

两端发力打造农村消费金融引擎

作为现代经济核心的金融政策从供给和需求两端同时发力，为激发农村消费活力注入一股“活水”，形成持续动力

□ 潘彪 范亚宸

充分释放农村消费潜力，增强消费对经济发展的基础性作用，是加快构建新发展格局的内在要求。商务部、国家发改委等12部门联合印发《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》(以下简称《通知》)，明确要求强化促进消费的政策保障，特别提出要加大金融支持力度，并把其作为11项重点工作之一。金融作为现代经济的核心，能够从供给和需求两端同时发力，为激发农村消费活力注入一股“活水”，形成持续动力。

释放农村消费潜力正当其时

我国农村地区常住人口超过5.5亿，蕴藏着巨大消费潜力，是畅通国民经济循环的“基本盘”。近年来，随着农村居民收入水平上升，农村消费呈现出快速增长和持续升级态势，但整体水平依然偏低，加快释放农村消费潜力仍有其必要性和紧迫性。

从消费总量看，2019年我国实现社会消费品零售总额41万亿元。其中，乡村消费品零售额占比不足15%，与人口规模极不匹配。从人均消费水平看，我国农村居民消费水平比城镇居民低58%，扣除物价上涨因素影响，仅相当于城镇居民2007年的消费水平，大致存在12年的差距。从重点消费产品看，我国农村居民家庭每百户空调、计算机、排油烟机 etc 家用电器保有量分别仅为城镇居民的48%、38%和36%，家用汽车保有量仅为城镇居民家庭的57%，大宗商品消费还存在很大增长空间。从新兴消费业态和领域看，农村地区网络零售总额仅占全国16%，农村居民人均教育文化娱乐消费支出仅为城镇居民的44.5%，多元消费需求和业态有待进一步培育。

补齐消费短板金融政策大有可为

当前，农村消费总量不足、消费潜力难以充分释放，主要

是受到农村流通体系不健全、高质量产品和服务供给不足、农民消费能力有限、农村消费环境较差等四个方面的突出制约。这些“短板”“痛点”也正是实施金融支持政策的着力点。

农村商贸流通体系建设离不开金融杠杆撬动。农村地区交通、仓储等基础设施建设存在明显短板，农村商贸市场、冷链物流和电商配送节点布局结构不合理，农产品出村“最初一公里”和工业品下乡“最后一公里”受到不同程度制约。瞄准解决这些问题，《通知》中提出完善农村流通体系，加强商贸设施和物流站点建设，拓展农产品进城渠道和优化工业品下乡网络。这些建设任务需要庞大的资金投入，超出了乡村投资能力，需要寻求外部资金注入，而同时这些投资并非纯公益性，建成后具备收益能力，利用金融杠杆撬动社会资本投入，比单纯依靠财政资金投入更富有效率。

消费产品和服务供给主体培育离不开金融资本加持。受传统商业观念影响，农村地区多被定位为低端消费市场，优质商品和服务供给与城镇存在较大差距，消费品类少、质量差、服务水平低等问题持续存在，难以满足农村居民逐渐升级的消费需求。破解这些问题，需要依靠市场力量，培育更多能够提供数量充足、品质可靠、性价比高的日用百货和生活服务的市场主体，特别是要有一批地处县城和乡镇、贴近农村消费群体的中小微企业和个体工商户。而这些主体往往资产规模小、缺乏有效的抵押品，融资渠道不畅，迫切需要更加灵活的金融资金支持。

农村居民消费能力不足问题需要金融手段补齐。稳定收入是消费支出的前提，受经济下行压力影响，农村居民工资性收入和经营性收入增长乏力，2019年农村居民人均可支配收入实际增速比2017年下降1.1个百分点，特别是受新冠肺炎疫情影响，2020年前三季度，农村居民收入增速仅为1.6%。收入增速放缓对农村消费的消极影响，需要依靠金融手段予以对冲，积极稳妥发展

消费信贷势在必行。《通知》也明确提出，要规范创新消费信贷产品和服务，加大对绿色智能产品的信贷支持。

农村消费环境优化需要创新发挥金融工具作用。近年，因执法打击力度加大，“山寨货”在城市生存空间越来越小，纷纷涌入消费监管相对较松的农村地区，与原本长期存在的劣质低效产品叠加，横行农村市场，成为影响消费体验的最大“痛点”。改善农村消费环境，既需要严格执法、加大处罚等法律和行政手段，更需要引入消费保险、维权基金等金融工具，加快改善农村支付服务环境，创新发挥金融手段调节作用。

