

我国县域人口众多,消费潜力巨大。今年上半年,我国乡村消费品零售额32409亿元,增长4.9%,县乡市场规模占社会消费品零售总额的比重达38.9%。

《提振消费专项行动方案》提出,“支持新型消费加快发展”“深入实施县域商业建设行动和‘千集万店’改造提升”。当前,县域消费市场呈现哪些新气象?各地在激发县域消费方面推出哪些实招新招硬招?记者在多地进行了探访。

### 打造新型载体——用好城市资源,提升空间利用率

赏夜景、逛集市、享美食……这个暑期,位于贵州遵义市红花岗区古城内的首个“平急两用”商业综合体——中国供销·红花岗星悦茂商业街内人气爆满。自开业以来,该商业街就以沉浸互动式的消费体验,吸引许多消费者。

“出来逛商场,购物休闲、品尝美味必不可少。商场里商铺齐全,很方便。”趁着周末,当地居民王文和家人一起逛街,没多久就买了不少数码产品、运动服饰。

在商业街区一角的“供销超市”,方竹笋、白茶、辣椒、手工豆腐等遵义下辖乡镇的特色美食吸引了游客前来购买。“我们与周边20多个乡镇建立产销直供,为村民开辟新的销售渠道,也保障了产品的新鲜度与品质。”“供销超市”负责人谢相兴说。

县城中心核心商圈,人口集中、商业价值高,但同样存在发展空间受限、市政基础设施老化等短板。如何升级改造?提升城市空间利用率为破题关键。

近年来,各地各相关部门陆续出台措施,鼓励“平急结合”人防工程开发利用,支持地下商业、智慧停车、仓储物流等业态发展,以提升城市空间利用率。中华全国供销合作总社旗下中国供销集团所属供销大集集团股份有限公司充分发挥自身优势,积极打造“星悦茂”地下商业街,走出了“人防商业”特色路径——以“平急两用”的地下商业街为核心,塑造“垂直城市”生态,推动县域商业体系创新升级,激发县域消费新活力。

以红花岗星悦茂商业街为例,该街区重点做好两篇文章:

首先,载体创新,盘活“平急两用”人防资产,构建韧性商业基础设施。供销大集所属公司在当地将县域网防工程与现代化商业运营、互联网技术深度融合,打造新型人防商业综合体,为居民提供安全可靠、功能复合的消费新空间。

其次,业态革新,构建新型商业生态,引领县域消费新风尚。精品咖啡、潮流买手店、体验式娱乐、创意市集……该商业街积极将一二线城市广受欢迎的商业新业态引入当地市场,填补消费空白;同时,积极发力数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费模式,引入互动体验装置、智慧门店,推广环保品牌,培育运动健康、护理保养等业态,满足县域居民日益多元化、品质化的生活需求。

新设施吸引更多消费人群。供销大集所属北京新合作商业发展有限公司总经理谭铁华介绍,今年以来,全国14省份21城的“星悦茂”人防商业街区客流量累计达1.35亿人次,同比增长8%。

#### 【专家点评】

县域市场是扩大消费的新增长点。结合城市更新行动,各地对既有城市空间进行优化升级,大力推进县域商业体系建设。从2023年初到2025年3月,全国共建设改造县城综合商贸服务中心2628个、乡镇商贸中心13391个、村级便民商店13.8万个,有效丰富了县域商品和服务供给。以供销大集集团股份有限公司为例,“十四五”期间,该公司在全国建设运营县域商业综合体25个,涵盖超市、餐饮、影院、儿童游乐等多元业态,为当地打造了新的消费场景。面向高质量发展,要继续完善县域商业网络设施和业态,增强县域商业辐射能力,提高乡镇商业集聚效应,提升村级商业便民服务水平,更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需要。

——中国社会科学院大学应用经济学院教授李勇坚

### 推行智慧物流——城乡“客货邮”模式既省心又省钱

近日,在湖南平江县梅仙镇石塘村村口的一间小超市里,店主秦正军正忙着和妻子打包村民刚榨好的茶油,店里堆满了等待发货的快递箱。

过去,秦正军要骑着自行车一路颠簸几个小时跑20多公里去县城进货,再通过摩托车、小汽车运货回村。再后来,随着电商发展起来,秦正军每隔几天去县城进货时顺带帮村民们把网购的快递拿回来,并带一些山货快递带去城里。如今,随着供销集配中心建成投运,他和村民们过上了“城里人的生活”。

