



不远行也精彩 市民家门口寻得“诗与远方”

»06版«

小贴士

市跑步协会建议马拉松爱好者： 循序渐进、强化力量，安全完赛是首要目标



跑步爱好者们正在参加今年在呼和浩特市举办的马拉松比赛

本报记者 徐楠 摄

»06版«

中老年爱上云端健身，居家锻炼也要量力而行

»07版«



大家谈

乡村市场更旺，城乡循环更畅

■张小溪

乡村是超大规模市场的广阔腹地，消费是畅通经济循环的关键纽带。从昔日赶集赶场、挑担叫卖，到如今指尖下单、快递进村；从“够用就好”的朴素观念，到追求品质、青睐品牌、乐享体验的多元诉求，乡村消费正经历一场深刻变革。

2026年中央一号文件提出，“多措并举扩大乡村消费”；2025年中央经济工作会议强调“培育壮大乡村特色产业”“推动县域经济高质量发展”；“十五五”规划纲要提出，“推动县域商业提质增效”……一系列政策安排密集落地，提供了有力政策牵引与保障。

增收是消费的底气，乡村消费结构之变折

射发展之进。数据显示，2026年一季度，农村居民人均可支配收入达7433元，名义增长6.1%，实际增长5.4%，城镇居民收入名义增长4.2%，实际增长3.2%，农村居民实际增速快于城镇居民2.2个百分点，农民“钱袋子”越来越鼓，消费意愿稳步抬升。收入增长带来的不仅是消费总量的扩大，更是消费结构的深层演变。商务部数据显示，2025年，我国农村网络零售额首次突破3万亿元，同比增长6.7%。“十四五”期间，农村网络零售额规模不断扩大，结构进一步优化，网购已融入乡村日常。从“买商品”到“享服务”，从“从众消费”到“个性选择”，乡村消费正加速向品质化、品牌化、体验

化迈进。这一变化，折射出农民生活品质的稳步提升，也为城乡融合发展写下生动注脚。

物流贯通与数字赋能，是支撑乡村消费升级的双重引擎。曾经，“运费比货贵、快递难进村”是制约乡村消费的突出瓶颈；如今，县乡村三级物流体系加快构建，统仓共配模式有效降低了流通成本。2025年，我国支持建设改造县级物流配送中心348个。目前，全国县级物流配送中心覆盖率达100%。随着农村物流“最后一公里”逐步打通，商品流通成本稳步下降。与此同时，数字技术深度重构乡村产销关系。短视频、直播电商打破信息壁垒，形成“先看见、再了解、后购买”的消费闭环，促进新农具、

新家电、新时尚快速走进千家万户。

手机变身新农具，直播变成新农活，主播、运营、分拣、配送等新岗位大量涌现，催生出“一人开播、带动一户、辐射一村”的就业生态。更深层的变化在于，农民正从单一的生产者转变为复合的产消者，消费市场的反馈直达生产端，“卖得好”倒逼“种得好”，由此构建起增收、消费、流通相互促进的良性循环。

乡村消费提质升级空间广阔，如何进一步释放其潜力？从增收基础看，拓宽农民增收渠道、增强消费能力，依然是乡村消费升级的根本支撑。从供给端看，县域商业体系需进一步提升，乡镇商贸设施业态加速丰富，推动优质

商品和服务下沉覆盖。从消费环境看，持续完善农村售后服务网络、消费维权渠道，让农民买得安心、用得放心，提升消费信心。此外，推动数字消费红利惠及更多中老年群体、覆盖更多偏远地区，也需要久久为功。

乡村消费升级不仅是生活方式的转变，更是城乡融合发展的生动缩影，是畅通国内大循环、激活内需潜力的重要支点。以设施完善强基础、以供给升级提质、以数字赋能增活力、以增收保障稳预期，让乡村消费市场更旺、农民生活更甜、城乡循环更畅。以乡村消费提质升级畅通城乡经济循环，必将为加快构建新发展格局、推动高质量发展提供坚实支撑。