



搜狐新闻客户端



快来扫我吧！



消费日报微信公众平台



山河辽阔，县域为基；百业兴荣，消费为脉。“十五五”规划纲要对大力提振消费作出部署，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”。

当连锁商超扎根乡野、潮流首店开进县城、特色产业引客留人，广袤县域大地正以消费之兴、业态之新、城乡之融点亮中国消费新图景，为强大国内市场注入坚实底气与澎湃动能。

“潮”起县域

夜幕降临，在安徽黟县宏村，游客们提着手工扎制的花灯在巷道间缓缓行走，粉墙黛瓦衬着暖黄灯光，仿佛一秒穿越回古徽州。

千里之外的浙江温岭，由老副食品批发市场改造的商业综合体人声鼎沸，老市场的烟火气与电竞馆、网红餐厅的新潮流碰撞交融，越来越多人爱上“家门口的消费”。

打开中国消费版图，广大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。一组数据见证县域持续提升的“消费力”——

看比重。今年前5个月，县乡消费品零售额占全国社零总额的比重达39.3%，占比稳步提升；看增长。美团等平台数据显示，2025年县域活跃消费者人数同比增长超15%，订单规模增长超两成，增速均显著高于城市同期水平；看潜力。咨询公司麦肯锡预测，到2030年中国约66%的个人消费增量将来自三线及以下



城市、县乡市场等下沉市场。

“我国拥有2800多个县级行政区，构成了一个规模空前、层次丰富的内需市场。随着居民人均可支配收入持续增长，消费升级正从一二线城市逐步向县域延伸，为消费增长提供内生动力。”国家发展改革委宏观经济研究院研究员陈曦说。

起家于山东威海的家家悦连锁超市深耕县城市场多年。2025年集团近180亿元的营业额中，县城市场贡献占比约一半。

“我们在全国布局了超千家门店，其中约六成扎根县域。”在家家悦集团董事长王培桓看来，县城市场广阔多元，区域性、差异化特点显著，除了布局连锁商超，近年来集团还针对县域消费群体推出零食店、“家悦烘焙”等多元化业态矩阵。

不只是家家悦。随着我国县域商业体系建设加快推进，越来越多消费品牌开始将目光投向广袤的下沉市场。

2025年，蜜雪集团旗下蜜雪冰城、幸运咖等品牌在三线及以下城市门店数量达3.2万家，占中国内地总门店数的约58%。近几年，山姆会员店、星巴克、希尔顿等外资品牌也纷纷抢滩下沉市场，将县城作为发展布局的新重心。

“相较于城市，县城商铺租金、人力等成本低，投资回报率更大。县城居民住房、出行等方面的成本也相对较低，往往表现出更强的消费意愿和消费韧性。”首都经济贸易大学消费大数据研究院教授陈立平说。

一线品牌加速下沉，县城本土消费业态也在焕新。

近两年来，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，为县域消费带来新的增量。去哪儿旅行数据显示，今年“五一”期间县域相关旅行产品预订大幅攀升，广西阳朔县、湖北鹤峰县等多地酒店预订量增长近50%。

陈曦表示，随着县域商业中心建设不断完善、以县城为重要载体的城镇化建设持续推进，县域消费不仅为县域经济发展注入动能，更有

市场“下沉”释放“向上”潜能——中国县域消费新观察

望通过创造更多就业创业机遇，打破城市虹吸效应，增强城乡区域发展的平衡性协调性。

消费向“新”

走进位于浙江桐庐的TravelDepot（迪波特旅行）全球首家会员店，眼前景象让人很难相信这是一家开在县城的商业综合体。

大厅中央，圆弧形导购台上方1:1复刻了航班动态显示屏，四周指引牌仿照航站楼风格：黑底黄字，悬挂式设计，中英文对照标注着“美妆”“3C数码”等区域，购物区还设置了休闲书吧、茶咖、儿童攀岩墙等特色体验空间。

“我们引入了20家细分领域首店，从优化商品供给、沉浸式场景打造等多个维度更新商业生态，让消费者感受到县城商场也可以很潮、很City。”迪波特旅行母公司力高控股集团董事长陈晓军说。

“现在县城里品牌全、体验店多，安装售后都很方便，花同样的钱，就能在家享受科技带来的便捷，幸福感特别强。”余昊说。

个体的消费选择，折射出经济版图的深刻变化。

曾经，县城市场一度被认为是“低价”“低配”“滞后”的代名词，商品供给不够丰富、品质参差不齐，消费升级面临诸多制约。

如今，在居民收入提升、数字渗透、品牌下沉等多重驱动下，更多优质商品触手可及，业态场景不断创新，消费需求向品质化、个性化加速转型，县城市场正以全新姿态书写消费升级的新篇章。

拉长观察镜头，更多维度的县域消费“新”意跃然眼前：

服务消费势猛迅猛。美团等平台数据显示，2025年县城市场运动健身订单量同比增长超一倍，宠物消费订单量和消费人数同比均增长近三成；

绿色智能引领潮流。苏宁易购数据显示，今年以来全国县城市场AI智能家电销售额同比增长46%，一级能效家电销售占比已超过90%；乡村消费蓄势待发。数字技术打破地域壁垒，2025年农村网络零售额首次超过3万亿元。“村超”“村BA”火热出圈，“村咖”、精品民宿、乡村露营等新业态不断涌现。

