

“双循环”背景下加快培育农村新型消费研究

——以江西省为例

李小玉 陶虹佼 徐蒙¹

【摘要】：“双循环”新发展格局下，加快培育农村新型消费、充分释放农村新型消费需求已成为当下刺激、拉动农村消费的共识，也是政策的新着力点。本文以江西省农村居民消费为对象进行分析发现：江西省农村居民消费面临着整体规模不大、消费层次偏低、新业态新模式下沉偏慢等问题，而这主要是由于农民收入水平相对偏低、农村空心化现象突出、农村地区新业态新模式供给不足、基础环境发展欠优以及农村地区对外辐射能力较弱所致。基于研究结论，本文提出应从提升新型消费能力、壮大新型消费主体、拓展新型消费空间、改善新型消费环境、创造新型消费热点五个方面打通农村新型消费存在的“堵点”，促进农村消费升级。

【关键词】：农村 农民收入 新型消费

【中图分类号】 F323.8 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006-5024(2021)08-0083-13

一、引言

近年来，消费已成为我国经济发展的主引擎，其中，以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速发展，有效保障了居民日常生活需要，特别是新冠肺炎疫情发生后，新型消费有力推动了国内消费恢复，促进了经济企稳回升。据我国第七次全国人口普查数据显示，居住在乡村的人口为 5.1 亿，占全部人口 36.11%。因此，农村仍是一个巨大消费市场，其对新型消费的需求也在快速增长。在“双循环”背景下立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，推动经济社会高质量可持续发展，必须在推动农村消费尤其是农村新型消费上下工夫。但是，与城镇居民拥有较为完备的新型消费链条不同，目前农村居民新型消费需求的满足仍存在很多“堵点”。江西作为中部地区经济欠发达省份，也是我国农业大省，如何研判形势，合理定位，找准农村新型消费的难点与突破口，是大力实施乡村振兴战略，实现“双循环”背景下江西经济高质量发展的重要战略选择，同时，也可为其他地区促进农村新型消费提供借鉴。

二、理论基础及文献综述

（一）新型消费及农村新型消费

1. 新型消费

新型消费是以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征、区别于传统接触式线下消费的消费模式。直播带货、网红经济、国潮热、在线教育、网络医疗……这些新业态、新模式蓬勃发展，有效满足了人民群众的需求。2021 年上半

¹**作者简介**：李小玉，江西省社会科学院研究员，研究方向为区域经济

陶虹佼，江西省社会科学院助理研究员，研究方向为区域经济

徐蒙，江西省社会科学院编辑，研究方向为人口、资源与环境经济。（江西南昌 330077）

基金项目：江西省社会科学院学习贯彻党的十九届五中全会精神专项课题“打通我省农村新型消费‘堵点’的对策建议”（项目编号：21WT08）

年，全国实物商品网上零售额同比增长 18.7%，增速比上年同期提高 4.4 个百分点。^[1]2021 年“618”期间，天猫平台直播带货总交易额达 645 亿元，占总交易额的 11%。新型消费的强大生命力可见一斑^[2]。

当前，世界正面临百年未有之大变局，全球经济增速放缓、逆全球化端倪显现、贸易保护主义抬头，面对这种新形势，党中央提出，要充分发挥国内超大规模市场优势，逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。消费是一切经济活动的起点和落脚点，也是扩大内需、增强经济增长持久动力的主要着力点。在“双循环”新发展格局下，随着“新基建”的不断夯实，“新经济”的持续发力，消费正在被重新定义，“新消费时代”已经开启。支持新型消费发展，短期内有利于克服新冠肺炎疫情对传统消费的影响，推动消费回暖；从中长期来看，只有顺应消费升级态势，把握消费新趋势，充分激发市场活力，才能进一步带动消费扩大内需，壮大新的经济增长极，助力“双循环”，推动稳增长。

2. 农村新型消费

农村市场是我国国内消费市场的重要组成部分，近年来农村消费保持较快增速，在整个消费市场中的地位愈发凸显。根据国家统计局发布的数据显示，2014 年以来，我国农村消费市场的平均增速快于城镇近 1.2 个百分点。2020 年尽管受到新冠肺炎疫情冲击，仍表现出较强韧性，全年乡村消费品零售额达到 52862 亿元，部分地区增速由负转正，极大助力了全国消费稳步复苏^[3]。2021 年，乡村市场恢复自 3 月份开始明显改善，二季度乡村消费品零售额两年平均增速比一季度加快 1.6 个百分点^[1]。

从发展趋势看，农村消费不仅总量在稳步增长，质量也在不断提升，表现为明显的升级态势。2020 年，全国农村网络零售额达 1.79 万亿元，最终消费支出占 GDP 的比重为 54.3%^[4]。随着乡村振兴战略的实施，一方面，农村地区的商品流通基础设施将得到进一步提升，直播带货、电商助农、绿色消费等新型消费方式将不断下沉，农村消费者将能够愈加方便地参与到消费链之中；另一方面，由于政策红利释放、收入持续提升、社会保障逐步完善以及消费观念的更新，必然重塑农村社会的消费模式，推动农村消费升级。

2021 年 1 月，《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》提出要全面促进农村消费，深入推进电子商务进农村和农产品出村进城，推动城乡生产与消费的有效衔接，满足农村居民消费升级需要。《2021 年国务院政府工作报告》提出要健全城乡流通体系，加快电商、快递进农村，扩大县乡消费。2021 年 6 月 1 日正式实施的《中华人民共和国乡村振兴促进法》是我国第一部直接以“乡村振兴”命名的法律，标志着乡村振兴战略迈入有法可依、依法实施的新阶段。在各项利好政策的基础上，全面激活农村消费大市场，尤其是挖掘新型消费潜力，对于促进乡村振兴、满足人民对美好生活的向往、构建新发展格局都具有重大战略意义。