推动供需动态平衡需要两端发力

建设强大国内市场，供给侧结构性改革是战略方向，扩大内需是战略基点。这就要求在制定促进释放农村消费潜力的金融措施时，必须从扩大供给和提振需求两端发力，打造推动农村市场实现需求牵引供给、供给创造需求的高水平动态平衡的强大引擎。

在供给端，要重点为三大领域注入资金“活水”，为农村

居民提供更加充足、优质、获取便捷的商品与服务。一是要为农村商贸流通体系建设筹措资金。发挥农业发展银行等政策性金融机构作用，引导设立乡村振兴发展专项资金，支持农村道路交通、信息网络等设施建设和；鼓励商业性金融机构加大对可获益的商贸流通项目投资，引导资金投向商贸市场、仓储物流节点和电商配送网络建设。二是要为服务农村市场的小微企业和个体工商户提供发展资金。结合市场主体特征，创新金融信贷产品，加大免抵押、免担保信用贷款投放力度，拓宽融资租赁范围，同时注重发挥供应链金融、保险等机制的补充作用，多渠道降低企业的融资难度和融资成本。三是要为农村消费环境优化提供金融工具支持。鼓励相关保险机构设立正品保障险、质量安心险等消费保险，引导农村居民购买正规商品；建立消费维权基金，建立信贷黑名单制度，震慑提供假冒伪劣商品或不合规服务的商家；加快推进以银行卡为基础、以移动支付为核心的农村支付结算服务体系建设和，优化消费金融支付条件和环境。

在需求端，要重点平衡好三组关系，以支持推动消费金融发展，确保新一轮升级版大宗商品下乡充分发挥作用。一是要平衡好金融支持与财政支持的关系。在鼓励对农村居民购买新能源汽车、绿色智能家电、环保家具提供补贴的同时，配套提供信贷服务，把一部分财政补贴资金用于贷款贴息，提高信贷消费积极性。二是要平衡好信贷支持与保险支持的关系。在提供信贷支持的同时，用好保险支持手段，鼓励保险机构为企业开展信用销售提供风险保障，打消企业从事分期付款消费服务的顾虑。三是要平衡好消费金融普惠便捷与风险防范的关系。设立政府、银行、担保机构共同参与的风险补偿基金，对农村消费信贷投放给予一定比例补贴，提升信贷积极性；引导互联网消费金融业务规范发展，统一不同类型机构及线上线下业务的监管标准；加快完善个人征信体系，利用金融科技提升风险管理能力。

(作者系中国宏观经济研究院国土开发与地区经济研究所助理研究员、中国财政科学研究院国资管理与资本运营研究中心助理研究员)



对于淡化“煤炭底色”的山西晋中市来说，建设山西农谷是当地政府深化转型综改、实施创新驱动的一项重大决策。范红海是山西省晋中市太谷区小白乡白燕村村民，过去靠种地维持生计，如今在合作社任技术主管，每天除了与园区的村民打交道，还经常与农业大学的专家、林业学校的学生交流育苗技术。图为范红海(右)在苗木园区培育苗木。

张云 摄

让农村市场潜力变消费实力

新发展格局背景下，“三农”工作必须面对新情况，从政策层面和实践层面，充分挖掘和释放出农村市场的活力和潜力，为实施扩大内需战略提供新动力

□ 崔丽华

农为邦本，本固邦宁。中央农村工作会议从全面建设社会主义现代化国家的全局出发，深刻阐释了全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化的重大意义、指导思想、总体要求，科学回答了在新发展阶段做好“三农”工作的一系列重大理论和实践问题，为进一步实施好扩大内需战略，构建新发展格局带来历史性机遇。

挖掘农村市场潜力

构建新发展格局是与时俱进提升我国经济发展水平、塑造国际经济合作和竞争新优势的战略抉择，实施好扩大内需战略，需要培育完整内需体系，畅通国内大循环，促进国内国际双循环，全面促进消费。新发展格局背景下，“三农”工作必须面对

新情况，从政策层面和实践层面，充分挖掘和释放出农村市场的活力和潜力，为实施扩大内需战略提供新动力。

近些年，农村居民收支增速一直高于城镇居民。从2019年全年全国居民人均消费支出看，城镇居民人均消费支出28,063元，比上年增长7.5%；农村居民人均消费支出13,328元，比上年增长9.9%。

