

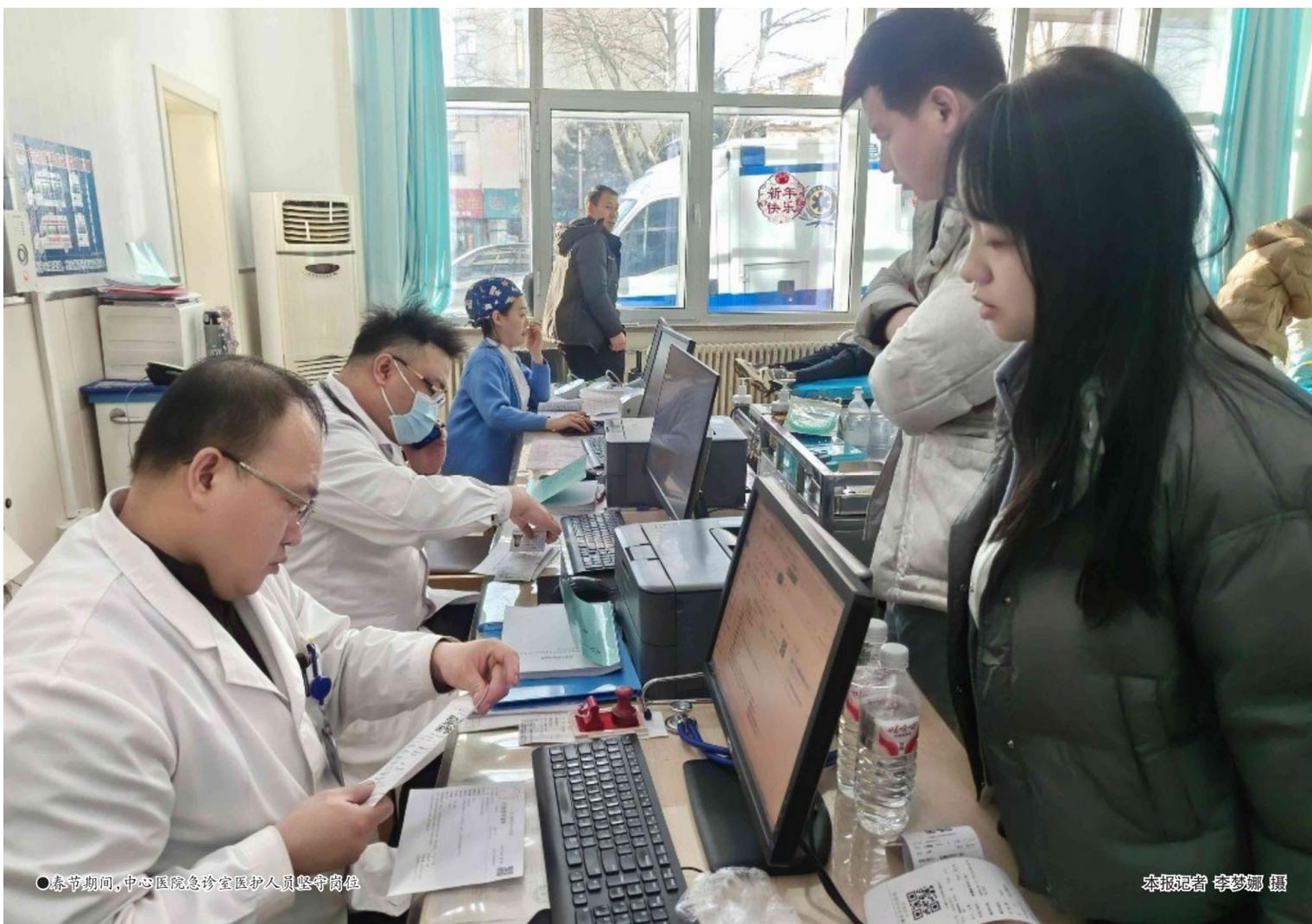


温暖归途见发展 幸福团圆年味浓

»06版«



我们的平安年,由他们守护



春节期间,中心医院急诊室医护人员坚守岗位

本报记者 李梦娜 摄

»07版«

我市春节档电影市场持续火热

»07版«



多措并举扩大乡村消费

■周丹丹

2026年中央一号文件围绕“多措并举扩大乡村消费”作出部署,提出“支持乡村消费扩容升级,提升消费设施和服务水平,培育丰收市集、非遗工坊、休闲露营等消费新业态新模式新场景”。这是立足城乡融合发展、激活乡村全面振兴内生动力、回应了亿万农民对美好生活的向往,为推进乡村全面振兴提供了有力指引。

扩大乡村消费,首先要打通农产品上行“最后一公里”,唤醒田间地头的原生活力。长期以来,“藏在深山无人识”“丰产不丰收”既绊住了农民增收的脚步,也困住了乡村消费的内生动力。中央一号文件提出培育丰收市集,有

利于打破这种困局,让丰收市集成为连接生产端与消费端的“便民桥”。比如,在贵州湄潭,当地立足茶叶产业优势,紧扣“湄货出山”目标,将丰收市集打造成“线下展销+线上直播+文化体验”于一体的消费新场景。丰收市集与“村播”深度绑定,返乡青年、村干部化身“田埂主播”,以茶山实景为幕进行直播带货,让丰收市集成为“村播”的天然演播厅,打通了产销的双向通道,使乡土好物真正成为消费新选择。

中央一号文件部署培育非遗工坊消费新业态,核心就是让传统技艺“活起来、火起来”,让非遗从博物馆走进日常消费场景,成为可触摸、可体验、可购买的文化产品,实现文化传