（二）文献综述

近年来，学者对农村消费进行了广泛研究，在农村消费市场外延方面，魏国强（2021）指出，农村消费市场是我国经济发展的巨大潜力市场，其与农民市场之间的关系并非完全等价的，该市场的消费者往往是由农民与非农民共同构成^[5]。在影响农村消费的因素方面，有的学者从农民收入角度进行分析指出，收入多样化不仅有利于保障农村家庭的可持续性消费，从而增加我国农民的总消费，而且可以直接增加农民的收入，进而鼓励他们增加消费^[6-8]。有的学者从农村网络发展的角度展开讨论，如消费升级方面，王宸圆（2020）认为，农村电商的发展会通过成本下降渠道、消费增加渠道和收入增长渠道促进农村消费升级^[9]。许英明等（2019）认为，农民信息接收能力的高低也会显著影响消费升级的门槛，具体而言，农村电商平台的持续发展为农村消费者打通了信息接收的通道，使农村的商品和服务具有更大的消费市场^[10]。有的学者则从商品流通的角度进行分析，如徐雅静（2018）的研究表明，农村流通网络覆盖率正向影响农村居民消费水平，同时，城乡双向流通体系的构建有助于降低农产品滞销风险，对扩大农村消费市场有重要作用^[11]。还有的学者从农村养老保险对消费的影响角度进行研究发现，参加新农保对提升农村家庭创业概率（周广肃等，2016）^[12]、缩小消费差距并提高整个社会分配的公平性（周广肃等，2020）^[13]、提高农村家庭的基础型和享受型消费支出（蒋姣，2020）^[14]、降低未来预期不确定性并提高农村居民消费水平（朱诗娥等，2019）^[15]等方面都

具有重要意义。具体机制方面，朱诗娥等（2019）认为，虽然新农保对不同家庭的影响存在差异，但均表现为收入效应和预期效应^[16]。在农村新型消费方面，有学者认为，与城镇居民相比，农村居民的消费方式同样遵循由苦难型过渡到传统型再到新型消费的路径（刘敏，2021）^[16]。随着农村消费品市场供给体系的逐步建立，为了获取更加丰富的农村市场份额，市场供应主体基于对农村消费需求、消费习惯、农民购买能力等诸多要素的分析进行了不同销售策略的制定，对农村新型消费形式的发展产生了推动作用（李晓艳，2013）^[17]。虽然互联网的发展加速了居民消费在观念及方式上呈现出的便捷化、个性化、品质化、社交化和价值化（张颖熙等，2021）^[18]，但农村新型消费发展过程中仍面临着一系列难题，如周艳等（2021）分析指出，一方面农村居民精神文化生活局限性较大，消费观念相较落后，新型消费难以普及，另一方面农民消费维权意识不强，这就导致农村市场充斥假冒伪劣产品，售后服务缺位，进一步挫伤农村居民消费意愿与信心^[19]。在刺激农村消费方面，学者们从多个方面提出了对策建议，如李红艳（2020）认为新型城镇化能够缩小城乡居民收入差距，从而达到刺激农村消费的目的^[20]。赵海明（2017）从农村消费市场的产品供给、消费水平、宣传及促销方式、农民价值取向等方面探讨了更符合农村市场的营销策略^[21]。尹丽萍（2021）从巩固传统消费、促进新型消费健康发展、坚持以农民增收为中心，鼓励农民“钱袋子”等方面提出建议^[22]。张翼等（2020）强调实现农村居民收入稳步增长、拓宽农村居民劳动收入渠道对居民消费和物价波动承受能力的研究具有重要的现实意义^[23]。

由文献分析可知，目前关于农村消费的研究较为丰富，对本研究具有重要的指导作用。但是，在农村新型消费方面，由于新型消费是经济发展到一定阶段才出现的新现象，发展时间并不长，相关研究成果还不丰富，而农村新型消费越来越成为拉动经济增长的重要动力，是扩大消费的重要增长极。因此，研究农村新型消费对促进国内消费市场快速发展极具意义。本文以农业大省江西省为研究对象，通过分析江西省农村消费现状及阻碍农村新型消费发展的“堵点”问题，探索打通“堵点”的对策建议，以期充分释放我国农村新型消费需求，推动我国农村新型消费扩容提质提供有益参考。

三、江西省农村消费发展现状

（一）农村消费增势向好，但规模仍不大

1. 农村消费品零售额增速较快，但总量偏小

2020年，江西省社会消费品零售总额为10371.8亿元，同比增长3.0%。其中，城镇消费品零售额为8746.6亿元，同比增长2.7%，农村消费品零售额为1625.2亿元，同比增长4.5%^[24]，农村增速高于城镇增速。但是，从总量看，农村消费总量远低于城镇，农村占比仅为15.67%。据数据监测，2020年江西省农产品网络零售额为56.01亿元，可比同比增长24.5%，高于全国增速5.8个百分点^[25]，说明江西农村新型消费呈现良好发展态势。但是从总量看，规模还不够大。2020年，江西网络零售额突破1500亿元^[26]，而农产品网络零售在其中只占3.74%；2020年，全国农产品网络零售额达5750亿元^[27]，而江西农产品网络零售在其中只占0.98%。

2. 农民收支增速较快，但消费水平仍相对偏低

从图1可以看出，2015—2019年，江西省农村居民人均可支配收入增速与人均消费支出增速（除2017年）总体高于城镇居民，2020年受新冠肺炎疫情影响，农村居民人均消费支出增速虽有所下降，但仍保持正增长，而城镇居民人均消费支出降幅明显，消费支出呈负增长。但是，农村居民人均消费支出水平仍远低于城镇居民（见表1），说明江西省农村居民消费水平仍相对落后。



