

怎样激活县域消费“一池春水”

遍布街头巷尾的奶茶店、课程丰富的健身房、掀起出行新风潮的“奔县游”……当前，我国县域消费场景持续扩容，县域经济活力持续释放。近日，商务部等九部门联合印发《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”。

数据显示，今年1~7月，乡村消费品零售额累计同比增长2.4%，已连续55个月高于城镇或基本持平。县域市场的蓬勃脉动，照见的是大国内需的深厚潜力，也映照出群众对美好生活的真实向往。未来，如何持续打开县域消费增长新空间，赋能全国经济大循环，值得探索。



格局变迁 县域消费打开全新消费图景

打开中国消费版图，广袤的县域市场正在加速成长，成为拉动内需、稳定增长的重要支撑。

成为消费增长“新势力”，县域消费规模增长迅猛。如今，县域消费已经成为扩大消费的重要潜力来源。今年前7个月，县乡消费品零售额占社会消费品零售总额比重已达39.1%。有关机构预测，到2030年我国个人消费增量中将有66%来自三线及以下城市、县乡市场等下沉市场。

涌入消费“新潮流”，实现高端化、品质化供给。曾经，县域市场在一部分人的印象中是“低价”“低配”的代名词。今天，县域居民也能就近享受“都市同款”：从星巴克到海底捞，从新能源汽车体验店到品牌连锁健身房……曾经专属于都市的“品质风”“科技范儿”，如今也加速涌入县域。

拓展消费“新边界”，文旅与数字双轮驱动“破圈”生长。当下，县域消费不断打破边界，培育出丰富多元的消费业态。

一方面，各地依托独特自然景观和人文资源，大力发展县域文旅，一众“宝藏小城”火爆出圈。贵州榕江“村超”成为现象级IP，《黑神话：悟空》带火山西隰县小西天等众多景点……流量的加持，为县域消费带来了新增量。

另一方面，数字消费的兴起，让人足不出“县”也可以买全球。今天县域居民的购物清单上，不仅有沿海商家的洗碗机、无人机，还有翻山越岭、漂洋过海而来的榴莲、车厘子。发生在广袤县域土地的消费变革，已然开启。

动力溯源 多重红利构筑增长底层逻辑

县域消费跑出“加速度”并非偶然。深挖其活力来源，就会发现，县域成为我国消费市场最具潜力的增长极，是时代变迁与经济逻辑的必然。

收入增长，消费升级的“发动机”。“十四五”时期，我国农村居民人均可支配收入累计增长超42.8%，较城镇居民高13.9个百分点。另外，县域的生活硬性成本相对较低，一定程度上催生了消费活力。如今，基础性的生存消费已难以满足县域居民对美好生活的向往，而这种变化也成了消费升级的重要潜力。

政策支持，破解消费发展堵点。从《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》助力县域高质量发展，到《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》优化县域商业场景更新，再到《新一轮农村公路提升行动方案》打通物流“最后一公里”……多年来，我国在城乡基础设施和公共服务领域持续加大投入，为县域消费的升级打下了基础。

人口重构，激活县域市场增量潜力。我国拥有2800多个县级行政区，县域地区约占全国九成国土面积、五成常住人口，有着海量的消费潜力。而更深刻的影响，在于人口分布的重塑：第七次人口普查数据显示，县城和县级市城区常住人口增长超过30%。大量农业转移人口在县城安家落户，带来购房、装修、教育、医疗等多层次系统性消费增量。

另外，超过1500万返乡创业人员到来，带来了消费方式、消费品质的变革，构成了一个规模空前、层次丰富的内需市场。成绩与进步有目共睹，但也要看到，我国县域幅员辽阔，县域消费区域分化显著，发展不平衡不充分的特点明显。打开县域消费增长新空间，仍需在下一阶段精准破题。



在山东省菏泽市有爱云仓汉服基地，工作人员直播推介汉服。



第26届江苏盱眙龙虾节欢乐龙虾宴现场



重庆秀山洪安古镇，游客乘船游览清水江风光。

破局路径 内外协同挖掘长期增长空间

“十五五”规划纲要对大力提振消费作出重要部署，明确“增强居民消费能力，改善消费意愿，适应不同群体消费需求扩大优质供给，促进全社会商品和服务消费较快增长”。

如何充分释放县域消费动能，使其在构建新发展格局中彰显更大价值，为高质量发展持续赋能，既关乎国家经济发展大局，也影响着县域民生体感的温度。既要引进“大品牌”，也要深耕“小而美”。我国县域众多，各地资源禀赋、方言饮食、节令习俗各不相同。如何让县域既能紧跟时代发展，又能在时代巨变中保留独特的吸引力，答案就在于品牌化与本土化的平衡。

一方面，未来需进一步加强高端化、绿色化、智能化产品的供给，加大品牌下沉，让县域的老百姓也能跟上世界的变化。另一方面，也要因地制宜，深耕特色产品、特色资源，守住县域的人情味和烟火气。从荣昌卤鹅到天水麻辣烫，从淄博烧烤到东北冻梨，“小而美”中，也有不可小觑的消费增长力。

既要促进传统业态升级，也要布局新型消费。传统商业是县域消费的基本盘，《意见》明确，支持传统百货、老旧购物中心等升级改造，深化“千集万店”改造提升等。这些都有利于改善消费场景，增强消费动力。

与此同时，还需加快布局新型消费业态。近期发布的《扩大消费“十五五”规划》明确部署“人工智能+消费”、培育体验式消费等举措，为新阶段培育壮大新型消费指明方向。未来，各地可根据自身资源禀赋，积极发力数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费模式，服务人们的美好生活。既要破壁借“外力”，也要培育县域内生消费动力。近年来，一大批县域依据自身的特色在全国范围出彩出圈，在获得流量关注的同时，也吸引了大量游客“奔县游”“奔县购”，带动县域消费。

但外部客流是“增量”而非“全部”，县域消费的根基始终在于本地居民的消费能力。因此，需推动县域产业高质量发展创造更多就业岗位，支持返乡创业带动收入多元增长，完善教育、医疗、养老等公共服务减少家庭后顾之忧，把本地居民的收入转化为消费的底气，如此，县域消费这盘棋才能真正下活。

县域是扩内需的重要阵地，激活县域消费增长新空间，既能催生经济增长新动能，更是中国经济穿越周期、行稳致远的重要底气之一。展望前路，广袤县域大有可为，亟待我们积极作为。