



商务部副部长王炳南

## 解读县域商业体系建设

文 / 本刊记者 孙永立

近日，国务院召开常务会议，部署加强县域商业体系建设，促进流通畅通和农民收入、农村消费双提升。对此，商务部副部长王炳南在国务院例行政策吹风会上进行了详细解读。

王炳南指出，“十四五”时期，将实施县域商业建设行动，着力在农村建立完善县域统筹，以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体

系，力争到2025年，在具备条件的地区，基本实现县县有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村通快递，促进农民收入和农村消费双提升。

出席吹风会的还有农业农村部市场与信息化司负责人刘涵，商务部流通发展司司长刘德成，国家邮政局新闻发言人、办公室负责人侯延波，全国供销合作总社经济发展与改革部部长阿地力·吾布力。

## “十四五”时期农村流通工作四大特点

记者：“十四五”时期我国农村流通工作将会出现哪些新的变化？

王炳南：总的来看，“十四五”时期，农村流通工作概括起来有四个突出特点：一是突出把县域作为工作切入点。县是我国承上启下的重要行政单元，是发展经济、保障民生的关键环节，我国有2.1万个镇，当前农民消费主要集中在镇，“十四五”时期，我们把县域作为农村商业的切入点，不仅包括

传统意义的农村，还包括镇。适应当前农村流通、农村消费的实际情况，强化县城的中心地位，发挥镇的重要节点功能。

二是突出“下沉”和“上行”两个重点。这是农村商业体系建设的两项主要任务，下沉就是引导推动城市的生产流通企业下乡，带动新产品、新服务、新技术、新理念下乡，逐步缩小城乡消费差距，让农民在家门口就能实现与城市同样水平的消费环境、同样质量的商品、同样标准的服务。“上行”就是推动农产品进城，建立更紧密的产销衔接，减少流通环节，提高流通效率，降低流通损耗，培育农产品品牌，增加农民收入，让城市消费者获得质量更优、价格合理的农产品。

三是突出现代流通体系。建设农村商业体系，必须要贯彻新发展理念，把握高质量发展这个主题，把发展质量摆在突出位置上，把农村现代流通体系作为方向。通过推进信息化、标准化、集约化、规范化，统筹软硬件建设，补齐农村商业短板，改变农村商业落后的面貌，提高农村商业发展水平，决不搞低水平的重复建设，决不允许在农村商业搞无序不公平竞争。

四是突出农民收入、农村消费双提升，这是发展农村商业的根本出发点和落脚点。农村流通连接生产与消费，乡镇和村两级消费市场占我国消费市场总体的38%，具有巨大的消费潜力。健全农村现代商业体系，既要在个体层面上提高农民收入，增强农民获得感、幸福感，也要在宏观层面上扩大农村消费，形成强大国内市场。推进农村商业体系建设，要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，国家将出台有力政策措施，商务部将会同有关部门建立专门工作机制，加大财政扶持力度，创新投融资模式，加强规划指导，强化指导考核，推动各项措施落实见效。



商务部副部长 王炳南

## 五大措施促进农民增收，提高农民消费能力

**记者：**国务院常务会议提出加强县域商业体系建设，要促进流通畅通和农民收入、农村消费的双提升，接下来在促进农民增收、提高农民消费能力方面将采取哪些措施？

**刘德成：**近年来，随着农民收入水平的稳步提升，带动农村消费规模“水涨船高”。2020年，乡村消费品零售额达5.3万亿元，比2015年增长26.1%，连续8年快于城镇。农村消费升级趋势明显，2020年，农村居民人均教育文化娱乐、交通通信、医疗保障消费支出分别比2015年增长了35.1%、58.3%和67.6%。促进农民增收，提高农民消费能力，让农民有更多的获得感、幸福感，是乡村振兴和发展县域商业的根本出发点和落脚点。为做好这项工作，商务部将会同有关部门，加大投入保障力度，创新投融资模式，强化分级分类指导考核，统筹兼顾，做好以下五方面工作：

一是完善农产品流通骨干网。以农产品主产区、主要集散地和主销区为基础，提升产地初加工、批发和零售等环节设施建设水平和服务功能，促进流通节点有效衔接，完善跨区域产销链条。确定一批全国骨干农产品批发市场和骨干流通企业，带动农产品生产、运输、仓储、消费各环节信息互联互通、设施共享共用，增强服务水平，不仅要帮助农民把农产品卖出去，还要卖出好价钱。

二是扩大电商进农村覆盖面。强化县级电子商务公共服务中心的统筹能力，为电商企业、家庭农场、农民合作社等各类主体提供市场开拓、资源对接等服务，增强电商服务农产品上行能力。降低农村物流成本，支持邮政、快递、物流、商贸流通等企业开展市场化合作，实现统一仓储、分拣、运输、配送和揽件，积极发展统仓共配。