图 1 2015—2020 年江西省城乡居民人均可支配收入及消费支出增速（单位：%）

表 1 2015—2020 年江西省城乡居民人均可支配收入及消费支出

	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
城镇居民人均可支配收入	26500	28673	31198	33819	36546	38556
农村居民人均可支配收入	11139	12138	13242	14460	15796	16981
城镇居民人均消费支出	16732	17696	19244	20760	22714	22134
农村居民人均消费支出	8486	9128	9870	10885	12497	13579

数据来源：江西省统计局。

3. 农民消费意愿增强，消费潜力亟待释放

可以看出，2015—2020 年，江西省农村居民人均消费支出在中部地区以及全国的排名虽然落后于人均可支配收入排名，但呈现上升态势。另外，从以农村居民人均消费支出占人均可支配收入比重衡量农村居民的边际消费意愿数据可知，江西省农村居民边际消费意愿在中部地区和全国排名有所提升，说明农村消费作为消费市场的重要组成部分，未来发展潜力巨大。

（二）农村消费结构趋优，但层次仍偏低

1. 恩格尔系数呈下降趋势，但仍以基础性消费为主

2016—2019 年，江西省农村居民恩格尔系数总体呈下降趋势，且下降速度快于城镇，但总体水平仍高于江西省城镇以及全国农村居民平均水平，说明江西省农村居民消费结构较城镇居民及全国农村居民消费水平仍有一定差距。

从江西省农村居民整体消费结构来看，2016—2019 年，虽然江西省农村居民家庭人均消费支出逐年上升，但 2017 年以后消费支出占比却持续下降，说明农村居民面临的工作、学习、生活等压力较大，对收入的使用谨慎而留有余地。同时由图 2 可知，江西省农村居民家庭人均衣食住行消费占消费支出的比重虽然由 2016 年的 75.47%下降为 2019 年的 73.73%，但总体占比仍较高，表明现阶段农村家庭的主要支出费用仍为日常开销，消费相对比较保守。

2. 精神文化消费需求上升，但稳定性差

随着现代服务业向农村延伸，农民对文化消费、健康消费、知识消费、心理消费、兴趣消费等的需求逐步凸显，尤其是移动互联网及宽带等的普及，农民的消费方式、支付方式都有了很多调整和改变，消费的核心内容不再仅仅是物质的消费而更多包含精神层面的消费。如据调研，采茶戏和黄梅戏已成为南昌县农村居民文化消费的主要内容，在重要节庆日即使演出价格上涨 2—3 倍，也仍会存在网上一“团”难求的情况；2019 年吉安县完成送戏下乡 145 场次，送电影下乡 4768 场次，举行庆祝新中国成立 70 周年图文乡镇巡回展 52 场，观展人员 4 万余人。2019 年 1—8 月，江西省国有院团下乡演出 5060 场，观众近 283 万人次、收入达 1421 万元。这些数据说明农村居民对精神文化消费需求日益上升，但这种需求往往主要集中在重要节庆日，尚未形成常态化。与此同时，农家书屋、农村大舞台等文化设施在农村逐渐推开，如 2019 年江西省乡镇文化站机构数达 1598 个，建设力度也不断加强，但有的文化设施闲置率较高，未达到应有的效果，如 2019 年江西乡镇文化站提供的文化服务惠及人次偏少，仅位于中部六省中的第 5 位。

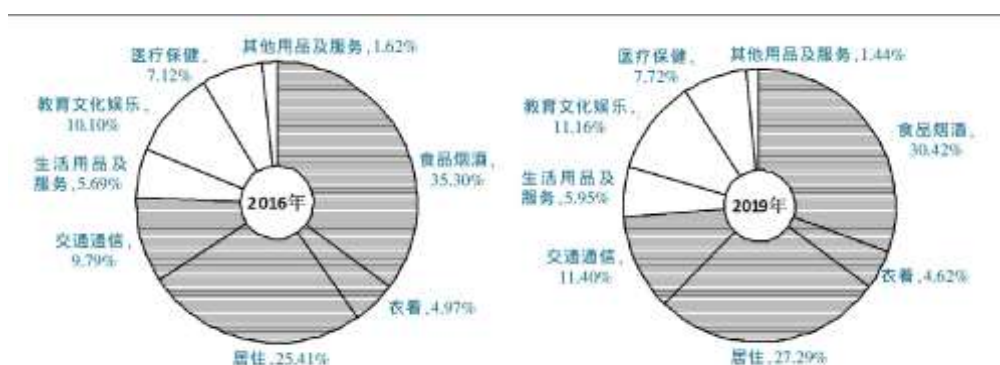


图 2 2016 年和 2019 年江西省农村居民家庭人均消费支出占比情况

（三）新业态新模式加速涌现，但下沉偏慢

1. 新型消费平台持续增加，但地区发展不平衡

据统计，2016—2020 年，江西省有 30 个县（市）被列为全国电子商务进农村综合示范县 1。另据《2020 中国淘宝村研究报告》显示，2020 年江西省淘宝村较上一年增加 15 个，达 34 个。其中，年交易规模超 1 亿元的“亿元村”共 5 个，在中部六省中排名第一^[28]。但是，总体而言，江西省农村新型消费平台发展还不够快，比如 2020 年全国有淘宝村 5425 个中，江西占比仅为 0.63%；全国有 745 个亿元淘宝村，江西仅有 5 个，占比仅为 0.67%；且江西 34 个淘宝村中有 17 个在赣州市，5 个亿元淘宝村也都集中在赣州，呈地区发展不平衡现象。

