



2026年中国农民丰收节金秋消费季启动,看点几何

■ 新华社记者 韩佳诺 张梦洁

“丰收地图”可一键查询各地特色优质农产品;AI智能推荐等数字化服务为消费者提供更加便捷的消费体验;景颇族目瑙纵歌等多项非遗技艺展现中华农耕文化的深厚底蕴与时代活力……

9月4日至6日,2026年中国农民丰收节金秋消费季启动活动在上海举行。今年金秋消费季以“丰收开新局 实干促振兴”为主题,将从9月持续至11月底。系列活动有何看点?记者进行了探访。

看点一:数字赋能,让各地农产品“触网即达”

走进启动活动现场的AI促消费专区,消费者与智能助手对话,说出口味偏好、预算或送礼需求,即可获得个性化农产品好物推荐。

数字技术正成为今年金秋消费季的关键助力。由农业农村部大数据发展中心牵头建设的“丰收地图”1.0版在启动活动上正式发布。

记者了解到,这一系统全面归集2018年以来全国各地丰收节活动数据与特色农业资源,设置丰收村、丰收游、丰收集、丰收好物四大功能板块,打造数字化的丰收节信息服务窗口,公众可通过移动端一键查询全国丰收节庆活动、乡村旅游路线与特色优质农产品。

启动活动上,6家电商平台发布了消费补贴、流量扶持、入驻支持等17项电商促消费措施,9家金融机构推出消费优惠、信贷增信、便民助农等28项金融惠农措施。

活动现场还组织了丰收市集,举办了中国农民丰收节网络创作推广、直播之夜等活动,以更优供给、更新场景、更实措施,营造庆丰收促消费的浓厚氛围。

看点二:业态焕新,让乡村游“触手可及”

金秋消费季不仅是农产品的展销平台,更是城乡融合打造消费新场景的孵化器。

今年金秋消费季启动活动上,上海发布了“魔都乡趣 乡当有趣”53条沪郊精品乡村主题旅游线路和42项品牌特色活动,串联起全市田园风光、村落民俗与休闲农业资源。

记者了解到,金秋消费季期间,上海市区两级政府还将陆续推出乡村消费新场景品牌活动,串联起田园采摘、乡村艺术、非遗手作、露营骑行、亲子研学、丰收节庆等多元业态,构建“线路导流、场景承接、活动引爆”的乡村消费体系,做到“周周有活动、月月有亮点”。

游客既可在浦东川沙体验“新农人·新乡村·新未来”的丰收节主题活动,也可参与周浦北庄“药”丰收草本奇境采收季活动,还可到崇明东滩观鸟、横沙岛

骑行,在金秋田野中尽享生态之美。

据悉,今年金秋消费季期间还将开展数商兴农庆丰收、全国36个大中城市“菜篮子”产品消费促进、乡村“小而美”文旅业态提升行动交流对接等重点活动,持续释放城乡消费潜力,助力农民丰收增收。

看点三:文化铸魂,让消费季“有滋有味”

今年金秋消费季更强调将农耕文化传承融入消费场景,让消费者在品味美食的同时感受中华优秀传统文化的独特魅力。

在启动活动现场,云南德宏景颇族目瑙纵歌、内蒙古长调、奉贤滚灯、三林舞狮等非遗节目登台亮相。金山农民画“丰收图”正式赠予中国农业博物馆永久收藏,将民间艺术温度与丰收美好寓意融为一体。

非遗展演不仅拉满了节庆氛围,更让消费者在品味美食、购买特产的同时,深刻感受到农耕文化的深厚底蕴,实现从“买产品”到“赏文化”。

2026年中国农民丰收节金秋消费季由农业农村部、商务部、文化和旅游部等共同发起。据农业农村部介绍,金秋消费季是中国农民丰收节的品牌活动,通过搭建产销对接平台、培育消费新场景、促进线上线下联动等方式,畅通城乡消费链路,助力农民丰收增收,已累计带动农产品销售额超1600亿元。

晴好天气 晒面忙

福建福州市闽侯县埔前村线面制作技艺传承800余年,是远近闻名的“线面村”。当地深耕特色产业,带动村民就近就业,为乡村振兴注入源源活力。图为埔前村村民趁着晴好天气,在农家庭院晒架上晾晒线面,保障市场供应。

中新社供图



(上接1版)

“项目融合汽车文化与儒家‘仁者乐山,智者乐水’人文底蕴,形成集越野竞速、自驾露营、水上高空体验、潮流文娱于一体的全域户外生态综合体。”邹城市文化和旅游局局长张夏告诉记者。