承、农民增收、消费升级的“三赢”。北京京西稻农业文化遗产地便是一个成功的范例。这里将非遗工坊与农耕文化深度融合,传承人现场展演古法种植技艺,游客亲手插秧、体验收割,选购盆栽稻、稻田文创,让农耕非遗“可看、可玩、可买”。如此,既守住了乡土文脉,也丰富了乡村文化消费场景。

如今,“微度假”渐成消费新风尚,越来越多人对乡村的山水风光、田园意境青睐有加。中央一号文件提出培育休闲露营等新业态,就是要推动乡村景观向消费场景转化,实现“生态美”与“经济美”的双向赋能。譬如,在四川仁寿,当地依托黑龙滩水库的山水禀赋、响水六坊

的生态资源,将露营业态与本土田园文化、民俗相融合,让露营成为休闲社交、文化体验的新载体,让乡景成为乡土消费的重要支撑。

扩大乡村消费,既要让业态“活起来”,更要让保障“实起来”,坚持“硬件升级”与“软件优化”并重。如今,新能源汽车、智能家电下乡持续推进,县乡村三级物流网络逐步完善,农村消费设施不断升级,为乡村消费筑牢硬件根基。同时,市场监管持续发力,严打假冒伪劣,优化消费环境,让“品质消费”“绿色消费”“便捷消费”成为乡村消费新导向,让农民敢消费、愿消费、能消费,乡村的消费活力持续释放。

“丰收市集+村播”“非遗+消费”“露营+文

旅”……这些实践充分证明,业态创新、设施完善、服务升级多管齐下,能有效打通城乡消费循环,让乡土既有烟火气,也有新潮感;既有乡土味,也有文化味。立足乡土资源禀赋,找准乡村消费发力点,才能让乡村消费真正热起来、活起来,让乡土成为拉动内需、畅通经济循环的新增长点。

在延续乡土文脉、深挖乡土特色资源中实现创新发展,是扩大乡村消费的必然要求。未来,持续培育消费新业态、完善消费设施、优化消费环境,让发展红利更多惠及亿万农民,让乡土成为有吸引力、有烟火气、有获得感的消费新空间,进而为乡村全面振兴注入源源不断的动能。