2. 商贸设施逐步强化，但联动建设不强

近年来，江西省连锁超市向农村延伸、农村菜市场改造、农村商贸中心建设等项目工程持续推进，如吉安县积极引进商贸综合体入驻乡镇集镇，每个乡镇均有一个大型商超和农贸集镇。但是总体来说，江西省农村商贸基础设施层次低、覆盖窄、碎片化等问题仍然较为突出，县乡村联动发展力度不够，联动建设意识也较缺乏，未能形成规模效应。

3. 新型消费向新场景延伸，但种类较为单一

随着互联网技术的推进，江西省农村地区线上消费规模逐渐扩大，新型消费开始向新场景延伸。但是，由于农村地区位置较偏且消费人群规模较小，线上消费较多停留在网络购物，其他线上服务如在线教育、在线医疗、在线旅游等发展较慢。新型消费场景落地也较少，“无人经济”、定制消费和“智能+”服务消费等新的消费场景和方式并不多见，生活消费服务综合体落地难。

4. 农村电商加速布局，但效益有待提高

为促进农村电商的发展，江西省加速乡镇电商布局。据调查，截至 2020 年，南昌县有村级电商服务站 66 个，乡镇累计开通 5G 站点数量 764 个，有乡镇电商综合服务中心 4 个。吉安县为畅通消费循环，以祥和物流园落户为契机，实现了农村电商全覆盖。虽然电商在江西省农村地区加速布局，但较多网点面临着重建轻管理的现象，用户少、经营难的困境长期存在，契合本地农民需求的轻量、灵活、低维护、账期短的电商平台发展不足，电商进农村综合效益有待提高。

5. 乡村旅游升级步伐加快，但缺乏优势精品

发展休闲农业和乡村旅游是扩大农村消费、推进乡村振兴的一条重要路径。据统计，2019 年江西省休闲农业的营业收入达到 945 亿元，接待游客突破 6500 万人次^[29]。2019 年春节期间，婺源县旅游的综合收入达到 4.93 亿元，同比增长 19.33%^[30]。但是，江西省乡村旅游、民宿经济、农耕文化体验等新业态尚处于起步阶段。2016—2019 年，江西省乡村获得国家级称号共计 2470 项，在中部六省中排名第 5（见图 3）。2020 年，江西省森林覆盖率稳定在 63.1%，在全国排名第 2，但江西省中国美丽休闲乡村累计数和乡村旅游重点村累计数分别有 30 个和 37 个，全国排名分别位列第 9 和第 7，远低于森林覆盖率排名。整体而言，在打造农村精品旅游方面仍然存在短板，对标对表国家 5A 级景区、国家级旅游度假区标准建设尚有不足。

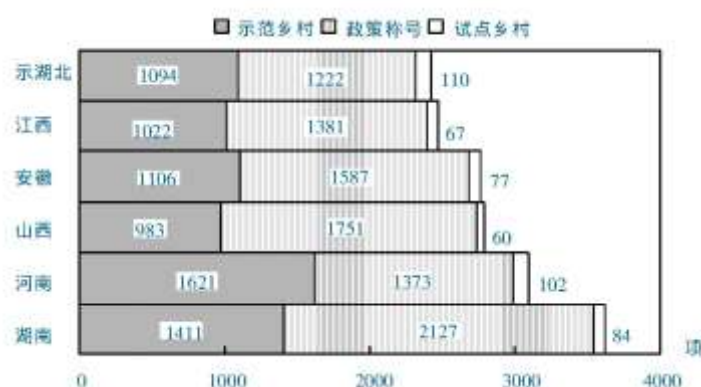


图 3 2016—2019 年乡村获得国家级称号数量（单位：项）

数据来源：国研网-乡村振兴大数据平台。

综上可知，近年来，江西省农村消费在全省整体消费市场中的地位愈发凸显，呈现增势向好、结构趋优、业态模式转新等特点，但同时也存在消费规模不大、层次偏低、新业态新模式下沉慢等问题。这些问题制约了农村经济的快速发展，不利于扩大内需。刺激农村消费是扩大内需的重要着力点，其中新型消费潜力巨大。但是，农民收入增长缓慢、农村空心化现象突出等“堵点”尚未打通，农村新型消费需求难以充分释放。为进一步推动江西省农村新型消费扩容提质，挖掘和释放江西省农村新型消费市场活力和潜力，必须锚定堵点“对症下药”、助力农民实现美好生活跃升。

四、江西省农村新型消费的“堵点”

（一）收入水平相对偏低，难以支撑新型消费扩容

1. 可支配收入低制约了农民直接购买力

农民的收入主要来源于本地农产品经营收入或务工收入。由于农民人均资源占有量少,农业生产增收幅度有限，导致农业生产收入水平相对偏低。由图 4 可知，2015—2020 年江西省农村居民人均可支配收入绝对值低于全国平均水平，总体增速趋于平缓。农产品的产销脱节、销路不畅、收购价格不理想等让农民手中的产品难以快速或通过合适的价格变现，影响了农民增收，也影响了农村劳动力从事农业的积极性，导致农民消费需求下降。与此同时，礼俗社交费用在农村是一项必不可少且花费颇多的费用，如借“彩礼”在农村较为普遍，这进一步压缩了农民的可支配收入。

