

精彩观点

① 农村消费支出呈总量低、增速快、潜力大的特点,消费增速较高,对城市消费形成追赶态势。

② 注重农村青年群体的技能提升,增强就业竞争力,以此提高就业质量,从而实现增收。

③ 保护农村消费者权益,要坚持多元共治,不缺位、不失位、不越位的原则,加强监督执法力度,降低维权成本。

# 如何激活农村消费的“增量空间”?

## 乡村振兴推动农村消费 实现结构和品质的“双提升”

**锦观智库:**我国是人口14亿的消费大市场,除了谈得比较多的城市消费,农村消费有哪些特点?近年来,乡村振兴战略的深入推进对夯实农村消费潜力,起到了哪些作用?成都又有哪些经验可供借鉴?

**叶胥:**当前,城市的消费正处于基本生存消费模式向享受消费模式转变的过程中,农村居民的消费,较之城市来说,仍然集中在“吃、穿、用”上,对交通、教育、通讯等方面的服务消费所占总体比例较少。具体来说,有以下特点:

第一,农村消费支出呈总量低、增速快、潜力大的特点。与城市消费相比,农村消费规模总体偏低,2022年农村社会消费品零售总额在全社会中的比重仅为13.48%,而同期农村人口比重为34.78%,城市人均消费支出是农村的1.83倍。近年来农村消费增速较高,形成追赶态势,2013-2022年农村人均消费的年均增速为9.28%,高于城市3.60个百分点。随着乡村振兴战略深入实施,农村居民收入水平稳步提高,城乡消费差距将进一步缩小,农村消费潜力也将进一步释放。

第二,消费结构持续升级,消费品质稳步提高。2013-2021年农村居民禽类、水产品、蛋类、奶类和干鲜瓜果类人均消费量增长超过50%,肉类、蔬菜及食用菌人均消费量已十分接近城市,食品消费质量提升明显。耐用品方面,2013-2021年农村汽车和空调拥有量增长了2倍,电动助力车拥有量增长1倍,2014年农村每百户移动电话拥有量超过城镇,总体上农村消费实现了结构和品质的双提升。

首先,乡村振兴拓宽了农民

增收致富渠道,为农村消费持续增长奠定基础。消费增长和结构升级的基础是收入提高,主要包括就业增收、经营增效和扩大农民财产权益三方面。全方位提高农村居民收入水平,保证了农村消费潜力不断释放。其次,乡村产业高质量发展,在扩大农民增收渠道的同时,也扩大了优质消费品供给。在乡村振兴中,做大做强农村加工物流,有助于打开农产品销路,加快发展农村电商、物流体系和乡村服务业,丰富了优质服务供给,畅通了农民购物渠道。培育农村新业态,实施文化活化乡村,数字技术赋能服务业等,有助于实现城乡融合发展,进一步满足农村居民精神文化消费需求。第三,巩固和扩大脱贫攻坚成果,保障农村低收入群体福利水平。在推进乡村振兴过程中,聚焦于增强脱贫地区和脱贫群众的内生发展动力,以消费扶贫等多种方式促进增收,缩小收入差距,让农村共享发展成果,进一步保障农村低收入群体消费权益,让农村居民形成合理的预期,进一步提升其消费潜力。

在农村消费领域,成都重视城乡融合的农村消费表达,一方面,成都坚持以城乡融合为方向,深入农商文旅体融合发展,创建消费新场景、新业态。在融合传统文化与地方特色发展的带动下,逐渐衍生出住宿、旅游、文化手工体验等相关业态,推动乡村旅游和产业发展,村民实现自主经营,就近务工。另一方面,成都注重农村基础设施建设,优化消费硬件,推动普惠金融进农村,完善“线上+线下”服务体系,提升农村居民的金融素养,分析金融需求。这些都是成都促进农村消费领域较为成功的有益探索。

## 稳收入强保障 让农民“能消费”“敢消费”

**锦观智库:**谈及农村地区释放消费潜力,其实就是要让农民消费得起,敢消费。要解决这两个问题,关键是什么?难点在哪里?对于成都来说,可以从哪些方面入手?

**叶胥:**从整体上看,当前农村地区释放消费潜力主要难点和问题集中在以下几个方面。

第一,收入的稳定性。收入的稳定性是农民能不能消费得起和敢不敢消费的关键。受农业生产自然风险和市场波动等其他不可控因素影响,农村居民的收入稳定性相对偏弱,但外出务工和就地就业的工资性收入一定程度上能够增强稳定性。《2022年农民工监测调查报告》显示,建筑、制造和批发零售三大行业是农民工主要的就业领域,当前这三