三是提升农产品商品化处理能力。加快补齐农

产品冷链设施短板，加强农产品品牌培育，拓展延伸产业链，提升价值链，更好促进小农户与大市场的有效对接。

四是强化产销对接长效机制。引导农产品流通企业与新型农业经营主体通过发展订单农业、产销一体、股权合作等多种模式实现精准对接。组织开展多种形式的产销对接活动，鼓励各地发挥东西部协作、对口支援、县企合作等机制作用，推动对接资源向乡村振兴重点帮扶县和脱贫地区加大倾斜力度。



商务部流通发展司司长 刘德成

五是进一步提高农村消费吸引力。提升县域文旅服务功能，鼓励文旅、民俗等资源丰富的乡镇推动商旅文体娱融合发展，把绿水青山变成金山银山，以产业融合带动农民增收致富。

#### 四项升级措施补齐县域商业体系短板

**记者：**县域一头连着城镇，一头连着乡村，县域经济在国民经济发展中发挥着重要作用。但县域商业体系目前还存在着一些短板，比如商业设施不够完善、消费环境有待改善，请问将采取什么样的措施补齐短板？

**王炳南：**城乡发展不平衡的情况在农村商业领域是存在的，突出表现在农村商业设施水平低、商品服务质量不高、市场秩序欠佳等方面。这既有市场主体进入农村意愿不高等市场原因，也有监管力量薄弱等制度因素。对于这些问题，国务院常务会议进行了重点研究。下一步，我们将采取的主要措施体现在四个方面的升级上：

一是设施升级。“十四五”时期，对县城、乡镇和村三级商业设施，进行“三个一批”改造升

级。在县城，重点改造升级一批综合商贸服务中心和物流配送中心，强化县城综合商业服务能力。在乡镇，重点改造升级一批乡镇商贸中心，增加生活服务功能，推动购物、娱乐、休闲等业态融合。在农村，要把一批“夫妻店”改造升级为新型连锁便利店，同时，鼓励因地制宜丰富快递收发、农产品经销等业务。

二是商品服务升级。我们国家是制造业和生活服务业的大国，完全有能力、有条件提供适合农村的优质商品和服务。这既能满足农民民生需要、扩大农村消费，也能帮助企业开拓潜力巨大的农村市场，可谓“一举多得”。要引导城市生产流通企业进入农村市场，向农村延伸营销网络，开发适合农村市场的商品服务，推动更新换代。农村也有丰富的服务资源，要发展乡村旅游、民俗、特色文化、休闲农业等服务，推动农村商旅文体娱融合发展。

三是模式升级。在这里主要关键词就是“改造”和“融合”。“改造”就是数字化、智能化改造。一方面要大力发展农村电子商务，“十四五”时期进一步扩大农村电商覆盖面，着力解决农村网购“最后一公里”问题，力争用3-5年时间，做到快递网点在所有行政村全覆盖。另一方面，要推动农村传统商业企业大规模应用现代信息技术，进行软硬件升级。“融合”主要是考虑在功能上推动跨界融合发展，叠加商业+生活服务等功能，实现一点多能、一网多用。

四是监管升级。“十四五”时期，把规范农村市场秩序和加强市场监管放在突出位置，市场监管部门将充实执法力量，加大执法力度，完善城乡联动机制，加强源头治理，严厉打击农村生产经营假冒伪劣商品等违法经营行为。同时，要加大宣传力度，推动农村诚信体系建设，加强行业自律。我们力争通过采取上述措施，坚持市场化原则，加强政府引导和政策支持，用不长的时间，使农村消费环境实现较大改观。



## 农产品流通现代化要补齐冷链短板

**记者：**我国农产品流通一个显著特征是小生产、大市场。请问下一步会采取什么样的政策措施来提高农产品的流通效率？

**刘德成：**小生产对接大市场仍是当前我国农产品流通的基本格局，农产品流通体系建设还存在一些短板，组织化、集约化程度还不高。要推进农产品流通现代化，在提高农业综合效益上作足文章。商务部将会同有关部门加快提升农产品流通的标准化、品牌化、信息化水平，推动建立安全、畅通、高效的农产品流通体系，特别要加强以下三个方面的工作：

一是加快补齐冷链设施短板。加强农产品批发市场冷链设施建设。引导生鲜电商、物流等企业建设前置仓、分拨仓，配备清洗、分拣、烘干、包装、冷藏和低温配送等设备设施，减少损耗，延长农产品的销售期限，把更多的农产品变成商品，让它卖出好价钱，提高附加值。

二是提高农产品流通的组织化程度。大力发展农产品电子商务、订单农业等新业态新模式，充分发挥流通对生产的引导作用，推动农业生产主体以市场需求为导向组织生产。面向乡村振兴重点帮扶县，支持农产品批发市场、连锁超市、生鲜电商等各类农产品流通企业，进一步做实做大农产品销售专柜、专区、专档，拓宽营销渠道。

三是提高农产品流通的民生保障能力。指导各地通过土地作价、财政入股、购买服务等方式，支持经营农产品的公益性批发市场建设，增强保供稳价和综合服务能力。采取入股参股、产权回购回租、公建配套等方式，建设改造公益性农贸市场、菜市场，提高便民服务水平。同时，我们还要推动各地与财政资金支持的农产品市场签订协议，明确市场的公益性职责。■