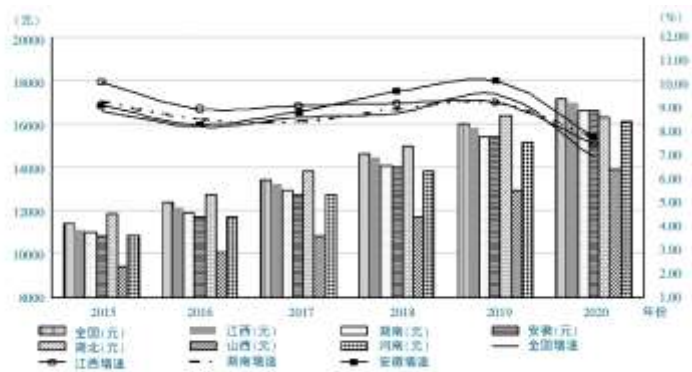


图 4 2015-2020 年全国及中部六省农村居民人均可支配收入及增速

数据来源：国研网-乡村振兴大数据平台。

2. 收入来源不稳挤压了农民的即期消费

一是农业生产收入不确定。农产品收入要承受自然和市场风险，使农民收入变动波动较大，而且农产品在收获、存储、运输等环节都容易出现问題，易产生违约责任风险。二是收入的季节性特征明显。传统农业生产周期长、农产品生产和销售具有季节性且品类较为单一的特点，导致农民收入具有典型的暂时特性。同时，农闲时外出打工收入也具有不稳定性。为平衡不同时期的收入水平，保持消费水平的相对稳定，农民往往压缩即期消费，增加储蓄。

3. 社会保障不完善影响了农民跨时消费

一是政策资源保障不足导致边际消费下降。当前，面向农村的社会保障体系还不够完善，农业保险、农村最低生活保障、医疗保险和养老保险等制度还不够健全，城乡差距较大，并且养老、医疗等大额刚性支出的挤占以及较高的抚养成本导致农民的边际消费意愿不足。二是城乡社会资源差距大挤占了农民消费资金。如农村教育资源不足，导致出现优质生源外流、优秀教师“出走”、教育质量下滑等问题，为获得更好的教育资源，农民选择进城落户、贷款买房为子女争取更好教育条件，农村地区生源受到很大影响，而外出求学的教育成本、生活成本也较大，导致挤压其他消费支出。此外，农村金融、农业保险等尚不成熟也使得农民要增加预防性储蓄。

（二）农村空心化现象突出，难以支撑新型消费升级

1. 劳动力外流，80、90 后消费主力流失严重

2018—2019 年江西省农民外出从业数量持续上升。由于新型消费以年轻一代为主，劳动力外流使得农村本地新型消费主力严重流失。同时，农村本地劳动力不足，各项基础建设项目推进速度缓慢，也间接提升了消费成本，抑制了农村新型消费。

2. 老龄化明显，新型消费观念转变困难

2016—2020 年江西省农村人口数量呈下降趋势，由 2154 万人下降至 1788 万人，2020 年农村人口占比创新低，首次低于 40%，为 39.56%。² 另外，由于大量的农村劳动力流入城市，农村剩下的多是老弱妇孺，造成常年居住在农村的老年人口比例更大。当前，农村老年人口电商概念缺乏，“触网”意识不强，倾向于传统的实物消费模式和接触式消费方式，消费观念仍然是存钱消费，且注重简单实用、满足生活需要的物品与服务，而这种消费观念形成了农村消费市场产品的同质化和大众性特征，抑制了线上线下消费有机融合，不利于农村新型消费热点的形成和需求的扩大，弱化了消费对生产的刺激作用，限制了农村新型消费的发展。

（三）新业态新模式供给不足，难以引领新型消费潮流

1. “互联网+服务”融合有待深入

一是供给体系滞后。大型商贸流通企业和互联网平台企业向下延伸到农村的数量有限，企业开展的线上促销活动难以惠及广大农村地区，小卖部仍然是农村零售的主要载体，成熟有序的农村实物消费和服务消费市场尚未成形，难以满足农村居民多层次多样化消费需求。同时，农村存在商业网点少、规模小的问题，而且每个乡镇网点布局较为分散，在一定程度上制约了农村消费增长。二是新业态下沉较慢。农村地区新一代信息技术应用场景大多停留在电商层面，向学习、工作、生活领域覆盖不广，在线教育、在线医疗等领域亮点不足，基于农民的个人定制消费则更少。

2. 专业队伍建设亟待加强

一是存量少。据统计，“十三五”期间，江西省农村具有大专及以上学历人员不到十分之一，难以满足现代化的市场即电子商务市场销售需求^[26]。专业人才的匮乏很大程度上制约了农村经济的发展，难以激发农村消费活力。二是新增慢。有些农村地区缺乏引导和激励互联网人才下乡创业的相关政策措施，对农村电子商务人才培养、培训的力度不够大，部分培训流于形式。另外，较为落后的经济环境和文化氛围往往也阻碍了电商人才来到农村进行创业。

（四）基础环境发展欠优，难以释放新型消费潜力

1. 基础设施建设亟待健全

农村基础设施与城市相比还有很大的差距，水电路网基础设施不健全、农村人居环境整治任务依然繁重、村庄污水处理设施覆盖率偏低、部分地区无害化卫生厕所比例还不高等影响了农村消费市场的发展，农村产业发展的环境保护能力较弱，工业“三废”和城市生活垃圾等污染扩散问题仍然突出，基础设施建设不完善制约了农村居民消费升级，在一定程度上加速了年轻一代农民离开农村。

2. 商贸流通体系尚待完善

一方面，产地批发市场、产销对接、鲜活农产品直销网点在农村的辐射面不广，配送的时间较长、配送的成本较高都增加

了经营者成本，农产品进城的“最初一公里”尚未完全畅通，导致农民缺乏长期的消费预期。如冷链物流建设方面，目前江西省冷库保有量为 129.3 万吨，排在全国第 18 位，能力严重不足，而山东为 580 万吨，广东、江苏、河南等省份也都在 300 万吨以上^[31]。另一方面，大型商超、便利店、农贸市场等商业网点布局欠科学也增加了采购成本，加上农村消费具有较强季节性，暂时性的消费难以激发快递企业的参与意愿，工业品下乡的“最后一公里”问题仍然没有得到有效解决，降低了农村消费者享受新型消费的便利性。

