量的有效抓手,也是拉动经济增长的重要引擎。

消费关系到产品价值的最终实现,是社会再生产循环的

关键环节。城乡居民消费不充分不均衡会制约消费环节在社会再生产中的作用,进而影响国民经济循环的顺利进行。2024年,农村居民人均消费支出是城镇居民的55.8%。城乡居民消费的短板在农村,拓展消费增量、推动结构升级关键在于提升农村居民消费水平。更好满足农村居民消费需求,有助于化解消费不充分不均衡问题,促进国民经济循环畅通。

顺应农村居民消费需求变化趋势

2024年,我国乡村消费品零售额同比增长4.3%,增速高于城镇0.9个百分点,占社会消费品零售总额的比重提升至13.7%。虽然农村消费增速快于城镇,但仍存在一些因素影响农村居民消费持续增长。只有顺应农村居民消费需求演变趋势,抓准制约农村居民消费的关键因素施策用力,才能释放农村居民消费巨大潜力。

人口动态变化改变农村居民消费结构。目前,农村人口加速老龄化,农民工返乡增多,使农村居民消费需求呈现新的分化特征。留守农村的年

轻人受城市同龄人消费理念影响,向往时尚新奇富有体验的产品和服务;返乡务工就业人员曾长期在城镇居住生活,消费习惯已与城镇居民趋近。消费新业态、新模式正加速向农村渗透,形成新的消费增长空间。以网络零售为例,2024年农村网络零售额达到2.56万亿元,是2014年的14.2倍,占全国网络零售总额的比重从2014年的6.5%增加到16.5%。同时,人口老龄化使农村居民对养老、医疗、健康等相关产品和服务需求迅速增长。这些都改变了农村居民以传统衣食

住行为主的消费需求结构,使消费需求呈现多样化、分众化的新趋势。

消费市场分化影响农村居民消费格局。城乡消费市场的结构和质量差异,是城乡二元结构长期作用的结果。相较于城市消费市场,农村消费市场产品和服务种类供给相对不足,消费基础设施、质量水平及配套服务差距较为明显,难以满足农村居民就地消费需求。农村居民对文化、教育、娱乐、健康、养老、体育等领域的消费需求迅速增长,但相关产品和服务供给仍有向城市进一步

集中的趋势。这使得农村消费市场的供给结构和演变趋势,与农村居民的消费需求结构和演变趋势存在错配矛盾。农村居民需要优质产品和服务,只能跨区域、远距离到城市消费。这既增加了农村居民的消费成本,也影响了其在农村的就地消费。

服务供给瓶颈制约农村居民消费升级。产品服务化、场景服务化是适应消费内容、理念和方式变化,引领城乡居民消费升级的必然趋势。专业化、标准化、规范化的配套服务已成为产品和服务触达消费

者的关键,也是消费升级的重要内容。目前,相应领域服务体系滞后正成为制约农村居民消费需求的主要因素。如农村老人对助餐、助洁、助医、代办等居家养老服务有迫切需求,但农村养老服务体系建设不到位,可持续的服务供给运营机制尚待探索,导致养老服务供给成本高、效能不足,农村居民参与意愿和购买意愿不足。农村冷链、电商、教育、托幼、文化等服务体系建设滞后,造成其产品和服务供给成本高,相应领域农村居民消费潜力释放受阻。

锻长补短提升农村消费水平

满足农村居民消费需求,要从决定和制约消费行为的关键因素着手,持续增加收入,增强消费能力。需坚持系统思维、分类施策,以城乡消费市场有效衔接和融合发展为方向,努力为农村居民创造良好消费环境。

一是持续增加农村居民收入。消费是收入的函数,收入直接影响农村居民消费的量 and 质。满足农村居民消费需求首先要推动其收入持续增长,增强其对所需产品和服务的购买能力。要顺应农村居民城乡流动趋势,健全衔接城乡、全面覆

盖的就业创业服务体系,聚焦青年人、老年农民、留守妇女等重点群体,针对性提供就业创业服务,拓展创业范围,增加就业机会,持续增加农村居民经营性和工资性收入。不断加大财政投入和政策支持力度,提升农村居民养老、医疗、就业等社会保障水平,增加转移性收入,消除农村居民消费的后顾之忧,释放其蕴藏的消费潜力。

二是健全城乡消费市场体系。县域是满足农村居民消费需求的主要空间,要把面向农村居民的消费市场及服务体系建设作为促进县域城乡融合发展

的重要内容。推进县域城乡各类批发市场、零售市场、商超门店规范化建设,补齐农村冷链、物流、配送、仓储等短板,融入区域专业物流体系,促进更多优质产品和服务触达农村居民。全面加强农村市场管理、食品安全、质量监督、消费维权等,尽快实现县域内城乡统一,让农村居民享受到优质产品和服务。

三是补齐普惠公共服务短板。聚焦农村居民急难愁盼问题,以县域城乡融合发展为切入点,加快推进县域内公共服务资源普惠共享,提高农村教育、培训、医疗、养老、文化等公

共服务水平。聚焦提升农村公共服务可及性和便利性,加强基础设施建设投入力度和公共服务财政保障强度,优化机构布局,建设县乡村衔接配套的服务网络,分类探索综合配套、专业规范、集约高效、广泛参与、持续运营的公共服务供给机制,让农村居民就近享受低成本高效能的公共服务,增强农村居民获得感、幸福感和安全感。

四是拓展丰富消费场景。立足让农村基本具备现代生活条件,把农村居民对美好生活的向往变成可实现的消费场

景。结合农文旅、康养休、游玩购等新产业新业态,研创适合农村居民的消费场景,普及绿色健康消费理念和方式,引领农村居民消费新风尚。规范直播带货、视频展示、场景体验、图文宣传等新型营销方式,加强电商平台和售后服务监管,有效维护农村居民消费权益。注重树立正确消费观,引导农村居民合理消费,把握好超前消费的度,避免奢侈消费、透支消费。(摘编自《经济日报》)