“县域消费结构持续优化升级，发展型、享受型消费和服务消费比重增加，个性化和悦己消费趋势明显。新茶饮、快时尚、母婴连锁等消费业态不断落地，直播电商、即时零售等新模式加速融入，增强了县域消费提质扩容的内生动力。”中国商业联合会原副会长傅龙成说。

美国财经媒体《巴伦周刊》网站刊文指出，中国的下一个消费前沿很可能来自广大“小城”，它们在对消费驱动型增长至关重要的品类和渠道中表现优异，成为拉动消费的关键引擎。

激活蓝海

在安徽合肥东岳村，村民朱女士正在拼多多驿站拿取包裹。过去代收点在镇上，骑电瓶车来回要半个多小时，现在驿站开到家门口，朱女士觉得网购更方便了。

进一步激活县域消费，推进流通体系建设至关重要。

数据显示，2022年以来，商务部指导各地新建改造县乡村三级商业网点18.9万个，支持建设改造县镇物流配送中心1633个，乡镇快递物流站点2019个。

与此同时，“科技+物流”日益打通末端配送网络，激发下沉市场消费活力。在青海海西州乌兰县，新开通的无人快递车线路覆盖当地多个邮政便民服务站。在云南文山马关县，多个村里日均处理快递量比去年增长近10倍，智能快递存放仓库正在加紧扩建中。

“过去一些农村地区受商业网点布局不完善，基础设施建设滞后等因素制约，消费潜力无法有效释放。”陈曦认为，未来加强新一代信息基础设施和物流基础设施建设，畅通“农产品进城”与“工业品下乡”流通渠道，将进一步拓展内需增长新空间。

促进就业增收，是提升居民消费能力、释放消费潜力的重要着力点。

夜晚时分，江苏淮安盱眙县“赶街”霓虹灯亮起，龙虾的香气在空气中弥漫，游客们围坐桌前，手指翻风间剥出美味的虾肉。

把小龙虾做成大产业，2025年盱眙县龙虾养殖总面积达100万亩，小龙虾收入占全县农民

人均可支配收入的32.5%。

2026年中央一号文件明确提出“培育壮大县域富民产业”。放眼全国，更多县域地区正依托特色产业带动居民增收。四川安岳县大力发展柠檬种植，创新“柠檬主题乐园”等20余个消费新场景，带动当地果农收入增长。山东曹县打造全国规模最大原创汉服产业集群，汉服从业者近10万人。

“消费创新与产业发展同频共振，不仅能提升县域消费供给质量、更好激发消费潜力，更有助于在长期发展中形成‘产业发展——居民增收——消费扩容’的正向循环，增强国内大循环的稳定和韧性。”国家发展改革委国家信息中心宏观经济研究室副主任邹蕴涵说。

优化消费环境，才能真正把人气聚起来、让消费活起来。

在湖北竹溪县，记者看到当地餐饮放心消费街区已实现“互联网+AI明厨亮灶”全覆盖监管，执法人员督促商户打造“白、亮、净”清洁厨房，商户“放心餐饮社会监督码”全部张贴上墙。

眼下，全国多地正聚焦消费者“痛点”，持续优化消费环境，激活县城市场活力——江西多地探索异地退货换货，推动公共充电桩“乡乡全覆盖”；甘肃民乐聚焦食品药品、农资、价格等重点领域，严厉打击各类违法行为；在浙江安吉，美团通过线上运营培训、AI经营工具应用等方式，帮助本地商户提升服务质效，实现从“流量增长”向“留量经营”的转变……

市场向“下”扎根，消费向“上”生长。

从市井烟火到潮流业态，从基础供给到品质跃升，发生在广袤县域土地的消费变革，静水流深却铿锵有力。未来，持续创新消费场景、增强消费能力、改善消费环境，县域这片广阔蓝海必将积蓄更大力量，为内需增长注入深沉而持久的动能。

（新华网）



聚焦河北

数字科创赋能非遗别样传承



本报讯（记者 宋春勇 口 李宇涵）河北青龙满族自治县是典型的满族聚居地，满族剪纸、民俗传说、传统刺绣纹样等非遗资源底蕴深厚，长久以来，优秀乡土民族文化面临传播形式单一、年轻受众关注度不足等现实问题。如何用新时代数字化手段挖掘利用非遗资源、打通传统文化代际传承壁垒，成为县域文化振兴与青少年科创教育融合发展的重要课题。

为破解发展难题，教育部驻青龙挂职团队与中国教育发展基金会教育帮扶专委会共同推动“青少年人工智能教育协同发展计划”落地青龙。北京大学教育学院、腾讯SSV数字教育实验室联合开展了为期4天的AI科创研学实训活动，全县初中共120名师生参与其中。