3. 监管及执法力度有待加大

由于农村消费市场管理不够规范，在城市生存空间越来越小的“山寨货”大量涌入农村，“农村里的山寨货”甚至被列入“2018 年十大消费侵权事件”。由于缺乏有效的市场监管手段，导致农村消费市场长期存在质次价高、服务质量参差不齐等问题，打击了农村居民的消费积极性，危害着农村消费品市场的健康发展，制约了农村居民新型消费升级。

（五）辐射能力较弱，难以增强新型消费引力

1. 农村经济亟待壮大

一是强镇不多。在《2019 中国千强镇排行榜》中，江西省仅 31 个镇上榜，而江苏省有 201 个镇上榜，浙江省有 157 个镇上榜，广东省和山东省上榜城镇也超过 100 个上榜。二是产业结构不够优化。“大路货”农产品多，优质特色精品农产品产量不够、供给不足。据统计，江西省农产品加工多以初加工为主，全省农产品加工率约 63%，低于全国平均水平 4~5 个百分点^[26]。江西省农村经济发展还不够强大，这也导致外出务工人员返乡或外地人员进入江西农村创新创业的动力不足，不少优秀人才不愿意来到农村发展，更缺乏长期的坚守。

2. 特色品牌打造不精

一是农产品品牌散弱小。如《中国特色农产品优势区（第四批）》共有 79 个，其中江西省仅入选 4 个，《中国农业品牌目录 2019 农产品区域公用品牌》300 个特色农产品区域公用品牌中江西省仅有 12 个品牌入选。二是乡村旅游资源盘活不充分。一些农民拥有的房屋等资产闲置“沉睡”，以乡村旅游为核心的商业支撑构架尚未形成，乡村自然和文化资源与旅游融合还不深入。

3. 现代化建设水平不高

一是公共服务配套滞后。有的地方学校硬件薄弱、医疗设施不足、市场化社会化养老服务欠缺、乡村公共文化服务滞后，未能满足农民基本需求。二是资源要素渗透不强。农业现代化资源要素注入不够，现代科技、人力资本投入等内生基础薄弱，导致农业发展造血功能不强，传统农业与现代服务业之间存在失衡现象。

五、打通江西省农村新型消费“堵点”的对策建议

（一）持续推进农民增收减负，提升新型消费能力

农民口袋里有钱，才有底气消费。因此，要下大力气实施乡村振兴战略，以产业振兴为中心，逐步提高农民收入水平，为开拓农村消费市场奠定扎实基础。

1. 拉一把，提供更多更好的就业机会

近年来，江西省在提高农村贫困人口收入方面已作了很多努力，并取得了巨大的成就，如期完成了脱贫攻坚目标任务。今后需要继续巩固脱贫攻坚成果，以农村产权制度改革为切入点，结合农村产业特点和资源优势，以发展农业龙头企业或合作社为引领，在坚持土地所有权不变、承包关系不变和农民自愿的前提下，通过政府引导，政策鼓励，区别情况，实行反租倒包、承包经营、租赁经营和委托代耕等新形式，引导农民走土地流转、规模经营的路子，提高农业生产的效率和质量，提高土地附加值，增加农民收入。以加大农民职业技能培训为切入点，做好农民工培训、在职培训、技术工人培训工作，提高农民自主创业、自主择业的能力，培养新型职业农民。运用“互联网+”“直播带货”等方式千方百计扩大农产品销售，让农民手中的农产品能更快变现，让农民更多分享二三产业增值收益。有条件的供销合作社可以探索开展土地托管等农业社会化服务，拓展订单农业、直供直销、中央厨房等新的业态，帮助农民降本增效。加大招商引资力度，适当放松管制，降低用地成本、用电成本、融资成本、上网成本等，让更多企业愿意落户乡镇。

2. 托一把，健全农村社会保障体系

建立健全与经济发展水平相适应的农村社会保障体系，有利于改善农村弱势群体和贫困群体的生活，减轻家庭负担、增加农民福利，让他们有保障基本生活的消费能力。为常态化防控新冠肺炎疫情，应在向农村足额、按时发放社会保障转移性收入的基础上，通过调研和测算，分阶段地提高农村养老保险、新型农村合作医疗、农村最低生活保障和农村五保户供养等政府转移支付标准，增加农村低收入群体的可支配收入。推进新业态新模式从业人员参加社会保险和医疗保险，提高参保率。此外，还要继续推动城乡一体化，使农民享有与城市居民同样的医疗卫生、文化教育、基础设施、社会保障等公共服务产品。

（二）鼓励回乡就业创业，壮大新型消费主体

找到职业的内生动力，吸引并留住更多年轻人回乡创业、就业、安居，是解决农村消费主体尤其是新型消费主体不足的根本。

1. 用乡情吸引人才

摸清年轻人的心理、需求和期盼，充分运用思乡情结，解决好生活、创业、成长的问题，在现代农业、乡村旅游、乡村民宿、农村电商等产业项目方面加强政策支持和引导，补足基础设施和社会公共服务等软硬件“短板”，吸引一批会经营的“农创客”、懂技术的“田秀才”、善研究的“土专家”等各种各样的人才回到农村，带动整个农村解放思想、创新创业。

2. 用事业留住人才

构建优质的培训平台、网络平台、金融平台、服务平台，开展创业大赛等活动，借助电商等第三方力量，为青年人提供优质的创业服务，培养和带动更多人才进行低门槛创业，努力提升小微企业主和个体经营者的收入。尤其在农村电子商务方面，可以以会昌县、万载县、全南县等国家电子商务进农村综合示范县项目为平台，安排农村电商发展专项资金，专款用于农村电商培训、农村电商场地建设维修以及租金补贴等。在设立财政专项奖补资金的基础上，进一步加大金融扶持，通过财政贴息等方式支持农村电商企业进行贷款，同时撬动社会资本投入，多方位拓宽农村电商企业发展的融资渠道。按照商务部和财政部制定的《积极发展农村电子商务拓宽农产品销售渠道工作督查激励措施实施办法》，学习黑龙江五常市等被列入激励名单的10个市县创新发展农村电商产业的先进经验，建立供应链服务体系，推动产业与互联网深度融合，打造电商产业集聚区。