农民收入的持续增长有力促进了农村消费。从社会消费品零售总额看，2019年社会消费品零售总额411,649亿元，按经营地统计，城镇消费品零售额351,317亿元，比上年增长7.9%；乡村消费品零售额60,332亿元，比上年增长9.0%。乡村消费总额虽然相比城镇消费还有较大差距，但其增速连续8年超过城镇消费。同时，商务部数据显示，2019年全国农村网络零售

额从2014年的1800亿元增加到1.7万亿元。其中，农产品网络零售额高达3975亿元，同比增长27%，带动300多万贫困农民增收。农村电商迅猛发展，县镇市场、农村市场成为重要的增长点。

释放农村消费活力

扩大内需，还要从增强消费入手，其着力点是不断提高农民收入，因为收入的多少直接影响消费需求的数量和等级、层次。当前，我国发展不平衡不充分问题仍然突出，尤其是城乡区域发展和收入分配差距较大，发展农村、农业，提高农民收入，也是真正实现共同富裕的关键所在。当前我国农民增收进入“多轮驱动”时期，加之受全球经济增速放缓、新冠肺炎疫情持续蔓延等因素的影响，农民收入增速有所放缓，

扎实夯实农村工作，要着力解决农民增收问题。

建立有利于农民增收的制度环境。一是创新并完善土地制度，提高农村土地附加值，使农民资产增值保值。当前，农民财产性收入仅占3%左右，农村资产财产功能未有效发挥。新形势下深化农村改革，主线仍然是处理好农民与土地的关系。落实第二轮土地承包到期后再延长30年政策。积极探索农村集体经营性建设用地入市制度。建立土地征收公共利益用地认定机制，缩小土地征收范围。建立健全农村土地产权流转交易制度，鼓励依法自愿有偿转让。二是深化农村金融体制改革，提供有效促进农村经济发展的资本支撑。当前贷款难、融资难仍然是制约“三农”发展的瓶颈问题，要综合运用市场机制、行政手段、财税杠

杆和货币政策等工具，形成支持农村金融改革发展的合力。稳妥培育发展新型农村金融机构，支持农村改革发展。探索构建农村绿色信贷服务体系，完善产品体系和服

形成因地制宜的农户增收长效机制。一是以市场为导向，积极调整和优化农业结构，拓展促进农民增收的途径。加快推进农产品品质结构、品种结构、区域结构的优化，大力发展优势、优质产品，加强农产品深加工。二是建立助农长效机制。在生产端，挑选一部分优质农产品的重点生产区域，特别是贫困地区，以特色农产品为对象，完善种植、加工、销售一体化的产业链条，帮助开发高品质的农产品；在销售端，有效借助“互联网+”模式，通过电商平台、直播等方式，助力优质农产品销售。

刺激消费从供给侧下功夫

□ 尹力

农村消费不仅总量在稳步增长，质量也在不断提升。要多措并举增加有效供给，激发农村消费市场更大的发展活力，为构建新发展格局提供更加有力的支撑。

中央经济工作会议提出，要充分挖掘县乡消费潜力。近日，商务部等12部门联合印发《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》，从稳定和扩大汽车消费、促进家电、家具、家装消费、补齐农村消费短板弱项等层面推出11项举措，明确了下一步促进大宗消费和重点消费、更大释放农村消费潜力的具体任务。这些举措重点突出，针对性强，有利于进一步促进农村消费增长和潜力释放。

近年来，我国农村消费保持较快增速，在整体消费市场中的地位愈发凸显。根据国家统计局发布的数据，2014年以来，我国乡村消费市场的平均增速快于城镇近1.2个百分点。2019年，全国乡村消费品零售额达到60,332亿元，增长9%，比城镇消费品零售额增速提高1.1个百分点。2020年尽管受到新冠肺炎疫情冲击，乡村消费市场依然表现出较强韧性，全年乡村消费品零售额52,862亿元，部分地区增速由负转正，助力全国消费稳步复苏。

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。这些年，农村消费者对于绿色、智能、健康类商品的需求越来越