近期发布的《商务部等9部门关于进一步激发下沉市场活力 活跃县域消费的意见》提出,因地制宜打造各具特色的消费场景,持续繁荣县域消费市场。

在山东,乐陵市用“影视+文旅”激活县域消费新活力,乐陵影视城开园一年多累计客流超150万人次;

在湖南,新化县紫鹊界梯田景区农文旅深度融合,研学、农事体验、山野赛事接连落地,年接待游客超80万人次;

在福建,周宁县发挥高山冷凉花卉产业优势,释放“花鲤小镇”旅游平台作用,全产业链年产值达4亿元;

……

中国消费市场的“新”,就是精准匹配现有需求,主动引领潜在需求,积极创造全新需求。一处处县域的创新实践,让下沉市场不仅有“烟火气”更有“新活力”,不断释放着基层消费潜力。

向优,商品消费提质升级

百姓日常生活中的小确幸,恰恰是提振消费最需要挖掘的地方。记者发现,在山东和福建,“两朵花”开出新天地,“两条鱼”游出新产业。

山东菏泽,牡丹之都。根可入药、籽能榨油、蕊可制茶、瓣能披露……120余家牡丹生产加工企业开发出11大类260余种深加工产品,牡丹产业年总产值超130亿元。

古城福州,茉莉飘香。茉莉花在福州落地生根2000多年,成为城市独特文化名片。数据显示,2025年福州茉莉花茶全产业链产值突破百亿大关,品牌价油价达161.71亿元。

黄海之上,三文鱼追着海水跑。今年5月,15万吨级养殖工船“国信1号2-2”收获约3000尾“船载舱养”三文鱼,首次在超大型移动式养殖工船上实现鲑鳟鱼规模化、商业化产出。

闽东海域,大黄鱼延伸大产业。宁

德以科技破解人工养殖大黄鱼难题,全产业链产值突破200亿元,全国每5条大黄鱼有4条源自这里。如今大黄鱼更“游”到文化创意、滨海旅游等领域,三产融合出广阔空间。

今年上半年,山东限额以上可穿戴智能设备、节能家电、智能手机等升级类商品零售额,分别增长239.2%、15.6%、25.5%。

走进山东迈宝赫健身器材有限公司,机械臂灵活移动,喷涂流水线有序运转……总经理刘新利说,公司组建了70多人的研发团队,通过自主研发、自主设计,不断拥抱智能化。

这家商用健身器材龙头企业去年生产了超过20万台套健身器材。公司与深度求索(DeepSeek)深度合作开发智能健身器材,系统能当“私人教练”,给客人量身定制健身方案。

越来越“聪明”的产品,彰显着商品从“够用”到“好用”、从“传统”到“绿色智能”的跃迁,顺应着消费升级需求。

“山东全力提升商品消费。”山东省人民政府副省长温暖表示,将依托“好品山东”,聚焦民生消费需求,培育消费精品名品;引导海尔、海信、歌尔等企业推出首发创新产品,做优“智行安居”大宗耐用商品消费。深入实施县域商业体系建设行动,支持银座、家家悦等本土商贸龙头企业下乡,活跃县域消费,推动供给升级与消费升级同频共振。

从宁德的大黄鱼到德州的健身器材,从特色农产品到产业集群,越来越多地方关注到品牌对消费的引领力。

长沙芙蓉广场,“零食王国”前排队顾客令记者印象深刻。这座吉尼斯世界纪录认证的“全球最大零食店”,暑期日均接待游客超3万人次,成为长沙的新晋网红品牌。

一家零食空间的火爆,背后是湖南休闲食品产业的“硬核”支撑:全国每3份休闲食品就有1份“湘”字号,盐津铺子、劲仔食品、麻辣王子、黑色经典等品牌集群年产值突破1500亿元。

“湖南有着悠久的历史文化、厚重的革命文化、活跃的现代化文化,我们把这些底色融入消费,努力把消费作为展

现湖南形象、彰显湖南魅力的重要窗口。”余红胜说,湖南将持续落实好国家扩大内需战略,以“打造特色消费品牌、推动消费扩容提质”为总思路,扎根产业基础、强化品牌孵化、推动文化科技融合创新,为推动全国消费转型升级贡献“湖南力量”。

“十五五”规划纲要提出,推动商品消费扩容升级。记者在调研中感受到,无论是山东东阿阿胶把中华老字号玩出新花样,还是福建培育地理标志产品伴手礼品牌“闽一口”,品牌化战略正进一步扩大优质商品供给,提升产品附加值,满足多元化消费需求。

向美,消费添彩美好生活

“七夕”当晚,一场沉浸式世遗浪漫夜游在福建泉州洛江区的洛阳桥上上演。人间烟火映古桥,引来市民游客无数。

作为世界遗产“泉州:宋元中国的世界海洋商贸中心”遗产点之一,洛阳桥的古老文脉深度浸润周边居民生活。当地投入专项资金开展古桥及周边环境整治提升,引入多元业态,挖掘消费潜力。