（三）发展新业态新供给，拓展新型消费空间

既要努力提供符合农民基本需求和农村消费市场特点的商品，加快一般消费品的提质升级，又要鼓励增加文化、通信、娱乐、健康等生活服务类消费，通过新的供应体系重塑农村消费市场和农民消费习惯。

1. 提振大宗新型消费

按照《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》要求，瞄准大宗新型消费，激发农村消费潜力释放。一是加大新能源汽车的推广力度。为促进适合农村地区的新能源汽车消费升级，引导农村居民转变出行方式，可由省级财政给予适当财政补贴，组织国内车企提供安全可靠、配置丰富、空间合适、性价比高的车型开展新能源汽车下乡专场活动，并提供金融服务支持。二是鼓励家具家电更新消费。有条件的地区可以对淘汰老旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具的农村家庭给予补贴。同时，把家具家电等纳入再生资源回收体系，支持资源再利用相关企业和互联网平台在农村地区开展废旧家电家具回收。

2. 培育消费新业态新模式

一是改变经营方式。鼓励企业积极转变经营理念，以农村地区的用户为核心，整合实体门店、网上商店等诸多渠道资源，开展直播电商、社交电商、社群电商、“小程序”电商等智能营销新业态，为消费者提供个性化、多元化、定制化的全方位一站式消费体验。随着消费需求的不断增加，应引导乡镇商贸综合体注重商品质量、功能、品牌，让农村居民也能享受到更优的服务、更多的品牌和更好的产品。二是营造良好消费环境。因地制宜发展年货大集、流动售货车等销售模式，提升农村消费品质。指导督促流通企业狠抓疫情防控措施落实，让消费者安心进店、放心消费。会同相关部门，加强在节假日等重要时段和人群密集的重点场所进行检查，确保商贸流通领域生产经营安全。完善商务信用体系，配合开展互联网、农村、城乡结合部等重点领域市场秩序整治。三是发挥渠道优势。实施快递服务下沉的快递服务场所“补白”和“快递进村”工程，实现快递服务在行政村全覆盖。发挥现有供销系统特别是农村综合服务社的作用，加快建设以现代物流配送体系为支撑的服务网络，建设具有快递收发、超市餐饮、娱乐社交、农资流通等多种功能的经营服务综合体，积极拓展物流集散、代理代办、养老幼教、文体娱乐等生活服务。深化电商进农村综合示范，总结推广新干县供销 e 家、向日葵商行、桃溪黎山电商服务站等农村电商的成功经验，规划建设一批城乡融合新型消费网络节点，丰富农村新型消费的内涵。

（四）推动信息服务体系向农村延伸，改善新型消费环境

完善新型消费生态体系，加快 5G、人工智能、物联网等新技术为引领的数字基础设施建设。

1. 合理布局商贸物流体系

加大对农村地区新型消费基础设施投入，健全县乡村三级物流配送体系和行政村物流站点，推广农副产品“平台+基地+物流直采”“生鲜电子商务+冷链宅配”“中央厨房+食材冷链配送”等新模式。增加连锁超市、连锁便利店的门店数量，补齐商业网点少、散、小短板，提升农村商品和服务供给品质。同时，发展好农村电商体系，吸引电商平台在农村设立电商服务站，采用“微商”“直播”“代销”等形式将更多价格实惠的产品投放到农村市场中，使网络购物真正在农村地区快速普及。

2. 加快农村信息基础设施建设

在重点乡镇和商贸市场加快布局宽带、移动互联网、数字电视网和下一代互联网等数字化智能化消费网络，选择合适地区开展电信普遍服务补偿试点工作，推进农村地区广播电视基础设施建设和升级改造，鼓励开发适应“三农”特点的用户终端、信息产品和 App，加快推动道路、电网、物流以及农业生产、加工、包装、仓储等基础设施的数字化转型和智能化升级。借助赣州市创建国家级物流枢纽以及作为全国首批、江西唯一现代物流创新发展试点城市的契机，探索形成可持续、能复制的“第四方物流”模式。

（五）培育乡村旅游新业态，创造新型消费热点

通过发掘农业农村的休闲观光、健康养老等多种功能和多重价值，发展农村旅游产业链，以游带消，形成农村新型消费新格局。

1. 改善农村人居环境

科学编制村庄规划，实现农村建设规范化；全力推进厕所革命，实现农民生活便捷化；大力整治村容村貌，实现村庄环境整洁化；精致建设美丽乡村，实现乡村设施宜居化；潜心治理生活污水，实现水体环境达标化；奋力实施清洁工程，实现垃圾治理全域化；建立健全体制机制，实现长效管护常态化。聚焦农村生活垃圾治理、农村改厕及粪污治理、污水治理、村容村貌提升四项重点任务，统筹实施净化、绿化、美化、亮化工程。

2. 营造健康思想氛围

切实落实《数字乡村发展战略纲要》，推进农村数字化转型，开展信息化下乡服务，充分发挥乡村振兴工作队员、大学生村官、科技特派员、志愿者等主体作用，打造科技农业、智慧农业、品牌农业，优化农业科技信息服务，加强农民信息素养培训，普及农业网络科技知识，完善农村信息服务平台，增强网络安全防护意识和技能。充分发挥主流媒体和新媒体的作用，宣传党的路线方针政策，挖掘农村先进人物典型和好的经验做法，讲好乡村振兴故事，做好正面舆情引导。