大行业发展承压,在一定程度上影响到农民收入的稳定性。

第二,保障的完备性。完善的社会保障是织牢敢消费的根本保障,增强农村居民消费意愿的关键。近年来,农村居民参与社会保险的比例不断上升,但占比还相对偏低,农村居民的参保率仍有待进一步提升。

第三,消费的合理性。由于农村居民之间的地缘接近性和亲缘紧密性,导致农村人情消费居高不下,不合理人情消费挤压了正常合理消费,不利于消费的健康发展。

要想持续增强农村的消费能力和意愿,成都可以从以下几个方面入手:

第一,技能来农村,农民稳增收。加强农村居民的职业技能培训,提升,持

## 着力打通消费品 下乡“最后一公里”和进城“最初一公里”

**锦观智库:**除了能不能、敢不敢的问题,农村消费还面临着便捷消费、安全消费等问题。政府和市场应该如何各司其职,既打通消费品下乡“最后一公里”和农产品进城“最初一公里”,又避免农村地区成为假冒伪劣商品的“集散地”?

**叶胥:**相比城市物流配送服务的高效便捷,农村供给在时限、到家、保质方面仍然存在不足。这是消费品下乡的“最后一公里”和农产品进城的“最初一公里”问题长期存在的痼疾所在。

但是,这一问题很难依托市场自身有效解决。所以,要有为政府和有效市场的逻辑下,形成具体的场景表达。政府方面,主要是做好居监管和两头拉近。既要抓好下乡消费品和进城农产品的居监管,保证下乡消费产品的货真价实和进城产品的品正价实,更要拉近下乡消费品和进城农产品的可及距离,完善县乡村三级物流体系,健全以城

带乡的高贸服务网络,推动快递力量在乡村的协同整合。市场方面,则是要充分发挥市场竞争机制来解决农村的方便消费和安全消费,用数字赋能市场功能,通过信息化系统收集和分析消费者季节性需求,推动订单农业和集约化采购,从而降低整个供应链系统的物流费率。

要解决农村地区假冒伪劣产品的问题,特别是电商领域的乱象,我认为要坚持消费者权益保护的多元共治,不缺位、不失位、不越位的原则。政府要做好市场监管和消费者权益保护力量的下沉,加强基层监督执法力量的投入力度,提高基层投诉的便捷机制,不断降低维权成本。农村居民要强化自身主体责任,降低对产品质量和品牌形象容忍度和宽容度,强化消费者权益意识,丰富维权知识。企业要落实好自己的第一责任,扣好产品质量和诚信经营的第一颗扣子。电商平台要主动做好内部监管,用好大数据和数字技术对平台内的不诚信企业

续发挥先进技术在农业发展中的关键作用,促进农村居民增收。进一步用好成都的农业职业经理人、“土专家”和“田秀才”的存量资源,提升全域农村居民技能水平。尤其抓好农村青年群体的技能提升,增强其在就业市场中的竞争力和应对市场需求的新能力,以提高就业质量来增收增收促消费。

第二,金融助农村,农民契约束。鼓励金融机构丰富农民专属金融产品,优化农民授信审批和风控管理,提高消费金融可得性。鼓励通过线上办理、免息分期等方式,适当降低服务准入门槛,稳步推进小额、纯信用消费贷款,重点为农民就业创业、住房消费、教育培训、健康养老等提供金融支持。

第三,社保惠农村,农民有信心。以村社为单位,宣传社会保障政策,普及社会保险知识,提高参保意识,优化参保门槛,多措并举降低社会保险费用,提高社保参保率。

做到及时甄别、警示和处理,特别要关注涉农领域的投诉。行业组织要建立面向农村居民的诚信企业和风险企业名单公示机制,强化行业内部的诚信经营。也可以借助媒体等社会资源,对农村消费领域的乱象进行舆论监督,不断提升全社会对农村消费者权益保护的重视。

在成都的实践中,我们也观察到了一些好的经验做法。第一,构建农村消费者权益支持网络。成都相关部门通力合作,建立健全服务农村基层的消费维权网络体系,扎实开展放心舒心消费建设工作,以畅通投诉渠道,降低农村居民维权成本为抓手,进一步夯实消费者权益保护。第二,攥紧农村市场监管拳头。市场监管部门牵头,充实基层执法力量,联动公安、农业农村局等部门,攥紧拳头加大执法力度,完善城乡联动机制,加强源头治理等多方面措施,严厉打击农村假冒伪劣商品等违法经营行为。第三,增强农村居民的产品质量和维权意识。加大消费教育的宣传力度,探索增强农村居民产品质量意识与维权意识的易行办法。