“现在在村里就能直接收发快递,我这里每天能收到30多件快递,相当于大城市的快递柜。村里往外卖的茶油、干辣椒等货物,以前没有直达的快递,辗转运送过程中

## 【新视窗】新供给引领新消费需求

# 小县城如何撬动大市场

### 县域消费新趋势观察

本报记者 齐志明



一项专门服务农村的新功能——城乡“客货邮”,通过整合客运、货运、物流电商和邮政快递资源,实现一车多用,畅通农村物流“最后一公里”,为农村居民提供更加便捷和高效的物流服务,为当地贯通乡村三级流通体系提供了坚实的支撑。目前,“客货邮”专线连接了23个乡镇,设立了434个站点,村庄覆盖率基本达到100%,与供销物流网点、邮政网点融合,实现“多站合一、一点多能”。

“以前很多电商公司不愿在平江设立网点,因为物流体系不发达,发货成本高。随着集采集配中心落地,为农产品、休闲食品提供零担快运,很多电商运营团队都迁回了平江,依托智能云仓,低成本发往全国各地,村民寄递成本降低约50%,快递企业成本降低0.2元/件。”平江县快递行业协会会长罗



常有包裹破损现象,现在发货到长沙能够实现当日达,到广州、上海等地也只要两三天,又快又好,十分方便。”秦正军说。

中国供销·平江集采集配中心占地面积120亩,建有汽车商贸交易和智慧冷链物流两大中心,并承接平江县客货邮融合发展项目,有效弥补平江县现有集采集配、车辆专业市场、仓储物流设施布局缺失、综合功能欠缺等短板,切实解决县域流通基础设施不完善、供需不配套、配送服务“最后一公里”难打通的问题。

该集采集配中心负责人谢建军介绍,目前中心采用的是国内先进的智能仓储和分拣系统,实行统一管理、统一分拣、统一配送,可实现快件全自动分拣到村级,实现共配共收,快件入库、上架、出库流程更加顺畅。现场测试显示,平均分拣速度可以达到每小时2.3万单。该集采集配中心不仅能够快速、准确地完成货物的自动分拣和转运,还能够实时监控货物状态,确保货物安全。

记者看到,这个集采集配中心还强化了

#### 【专家点评】

随着农村基础设施不断完善,电商服务站点已从县城向乡镇、村庄延伸。截至去年底,全国已累计建成1200多个县级公共寄递服务中心、超30万个村级寄递物流综合

服务站。今年上半年,这一网络继续扩展完善,农村寄递短板正加速转化为行业发展潜力。

全国供销合作社系统深入实施县域流通服务网络提升行动,不断健全完善县乡村三级流通服务网络。目前,供销大集已经拓展十余个集采集配项目,运营了平江、邵阳、江永、五峰四个项目,全力打造集采集配、加工包装、展示交易、冷链仓储、零担快运、直播电商、第四方共享物流于一体的集采集配中心,取得了良好成效,推动完善县乡村三级流通体系,打通农产品上行和工业品下行“最后一公里”,促进农货出山和农村消费提质升级。

——中国供销商贸流通集团负责人温琦

### 创新商业模式——连锁品牌加速下沉,消费品质不断提升

“您有新的外卖订单,请及时处理。”晚上8点,广西上林县大丰镇一家烧烤店迎来一天中的忙碌时刻。门店刚营业半个多小时,就已经接到40多个外卖订单。在店内,两名店员正忙着分拣菜品、打包订单;在店外,美团骑手早早地在店铺门口等待取单,取货后将在30分钟内将商品送达周边居民手中。

为进一步完善县域商业网络设施和业态,各地区有关部门在积极培育消费动能上做足文章,以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线,以数字化、连锁化、标准化为方向,进一步推动资源要素向农村市场倾斜,推动县域商业高质量发展。