“从最初对人工智能技术的好奇，到如今亲手用数字化语言诠释家乡文化，这次研学实训让我们既懂科技，更懂家乡。”近日在河北省青龙满族自治县举办的一场AI科创研学实训成果展示活动现场，学生胡佳妍看着团队刚完成的满族非遗数字作品，话里带着兴奋，透着认真。

本次研学摒弃传统课堂授课模式，采用项目式实践学习，结合本地满族特色文化与生态资源，围绕“满乡奇境 AI 绘传承”与“绿水青山 AI 瞰家乡”两大主题开展创作实践。参训学生分组协作，在专业导师指导下，依次完成主题构思、方案优化、作品制作、成果汇报完整流程，产出数字文创、主题短视频、智能交互作品等一大批兼具本土特色与创意的实践作品，让满族非遗以新颖年轻化的数字形式走入大众视野。活动期间，北京大学未来技术学院还为学员带来了《从计算机到计算智能一场跨越80年的智能长征》专题讲座，让县域学子在触摸前沿科技的同时，也打开了新的认知视野。

相关负责人介绍，此次培训是青少年人工智能教育协同发展计划首次走进山区县城。活动既为当地青少年搭建近距离接触前沿数字技术的实践平台，也架起传统文化与现代数字媒介交融互通的桥梁，引导青少年成长为非遗数字化传承的新生力量，以代码守护满乡文脉，用算法讲述青龙故事，让千年乡土文化在科技创新中生生不息。

下一步，青龙将持续抓好教育部定点帮扶机遇，以人工智能教育为切入点，深化政企校协同联动，持续推动基础教育数字化转型、乡土文化数字化传承、特色产业科技化升级，让精准教育帮扶赋能民族地区高质量发展。

本报讯（记者 宋春勇 口 李宇涵）盛夏时节，燕山深处绿意葱茏，百万亩板栗林孕育着丰收的希望。近日，中国食品土畜进出口商会板栗分会换届大会在河北省青龙满族自治县召开，来自全国各地的行业专家、高校科研人员、板栗企业负责人及经销商代表齐聚“京东板栗之乡”，围绕板栗产业规范化、品牌化、国际化发展共商大计，为推动县域特色产业高质量发展凝聚共识、汇聚力量。

青龙满族自治县地处燕山东麓，是世界公认的板栗黄金种植带。独特的片麻岩土壤与温润的山地小气候，孕育出表皮光亮、果肉绵密香甜的青龙板栗。这份得天独厚的物产，早在明清时期便是皇家贡品，如今更是拥有国家地理标志证明商标。历经数十年深耕细作，全县板栗种植面积已达105万亩，稳居全国县域首位，年产量15万吨，年产值19亿元，漫山遍野的栗树成为当地群众增收致富的“绿色银行”。

中国食品土畜进出口商会现有会员企业4800多家，设立48个分支机构。板栗分会作为其中重要的专业性行业组织，在政策指导、行业自律、国际交流等方面发挥着不可替代的作用。此次换届大会按照“协商共议、民主参与、民主决策”的原则，完成了分会工作条例解读与表决、理事会选举、主任委员与副主任委



栗业精英齐聚 共商产业升级

员选举等各项议程。秦皇岛百峰食品有限公司成为新一届理事长候选单位。会议同期召开2026年理事会会议，围绕行业重点工作计划和分会工作计划进行了深入研讨。

产业振兴是乡村全面振兴的重中之重。近年来，青龙满族自治县坚持“以果兴业、以链富民”的发展思路，推动板栗产业从传统种植向全链条发展蝶变升级。全县已建成30个新品种试验园和4个优新品种采穗圃，板栗良种率提升至80%以上；在24个乡镇建立林业工作站，累计开展技术培训超千次，覆盖果农超10万人次。a

作为新一届理事长候选单位的秦皇岛百峰食品有限公司，是青龙板栗产业转型升级的生动缩影。这家前身仅为板栗原品贸易商的企业，通过攻克“零下38℃急速锁鲜”技术，将板栗产品保质期延长至18个月。企业建起31万亩标

准化种植基地，培育出“京东”“满栗香”“果子下山”等知名品牌，冰栗、甘栗仁等深加工产品远销20多个国家和地区，年出口额超500万美元。截至目前，百峰公司已带动登记注册以经营板栗为主的专业合作社1075家，累计带动从业人员10万人，年人均增收4300元。

会上，来自北京农学院、北京市农林科学院、河北科技师范学院、湖南省林业科学院等科研院所的专家学者，与企业代表围绕板栗标准化种植、仓储保鲜技术创新、精深加工产品研发、国内外市场开拓等议题深入交流。大家一致认为，要立足板栗产业特色资源优势，以科技创新赋能产业发展，补齐产业链短板，完善供应链体系，推动板栗产业朝着规模化种植、标准化生产、品牌化运营、国际化销售的方向稳步迈进。

未来，青龙将以常态化举措优化营商环境体系，精准加大特色产业扶持供给，推动行业协会、头部企业、高校科研机构等多元主体协同发力，纵深推进板栗种植、加工、流通、品牌全产业链提质增效，以板栗特色产业高质量发展夯实乡村振兴根基。