“活化不是简单修缮,更在于人赋予的生命力和烟火气。”洛江国投集团文旅公司负责人陈小蓉介绍,如今,桥南古街主街超六成传统店铺完成转型,新式茶饮、文创工坊、民俗研学等业态落地,游客得以沉浸式感受文化的温度。

消费需求是供给的出发点和归宿。洛阳桥上,近千年的石板仍可通行;闽味古厝庆楼内,南音声萦绕……文化遗产赋美消费体验,回应的正是人民群众对美好生活的向往。

“我们将依托福建山海资源、文旅经济特色,深化运游融合;做强赛事经济,联动文旅消费;打造山海旅居IP,发展茶旅、中医药康养;丰富特色演艺、水上游轮渔旅产品。此外,重点推进商旅文体健融合,推动商圈、旧厂区、商超改造升级,植入非遗、体育、艺术、沉浸式演艺等业态,培育情绪型、体验型消费。”江尔雄说。

一如洛阳桥劲吹的国风,记者在调研中深刻体会到,文化赋能之下,人们的消费品位更高了、感受更好了。湖南千年古运河穿紫河畔,常德街街商铺林立。戏台上,常德丝弦、常德高腔等民间演艺轮番上演;非遗作坊里,桃源刺绣、麻纸画等技艺体验鲜活有趣。

“我们希望把河街打造成一座‘没有围墙的非遗博物馆’。2025年累计接待游客1824.67万人次,同比增长75%,街区营收额12.39亿元,同比增长近六成。”常德市经投资管经营有限责任公司总经理陈国英越发感到,在给予游客情绪价值中创新文旅业态至关重要。

对情绪价值的追求,反映人民群众对美好生活的更多期待。如何满足向美而行新需要?在以汉服闻名的山东曹县,记者找到了一种答案。

来到e裳小镇·曹县数字经济产业园,展销区内各式汉服琳琅满目;直播电商和跨境电商服务区中,主播正笑着向网友推介汉服产品。

曹县电子商务服务中心主任张龙飞告诉记者,截至去年底,曹县汉服上下游企业达2822家,网店近1.6万个,全年线上线下销售额突破130亿元。借助直播和电商,小城里的“独门技艺”跨越千山万水,让全世界的顾客都能体会到汉服的美好、国潮的魅力。

温暖表示,下一步,山东将高水平举办齐鲁服务消费季,依托文化“两创”,擦亮“沿着黄河遇见您”等品牌。用好消费“三新”试点,深耕鲁菜、山东手造、家政服务优质供给,出台山东版“人工智能+消费”实施意见,布局沉浸式、人工智能(AI)消费场景,创新发展赛事经济、演出经济、票根经济,培育一批服务消费新品牌和服务消费集聚区。

“十五五”开局之年,行将走至湘闽鲁三省,我们由衷感到消费新风拂面,神州大地风景这边独好。

内需旺则经济稳,市场强则底气足。牢牢把握扩大内需这一战略基点,大力提振消费,丰富消费供给,提升消费水平,必将为经济发展注入持续的内生增长动力,不断改善民生福祉,让中国式现代化建设成果更多更公平惠及全体人民。

(记者陈芳 徐社 邵晓安 杨洪涛 姚羽)



山西总队 开展康养旅居产业专题调研

本报讯 近日,国家统计局山西调查总队开展康养旅居产业专题调研,聚焦山西康养旅居产业全景、瓶颈制约、破局路径,为推动产业从粗放式扩张向高质量、精细化、品牌化发展提供扎实数据支撑。

调研启动前,山西总队科学制定方案,紧扣“一核三区多点”布局选取太原、大同、阳泉、晋城、忻州5个代表性市,兼顾核心城市、避暑温泉、山水古堡、乡村田园等主要业态类型。围绕产品供给、医养融合、人才支撑、要素保障、品牌认知等维度设计问卷,并梳理省级层面政策文件,将示范区、森林康养试点等载体逐一定位标注,形成政策、载体、业态三张清单,为后续调研打牢基础。

调研采用实地走访与问卷调研相结合的方式,调研组与文旅、卫健、民政等部门及康养企业座谈,并对旅居老人、民宿经营者等开展访谈,了解政策执行情况和实际困难;同时做好问卷数据检查,发现疑问即时回访核实,注重用指标间的逻辑关系相互印证。

本次调研既印证了示范区、试点单位建设成效,也揭示了产品同质化、专业人才短缺、淡旺季分化等痛点,有针对性地提出打造特色产品体系、加快人才培养、开发四季全时产品体系等对策建议,推动调研成果转化成为决策参考。