越大，大屏幕智能电视、大容量保鲜冰箱、除菌空调、健身器材等产品的销量在农村市场不断走高。

从未来发展看，我国农村消费增长的潜力依然很大。一方面，随着农村流通基础设施的不断完善，农村消费者可以更加便利地购买到和城市消费者同样的商品，这必然提高人们的购买意愿，会给农村消费市场注入新动力；另一方面，随着农村消费观念的更新，农村消费需求升级趋势将会提速，家电、家居、汽车等大件商品的购置和换新需求将带来一轮新机遇，这些都有望成为农村消费新的增长点。

消费是满足人民对美好生活的向往的重要方式，扩大生活也要同改善人民生活品质结合起来。在农村地区，扩大消费还有不小提升空间。要多措并举拓宽农村居民的收入渠道，让农村消费者的“钱袋子”更鼓，消费力更强；要下大力气优化农村消费环境、规范农村市场秩序，不给假冒伪劣、虚假宣传、价格欺诈等违法行为留空子，让农村消费者放心“买买买”。

《人民日报》发表的评论指出，要从供给侧下功夫，通过加强县城乡镇商贸设施和到村物流站点建设、支持建设立足乡村贴近农民的生活消费服务综合体等举措，切实增加农村市场的有效供给，在给农村居民美好生活添彩的同时，激发农村消费市场更大的发展活力，为构建新发展格局提供更加有力的支撑。

下好农村消费升级这盘棋

□ 罗建华

近日，商务部、国家发改委、工信部、财政部等12部门联合印发《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》(以下简称《通知》)，从稳定和扩大汽车消费、促进家电、家具、家装消费、提振餐饮消费、补齐农村消费短板弱项、强化政策保障等5个方面提出11项措施。

消费是经济增长的主引擎，农村消费是消费市场的重要组成部分，发展潜力巨大。长期以来，城市是促进消费的主战场，但近年来，下沉市场在中国消费图谱中悄然崛起。随着农民收入不断增加、农村消费补贴政策实施，特别是送货下乡等政策措施的实施，农村消费市场进一步活跃，广袤的乡村大地正在释放出巨大的消费潜力。进一步挖掘我国农村居民人口规模庞大的优势，充分释放农村消费潜力，对于畅通国民经济循环具有重要意义。

从目前的农村市场来看，优质的商品及服务供给较为缺失，很多农村居民的消费需求没有被充分满足，一定程度上制约了消费潜力的进一步释放。与此同时，目前农村居民在服务消费、线上消费等方面的需求不断增强，综合来看，农村海量的消费需求还有待唤醒，农村高涨的消费热情还需要呵护。

此次出台的《通知》，把准了当前加快促进消费恢复的短板和弱项，对提振汽车、家电、餐饮消费，释放农村消费潜力等方面作出具体安排，具有较强的针对性。比如，稳定和扩大汽车消费，旨在促进大宗消费方面发挥积极引导作用；促进家电、家具家装消费和提振餐饮消费等，旨在促进重

点消费，满足民生基本需求和消费升级的需要；补齐农村消费短板弱项，旨在挖掘农村消费潜力，释放农村消费潜能；强化政策保障，旨在形成良好的消费环境，促进消费便利化，通过对相关企业提供帮扶支持实现供需对接。上述工作任务都很有针对性，可望进一步提振农村消费市场，助力推动形成强大的国内市场。

流通链条顺畅起来，农村消费才会越来越旺盛。物流体系是农村消费的重要保障，加快农村物流体系建设，提高农民电商消费便利度，是推动农村消费提速、挖掘县乡消费潜力的重要抓手。农业农村部近日发布的《中国数字乡村发展报告(2020年)》显示，全国农村网络零售额从2014年的1800亿元增长到2019年的1.7万亿元。到2020年上半年，快递网点已覆盖3万多个乡镇，但不少村庄仍是空白。在一些农村，快递能送到乡镇，却很难送到村民家门口。有的地方网购冰箱、洗衣机、热水器等大件商品到达乡镇快递网点后，只能由农民自取。

对此，《通知》提到，完善农村流通体系，以扩大县城乡镇消费为抓手带动农村消费，加强县城乡镇商贸设施和到村物流站点建设。这些补短板、强弱项的务实之举，有利于推动农村物流体系建设不断提速，让更多农村消费者享受到更加便捷、舒适的购物体验，为推动农村消费潜力释放、提升农民生活品质发挥更大作用。

消费是人民对美好生活需要的直接体现。我国农村是一个有着亿万农民的大市场，农村消费升级是大势所趋。下好农村消费升级这盘大棋，定能促进乡村产业升级、带动就业和农民增收，让乡村振兴之路越走越宽。