成都日报锦观新闻记者 张舟

理论周刊  
理性求真  
论衡求是

锦观智库  
JINGUAN THINK TANK

第72期

## 高品质消费 高质量发展

编者按

内需是拉动我国经济增长的重要引擎,促消费是恢复和扩大需求的关键所在。随着乡村振兴和新型城镇化战略深入推进,农村地区经济社会快速发展,消费市场潜力和空间巨大,是拉动国内消费增长的“蓝海”。前不久,国家发改委出台了《关于恢复和扩大消费的措施》,对促进农村消费作出了一系列部署。主要方向有两点,一是提高农村消费质量,二是更好地发挥农村资源优势,增加农民收入,从而间接促进农村消费。如何才能促进农村消费扩容升级,激活农村消费的“增量空间”?本期《锦观智库》专访西南财经大学中国西部经济研究院消费经济研究中心副主任叶胥。



专家简介

叶胥 西南财经大学中国西部经济研究院消费经济研究中心副主任

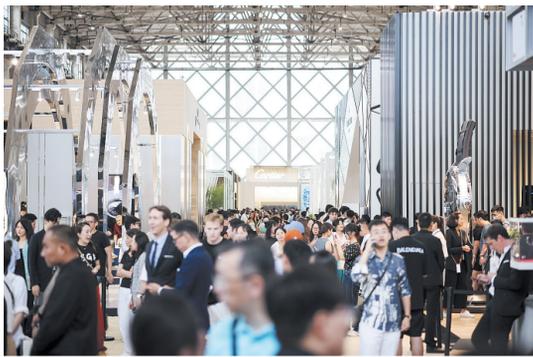
## 爱购成都 SHOPPING IN CHENGDU

### 全球首发 众多新品亮相钟表盛会

# 买表, 这个指南请收好!

对腕表乃至整个奢侈品行业来说,刚落下帷幕不久的第三届“钟表与奇迹”上海高级钟表展无疑是一个重要的观察窗口。此次钟表展共吸引14个品牌参展,包括朗格、雅诺、名士、卡地亚、夏利蒙、IWC万国表、积家、沛纳海、伯爵、罗杰杜彼、时彼克、U-BOAT、雅典表、江诗丹顿。

成都日报锦观新闻记者受邀参与了此次表展,见证了各类精彩活动轮番上演,有专业的制表课堂可以体验,也可参加行业大咖的专题腕表鉴赏分享。当然,重中之重还是体现在表展上。14个品牌同台竞技,不仅展示了充满历史感的古董杰作、销售长红的经典款,还有众多新款亮相抢占市场。这无疑成为消费者购买腕表产品的风向标、新指南。



表展现场人流如织



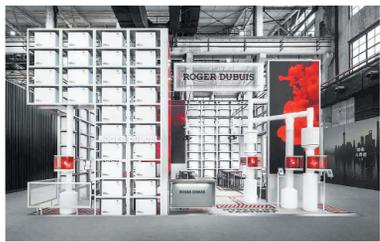
新款 LANGE 1 万年历腕表铂金 950 款

### 新表秀很震撼

本次表展上,德国制表品牌朗格迎来了新款 LANGE 1 万年历腕表铂金 950 款的首秀,其凭借卓越的精准度、设计和创意让人眼前一亮。从外观来看,该款腕表以其不对称的表盘布局和外圈月份环设计而独具辨识度。配备的则是直径为41.9毫米的铂金950表壳与黑色表盘,搭载的是L021.3机芯,这一机芯经由手工精心修饰并二次组装而成,彰显了朗格的精湛工艺。

另外,据该品牌工作人员介绍,月份环是为所有显示功能提供框架。表盘上,大日历和闰年显示的数字与黑色背景亦形成鲜明对比,独具特色。而所有日历显示均以瞬跳方式进行切换,可随时提供准确读时,其在月相显示中增加日/夜显示功能,同样彰显出朗格对精准品质的追求。据记者了解,随着该款新品的亮相,朗格成都门店紧接着将率先发售。

无独有偶,罗杰杜彼也在本次表展上重磅发布了“超级腕表”的全新力作——王者竞速系



罗杰杜彼展厅

列 Revuelto 飞返计时码表,且限量发行88枚。

该款腕表从兰博基尼 Revuelto 超级跑车汲取灵感,搭载的是获得日内瓦印记认证的RD780机芯,可提供72小时动力储存,腕表的333枚零件也均由手工打造,保障了计时的卓越性能。不可否认的是,这款直径45毫米时计深度诠释了竞速定义。体现在外观上,首先在于颜色上的引人入胜,比如采用带有超跑标志性的橙色和绿色色调格外亮眼;斑斓的橡胶表带也增强厚实感,使其外观更具魅力。另外,从正面看,Revuelto 超跑风格元素一目了然,表盘上经典的“Y”形设计线条精准流畅,象征兰博基尼 V12 混合动力超级跑车的前灯与轻质碳纤维材质打造的表壳相辅相成,展示了品牌在创新材质与前卫设计方面的独特之处。