3. 做优乡村旅游产业链

培育乡村旅游走向产业化的道路，发展农家乐、民宿、旅游商品加工、旅游电商等新型特色农旅企业，鼓励休闲娱乐、农耕文化、民俗文化、亲子研学、健康养生、运动、摄影等体验式新业态发展，打造具有本地特色的乡村旅游品牌。继续开展“爱江西·健康游”主题活动，激发“江西人游江西”的出游热情，发放乡村旅游电子消费券，实行周末弹性作息制度，鼓励“本地游”“江西游”“自驾游”“包车游”“家庭游”等。引进国内外大型旅游集团投资落户江西，与珠三角、京九经济带、昌吉赣高铁经济带所辐射的省市签订旅游投资、观光等框架协议，推动乡村旅游产业大繁荣。

参考文献：

[1]冯其予.消费“压舱石”作用发挥得怎么样[N].经济日报，2021-08-06.

[2]腾讯新闻.5784.8亿元！2021年618全网交易额来了[EB/OL].<https://new.qq.com/rain/a/20210621A07YY200>.

[3]王珂.激发农村消费更大活动[N].消费日报，2021-01-29.

[4]中国新闻网.国家统计局：2020年最终消费支出占GDP比重达54.3%[EB/OL].中国新闻网，2021-01-18.

[5]魏国强.关于加快培育农村新型消费的思考[J].种业导刊，2021，(3):3-4.

[6]张珺.我国农村消费品市场的现状、影响因素与发展对策[J].辽宁农业科学，2018，(5):68-70.

[7]顾雨辰，包思颖.收入多样化与农村居民消费的动态关系分析[J].商业经济研究，2021，(13):56-59.

[8]Mohammad A. Malek, Koichi Usami. Determinants of Non-farm Income Diversification in Developed Villages of Bangladesh[J]. American Journal of Economics & Business Administration, 2009, 1(2):141-149.

-
- [9]王宸圆.农村电商与农村居民消费升级协同发展[J].商业经济研究,2020,(15):82-85.
- [10]许英明,张小瑜,肖新艳.电商平台助推下沉市场消费升级路径分析[J].中国经贸导刊,2019,(17):28-31.
- [11]徐雅静.城乡双向流通体系扩大我国农村消费问题研究[J].广西社会科学,2018,(12):108-112.
- [12]周广肃,李力行.养老保险是否促进了农村创业[J].世界经济,2016,(11):172-192.
- [13]周广肃,张玄逸,贾琄,等.新型农村社会养老保险对消费不平等的影响[J].经济学(季刊),2020,(4):1467-1490.
- [14]蒋姣,赵昕东.领取新型农村社会养老保险对消费结构的影响[J].调研世界,2020,(8):40-47.
- [15]朱诗娥,杨汝岱,吴比.新型农村养老保险对居民消费的影响评估[J].学术月刊,2019,(11):60-69.
- [16]刘敏.建党百年来中国居民消费升级路径及未来新消费趋势[J].经济体制改革,2021,(2):5-12.
- [17]李晓艳.我国农村消费品市场的现状分析及发展对策[J].农业经济,2013,(3):121-123.
- [18]张颖熙,徐紫嫣.新经济下中国服务消费升级:特征与机制研究[J].财经问题研究,2021,(6):30-38.
- [19]周艳,葛书学,李文雅.推动农村居民消费升级的税收政策及其优化研究[J].安徽农业大学学报(社会科学版),2021,(3)46-52.
- [20]李红艳.居民收入视角下新型城镇化促进居民消费影响的实证研究[J].商业经济研究,2020,(4):50-54.
- [21]赵海明.我国农村消费市场营销策略初探[J].商场现代化,2017,(9):67-68.
- [22]尹丽萍.促进农村居民消费升级的建议分析[J].南方农业,2021,(11):159-160.
- [23]张翼,刘思浓,黄小满.收入多样化对城镇居民消费的影响研究——兼析宏观压力测试法对居民物价波动承受力的测度[J].价格理论与实践,2020,(7):102-105+179.
- [24]江西省统计局,国家统计局江西调查总队.江西省2020年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].大江网,2021-03-23.
- [25]江西省商务厅办公室.关于省十三届人大五次会议第295号建议协办意见的函[EB/OL].http://swt.jiangxi.gov.cn/art/2021/5/12/art_30175_3493125.html.
- [26]江西省商务厅厅机关.2020年全省商务经济运行情况[EB/OL].http://swt.jiangxi.gov.cn/art/2021/2/4/art_35189_3174684.html.
- [27]李楠桦.2020年全国农产品网络零售额达5750亿元同比增长37.9%[EB/OL].人民网,2021-07-27.
- [28]佚名.我省农村电商“马力”足!淘宝“亿元村”5个,列中部六省第一![EB/OL].江西发布,2020-10-25.

[29]江西省旅游规划研究院.2019 年春节假期江西旅游市场大数据分析[EB/OL].http://dct.jiangxi.gov.cn/art/2019/2/13/art_14523_560452.html.

[30]一元.春节江西婺源接待游客 67.1 万人次收入 4.93 亿元[EB/OL].中国网,2019-02-12.

[31]发展规划处.关于江西省“十四五”农业农村现代化发展的前期研究报告[EB/OL].http://hync.jiangxi.gov.cn/art/2020/9/9/art_27789_2848896.html.

注释:

1 根据江西省商务厅网站“江西省电子商务进农村综合示范工作专栏”发布数据计算得出。

2 2016 年数据来源于《江西统计年鉴 2020》,2020 年数据来源于江西省统计局《江西省第七次全国人口普查公报(第五号)》。