——即时零售等新模式,刷新消费体验。

“线上下单,30分钟送达”,即时零售这种商业新模式的发展,既给县域餐饮商户们打开了一扇数字化的窗户,也让县乡居民享受到更快捷、更便捷的购物体验。在即时零售平台点外卖、下单日用品、选购生鲜蔬菜,已成为不少老百姓新的消费习惯。美团研究院数据显示,2024年全国县域即时零售订单同比增长超50%,线上活跃商户数量同比增长48.9%,带动农村消费市场释放更大动能。

——新连锁品牌,满足百姓品质消费。

在河北唐县,锅圈食汇加盟商康伟经营了5家锅圈门店,推出绿色、有机、高蛋白等健康化产品。锅圈食品董事长杨明超介绍,锅圈目前总计有1.04万家门店,其中县域以及乡镇地区的门店占比超四成。近两年公司不断推进清洁配料表计划,打造产品溯源体系,对于县域市场,有针对性地推出大包装、高蛋白食材,以及更具地方特色的套餐类产品。

新潮的火锅店、高人气的奶茶店、中高端的智能手机、新能源汽车品牌等纷纷在县域地区落地。美团研究院研究员倪晓畅介绍,当前县域消费市场供给日益丰富,呈现连锁品牌下沉加速、数字化转型深化、业态场景日趋多元的图景。大众点评数据显示,2024年品牌商户县域新开门店数同比增58.7%,数字化转型方面,县域线上有效交易商户数同比增长33.9%。

——新兴旅游目的地,扩大文旅消费新空间。

去浙江龙游县溪口镇的竹林徜徉,去新疆伊宁县解锁托乎拉苏风景区多样地貌……近年来,县域“小而美”“精而优”特色文旅正兴起。同程旅行数据显示,截至7月15日,位于新疆西北角的博尔塔拉悄然“出圈”,酒店预订热度相比去年同期增长近2倍;新疆伊犁、青海海东、云南迪庆也备受游客欢迎,酒店预订热度均同比增长翻倍。

#### 【专家点评】

今年中央“一号文件”提出,“深化县域商业体系建设,支持连锁经营布局县域市场,推动冷链配送和即时零售向乡镇延伸。”我国县域消费具有市场庞大、层次丰富、场景多元等特征,对新型零售、餐饮、物流、生活服务等行业有着旺盛需求,为相关流通经营主体积极作为提供了广阔天地。

为进一步培育县域消费市场发展新动能,各地因地制宜推动产业链供应链融合发展,形成特色产业带以支持区域消费;引导品牌连锁、便民服务与文旅资源融合下沉,营造新型消费场景;加强数字乡村建设,实现线上线下融合;完善公共设施、物流基础与消费环境,提升县域整体吸引力。

——商务部研究院副研究员洪勇

图①:贵州省贵阳市云岩区星悦茂商业街开业后,街区人潮如织。 刘丹摄

图②:湖南省浏阳市大围山镇供销社惠农服务中心,工作人员正在打包快递发往全国各地。 彭红霞摄

## 记者手记

### 随着政策支持持续加力、基础设施不断完善、消费业态接续创新,县域消费将迸发更大活力,为我国消费升级和产业发展带来更大的牵引力

县域消费作为县域经济的重要组成部分,是全面扩大内需、提振消费的重要发力点。近年来,我国县域消费快速增长,正在成为拉动内需、推动经济增长的新动能。

今年初,中办国办印发的《提振消费专项行动方案》对“城乡居民增收促进行动”“完善城乡消费设施”作出详细安排。各地区各部门正深入实施乡村振兴战略,加快建设新型城镇化,多措并举促进农民增收,让老乡们能消费、敢消费、乐消费。

从发展趋势看,县域消费市场积极因素不断积聚。农村居民人均消费支出从2014年的8383元增长至2024年的19280元,复合增长率为8.7%。今年上半年,农民居民人均可支配收入11936元,实际增长6.2%。收入的快速增长,使县城乡居民的消费倾向保持上升趋势。县域消费正由生存型、生产型向发展型、享受型,正向品质化、品牌化、多样化等方向转变。新需求催生新业态,新模式带来新体验,县域旅游消费快速发展,线上消费模式持续增长,即时零售、社区团购等商业模式接续创新,这些都是县域消费市场扩容提速升级的有力证明。