据记者不完全统计,此次表展上有超过20款腕表作品迎来全球首发。雅典表带来了一款

全球首发,为无表盘、无指针的奇想系列 Freak X OPS 腕表;沛纳海全球首发了6支卢米诺杜尔系列腕表;积家则以全新推出的北辰系列计时腕表成为展会上的主角。

另外,在IWC万国表的展厅内,该品牌最新亮相的两款大型飞行员腕表成为亮点,它们有一个共同特点就是这两款新品均采用坚固强韧的表壳材质打造。比如,其中有一款采用的是18K Armor Gold®硬金表壳和表冠。这种硬金材质是一种创新合金,其硬度不仅大幅提高,且比传统红金更耐磨损。另外,喷砂表面和抛光边缘的结合也赋予了新表既雅致考究又时尚摩登的个性。而在伯爵的展厅内,该品牌也发布了全新 Altiplano 至臻超薄系列 Ultimate Concept 腕表。让人惊叹的是,此款新表厚度仅2毫米,可以说是世界上最纤薄的机械腕表了。



人们在江诗丹顿展厅欣赏最新款腕表



在卡地亚铂金工艺猎豹装饰腕表上,猎豹图案栩栩如生

### 表上美学太好看

当记者走进卡地亚展厅,就被卡地亚浓厚的艺术深深吸引。今年,卡地亚延续“时光无界”主题,现场通过“风格艺术”“制表技艺”“创意之美”“大师工艺”四个展区向观众展示了品牌的制表世界。

细心的消费者或许会发现,卡地亚的手表都有一个特点,简约的线条、匀称的比例,以及细节上的精巧设计。展览上,一款弧形表壳腕表引起了记者的注意。据卡地亚工作人员介绍,这是卡地亚现场展出的13件典藏作品之一。透过这些历史藏品,卡地亚时计的创作历程得以全面呈现。记者看到,该款弧形表壳腕表的表盘上搭配罗马数字时标,在纯粹的轮廓与线条间取得巧妙平衡,优雅彰显。

一直以来,卡地亚注重对精湛工艺的传承,比如大家熟悉的珐琅、焰金、镶嵌等。其中,焰金工艺就是通过加热改变金属表面的颜色,而各种颜色也随着确切的角度变化一一呈现。展览现场陈列的一件卡地亚铂金工艺猎豹装饰腕表引人注目。该款腕表上的猎豹栩栩如生,威风凛凛宛如活了一般。这也展现了品牌非凡杰出的制表工艺。

不止卡地亚,江诗丹顿也以充满艺术范的表款“出圈”,该品牌的艺术大师系列亮相了全新“博物学家”腕表,令人啧啧称奇。此款腕表共有四款,且各限量发行10枚。

记者看到,这些新表的表盘上展现出雕花、镶嵌等制表技艺,生动再现了博物学家们在环球旅行中的奇妙发现。据江诗丹顿相关负责人介绍,艺术大师系列是江诗丹顿经典系列之一,该系列往往在艺术、历史与文化中汲取灵感,打造的一系列产品不仅仅是腕表,更如同精美的艺术品,企业家与艺术家是该系列产品的目标客群。

记者从法国知名品牌爱马仕了解到,该品牌位于成都SKP的全新专卖店计划在10月26日正式揭幕。这是继成都太古里专卖店之后,爱马仕在成都的又一重要布局,彰显了品牌对成都市场一贯的重视。

爱马仕向记者称,即将亮相的新店将从成都的自然景致与传统工艺中汲取灵感。从爱马仕近期发布的2023年上半年业绩报告来看,包括中国在内的亚洲市场增长突出,收入同比增长28%。

目前正值秋冬新款上市。据记者了解,针对全新推出的2023年秋冬系列,爱马仕延续了“天马行空”的年度主题,在一众新品中结合了不同材质、色彩与设计细节。比如,值得推荐的包袋系列中,设计师运用了马术元素,为其标志性单品 Birkin Sellier 手袋注入全新形象。



迪奥皮具系列再添力作!日前,由迪奥女装创意总监玛丽亚·嘉茜娅·蔻丽创作的全新 CEST DIOR 手袋迎来发布。紧接着,该新品也在DIOR成都门店上市发售。

据介绍,这一新款手袋充满了优雅气质,有小号、中号和大号三种尺寸可供选择。另外,其搭配的是可调节链条,这既能手提也可肩背,堪称出街穿搭的“利器”。其中,皮革款式有干邑色、拿铁色及黑色可选。除了皮革材质之外,该新品还推出了提花面料等款式,以超大号藤格纹或条纹图案打造摩登风情。

本版采写 成都日报锦观新闻记者 陈超 供图 各品牌