邓俊伟 白洋

浙江总队 赴基层调研住户调查工作

本报讯 近日,国家统计局浙江调查总队组织调研组赴湖州地区开展住户调查工作调研和数据质量检查。

调研组强调,要深入贯彻落实习近平总书记关于防治统计造假重要指示批示精神,充分运用统计违纪违法案件通报分层分类开展警示教育,推动以案释法。要严格落实统计调查全流程质量管理办法,加大源头数据质量核查力度,健全辅助调查员选用管理机制,强化培训指导和工作衔接。着力提升统计调查服务质效,加强重点问题分析研究,推动专题调研成果转化。深化大数据研究应用,加强部门沟通,拓展大数据辅助采集、校验调查质量等方法研究。

调研组实地走访了吴兴区八里店镇路村,详细了解促进乡村振兴、农户就业与增收等方面情况;赴南浔区菱湖镇陈邑村开展数据质量检查,与记账户深入交流,了解居民收支调查、农民工监测调查开展情况及制度落实情况等。

华敏

夏日“凉”方 何以激发消费新热度

■ 新华社记者 李华

暑气渐消,夏日的帷幕缓缓落下。回望这个夏天,以“清凉”为名的消费热潮涌起,显现出勃勃的经济脉动。

放眼国内,从高山林海到溪谷山野,避暑休闲成为群众的热门选项。平台监测数据显示,今年暑期国内避暑游订单再攀新高,不少地方依托得天独厚的气候条件与各具魅力的山水人文,成为备受青睐的新兴出游目的地。

社交平台上,“China Cool”(中国又酷又凉爽)持续出圈,大批外国游客跨越山海来到中国,真切感受这份夏日惬意。上半年,我国入境外国人达2291.4万人次,同比增长20.4%;暑期欧洲游客赴华旅游订单量同比增长275%,景区门票订单涨幅超20倍。

“清凉”的热度,不止是简单的气候红利,更折射出生态价值转化、产业提质升级、高水平开放协同推进的发展逻辑。

我国幅员辽阔,多样的气候与山水资源,为清凉消费的兴起奠定了天然基础。然而,坐拥绿水青山,并不意味着能自动兑换为消费活力。真正激活市场的,是主动适应大众旅游需求向“沉浸体验”的转变,加快文旅供给的创新求变。

陕西省宁陕县的蝶变是一个生动缩影。这里的好山好水,过去只是“看着美”,如今有了更多打开方式,持续擦亮“21℃的夏天·清凉宁陕”品牌。当地文旅收入结构中,朱鹮研学、山野文创、稻田露营等新业态贡献了更多营收。民宿吸纳了八成本地村民就业,城郊租车、山间零售、农家餐饮等同步受益,形成完整的产业链条。

供给侧的转向由此清晰可见:从“速打卡”到“慢体验”,从“一日游”到“长旅居”,踏准消费升级的节拍,才能将绿水青山有效转化为群众增收的现实动能。

资源禀赋的有效利用,为清凉消费打下坚实基础;不断推进的产业升级、场景焕新,则进一步打开消费市场的增长空间。

传统漂流叠加溪降新玩法,登山步道旁“长”出悬崖咖啡,文博场馆借恒温空间开辟“古代消夏”专题展……各地的这些新场景新体验,让清凉消费跳出传统的山间观景纳凉,有了更加多元的表达。乡村夜市、光影秀、户外演艺等业态,也在不断丰富夏日经济的内涵。

消费潜力充分释放,离不开良好消费环境的支撑。完善的基础设施、舒适的旅行体验,有力托举着国内市场,也成为“China Cool”吸引海外游客的重要原因。

240小时过境免签政策、多语种导览服务等系列举措让境外游客不仅能打卡山水美景,还能深度体验传统文化与新兴科技交融的中式“清凉”。

一夏观四季。清凉消费这一季节性热点,也带来激发各时各域发展潜力的启示:顺应市场需求新变化,用好特色资源,打造可感可及的高品质消费场景,做强服务品牌、优化消费环境,以四季有看点、时时有亮点吸引更多消费者。

推而广之,夏日“凉”方里蕴含的智慧,也适用于更多产业和领域发展。更加注重从供给侧发力,促进新兴科技与文化创意、生态价值等深度融合,持续推动供给创新突破,创造和引领新的需求,才能将流量红利、市场热度沉淀为长期竞争力。

时序轮转,清凉消费带来的思考还有更多。坚持因时因地制宜,持续改革创新,不断探索把资源优势转化为发展优势的现实路径,我们将乐见各地经济高质量发展结出更多硕果。