# 创新让县域消费“燃起来”

同时要看到,我国县域幅员辽阔,县域消费区域分化显著,不平衡不充分发展的特点明显,一些关键梗阻还有待加速破解。在基础设施方面,商业集聚度与体验型业态仍不足;在流通体系上,仍存在“最后一公里”障碍;在数字化方面,不少县乡商户缺乏线上运营、数字营销能力;品牌下沉不够,消费供给与县域升级需求仍有错配;公共服务和消费环境方面,部分县城公共空间、交通配套、健康安全标准尚未完善,影响消费体验。

进一步激发县域消费潜力,需要各方合力做好乡村市场体系建设这篇文章,协力下好“创新”这步先手棋,以新供给引领新需求,以新需求牵引新供给,更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需要。

优化供给,提升消费体验。针对县域消费发展新态势,要利用大数据、人工智能等手段,对消费需求潜力较大的美妆用品、潮流商品、智能化产品、新能源汽车等,优化供给结构,使其供给更符合需求。针对服务消费的需求升级,提升餐饮、文化体验、休闲娱乐、健康服务、旅游等服务消费的供给能力。同时,支持商业模式创新,推动本地商业企业进行线上化改造,通过与平台合作,推动即时零售、连锁经营、冷链配送等新业态在县域快速发展。

改善物流模式,降低物流成本。针对山区客运和货运不畅问题,高效整合多方资源,降低农村地区物流成本。构筑“一点多能”城乡物流服务网络,叠加便民服务、农村物流、农村金融、商品代购、农产品代销等多种服务业态。

完善社会保障体系,稳定消费预期。针对重点群体完善社会保障体系,减少预防性储蓄的增加,优化消费预期。进一步完善教育、医疗、养老等公共服务或准公共服务的提供机制,切实加强政府监管和引导,减轻居民教育、就业、医疗等方面负担,提高县域消费者抗风险能力。

总体来看,县域消费正处于升级期与转型期的叠加阶段,发展基础稳固、趋势上升,是扩大内需与城乡融合的重要引擎。随着政策支持持续加力、基础设施不断完善、消费业态接续创新,县域消费将迸发更大活力,为我国消费升级和产业发展带来更大的牵引力。

## 市场资讯

### 京津冀出口连续4个月同比增长

本报电 据石家庄海关统计,今年1—7月,京津冀地区进出口总值2.64万亿元人民币,占我国进出口总值的10.3%。其中出口首次突破8000亿元,达8134.3亿元,同比增长3.6%,连续4个月同比增长,创历史新高。

民营企业成为外贸企业主体。1—7月,京津冀地区有出口实绩民营企业达3.3万家,增加12.8%,占有出口实绩企业总数88.5%,占比较去年同期提升1.2个百分点。出口市场更趋多元化。对共建“一带一路”国家出口4711.1亿元,增长6.5%。同时,特色产业引领行业竞争优势。1—7月,京津冀三地在信息、生物制药、高端装备等领域紧密协作,优势互补,构建更具竞争力的跨区域产业链创新链。北京市电子技术、集成电路出口增长13.4%、4.5%;天津市船舶、医药材出口增长17.4%、2.6%;河北省汽车零配件出口增长13.1%。(高一然)

### 江西抚州高新区积极优化营商环境

本报电 江西抚州高新区强化党建引领作用,秉持“高干事、高兴办、高效办”的服务理念,以“服务温度”“协同力度”“扶持精度”为关键抓手,推出一系列务实创新举措,构建起全链条、多层次的营商服务体系,全力擦亮“抚务周到”营商环境品牌,为区域经济高质量发展注入强劲动能。

在以服务温度暖企心方面,设立“高效办成一件事”专窗,集成32项高频业务实现“一窗办结”。建立全渠道诉求响应闭环机制,确保上半年18件诉求100%办结满意。在以协同力度提效能方面,通过流程再造与容缺办理机制,加速项目落地。“小赣事”帮代办团队提供“一对一”服务,实现“企业跑”变“政府办”。在以扶持精度增动能方面,完善政策体系推动企业转型升级,推动68家企业实施深度数字化改造。创新“政策找人”模式,今年以来,通过线上线下双通道精准匹配,让超4593万元惠企资金直达794户企业。(詹临福)