

第1落点

县域商业“搭台”释放乡村消费潜力

俞剑 汪锋

意义:增强国内大循环稳定性和韧性

2025年全国居民人均消费支出29476元,比上年增长4.4%,其中,城镇居民人均消费支出35869元,增长3.8%;农村居民人均消费支出20259元,增长5.1%,乡村消费展现出积极的活力。发展县域商业,激发乡村消费需求,不仅是应对当前国内需求不足、稳住经济基本盘的重要举措,更是夯实扩大内需基础,增强我国经济内生增长动力的长远之策。

从经济运行逻辑看,消费既是生产的起点,也是经济循环的最终落脚点。2025年,全国乡村常住人口为45109万人。乡村人口规模大、覆盖范围广,是我国超大规模市场的重要组成部分,把乡村消费这一“潜力变量”有效转化为“现实增量”,有利于畅通“消费—生产—收入—再消费”的良性循环,增强国内大循环的稳定性和韧性。

从空间结构和要素配置看,县域是城乡融合发展的重要切入点、主战场和关键节点,居于工业与农业、城市与乡村、国家与社会的关键连接位置,是各类资源要素配置和双向流动的重要平台。长期以来,我国经济增长在空间上呈现以大城市和都市圈为核心的集聚特征,人口、产业和商业资源持续向大城市集中,县域商业功能相对弱化,难以形成对人口和消费的有效承载。但随着交通条件改善、数字技术普及以及公共服务均等化水平不断提升,大城市所具备的就业机会、生活条件和消费环境,正在加快向县域延伸。县域经济不再只是大城市发展的“附属空间”,而是作为高质量发展的重要补充力量,与大城市形成分工协作、功能互补的发展格局。

从发展阶段和现代化目标看,随着居民收入水平持续提高,我国消费结构已由“有没有”转向“好不好、够不够”,服务型、品质型、绿色型消费需求快速增长。乡村消费不再只是补齐基本供给短板,而是成为承载消费结构升级、服务消费扩展和新型消费培育的重要空间。在这一过程中,以县域为载体推动商业体系完善和供给能力提升,具有助于把财政投入从单纯“补短板”转向通过市场化方式激发内生发展潜力,实现从“输血式”投入向“造血式”发展的转变,也有利于巩固拓展脱贫攻坚成果,持续改善基层群众的生活品质。

路径:从被动释放转向主动扩展

从经济运行机理看,乡村消费潜力能否有效释放,既取决于居民收入和消费意愿,也取决于商业体系是否健全、供给结构是否匹配、消费环境是否完善。以县域商业为抓手统筹城乡消费,既是补齐短板的现实需要,也是顺应消费升级趋势、推动高质量发展的内在要求。

以县域为枢纽激活要素配置,夯实乡村消费释放的基础条件。发展县域商业,首先在于以县域为枢纽激活人口、资本和公共服务等关键要素配置,为乡村消费需求转化提供现实承载。

县域居于城乡之间,是工业与农业、生产与消费的重要连接点,既能够承接城市资源向乡村延伸,也能够将分散的乡村需求有效集聚起来。随着农村居民收入持续增长,消费能力和消费意愿不断增强,但与之相适应的商业设施、公共服务和消费环境建设仍相对滞后,在教育、医疗、养老、文化等领域供给不足,物流配送和金融服务可及性不高,制约了消费需求本地实现。通过健全县域商业体系,完善商贸网点布局,物流配送体系和数字基础设施,有助于提升消费供给的可达性和便利性,使不断增长的消费意愿具备现实转化条件。以县域商业为载体推进要素有序流动和合理配置,能够有效缓解消费能力提升与消费环境支撑不足之间的矛盾,为乡村消费扩容提质夯实基础支撑。

以县域商业联通产业体系,拓展乡村消费供给的广度与深度。县域商业不仅是消费终端,更是连接乡村产业与市场的重要纽带,是拓展乡村消费供给空间的关键抓手。当前,乡村消费结构正加快由以商品消费为主向商品消费和服务消费并重转变,对供给的多样性、品质性和体验性提出更高要求。但从现实看,县域和乡村商业供给仍以传统零售和初级产品为主,生活性服务业发展相对滞后,业态单一,同质化程度较高,产业链条短,附加值不高,难以有效衔接不断升级的消费需求。依托县域商业体系,推动一二三产业融合发展,把乡村资源和特色产业转化为可持续的消费供给,通过发展农产品加工、商贸流通、农村电商和农文旅融合等业态,延伸产业链条,丰富消费内容,既可以提升供给质量,也能够不断创造新的消费需求,从而缓解消费需求升级与供给体系对接不充分的问题。

以消费场景和业态创新为牵引,推动新需求引领新供给。顺应居民消费升级趋势,发展县域商业必须更加注重消费场景塑造和业态创新,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求。随着收入水平提高和消费观念转变,乡村居民对品质消费、服务消费、绿色消费和智能消费的需求日益增强,对商品质量、服务体验和消费场景提出更高期待。但如果供给仍停留在单一商品销售层面,缺乏复合型、体验式消费场景,就容易出现“想升级,买不到,体验差”的问题。依托县域商业体系,推动生活性服务业下沉乡村,发展即时零售,以旧换新、绿色智能产品和多元化服务供给,通过持续打造稳定、多样、可感可及的消费场景,有助于把潜在需求转化为持续消费,推动乡村消费由被动释放向主动扩展转变。

以县域为单元完善制度和环境,促进消费与发展成果共享。拉动乡村消费,不仅要通过商业体系“搭台”,更要依托制度和环境建设“托底”,推动发展成果更多转化为居民可持续的消费能力。从现实情况看,一些促消费举措偏重短期补贴和项目投入,对商业体系建设、消费场景培育和长期运营机制关注不足,财政投入存在一定程度的短期化倾向,政策传导“最后一公里”不够顺畅,制约了消费潜力持续释放。县域

作为基本治理单元,在完善公共服务,健全社会保障、优化消费环境等方面具有不可替代的作用。通过提升教育、医疗、养老等公共服务供给水平,加强金融支持和信用体系建设,规范市场秩序,改善消费环境,有助于稳定居民收入预期和消费预期,增强消费信心 and 安全感。以县域商业发展带动就业和收入增长,在促进产业发展的同时实现利益共享,能够形成“收入提升—消费扩大—产业发展的”良性循环,为乡村消费持续增长提供长效支撑。

实践:有效承载和系统激发

实践表明,乡村消费需求并非“没有”,而是长期缺乏有效承载和系统激发的路径。通过发展县域商业,完善商业网络、畅通物流体系、对接消费升级、培育多元场景,能够把分散的消费意愿组织起来,把升级的消费需求承接下来,从而推动乡村消费供给由潜在需求向现实消费有效转化。笔者试举几例,探析发展县域商业提振乡村消费的具体实践。

以数字化和服务业激活乡村消费需求。浙江磐安县通过推进县域商业数字化改造,整合本地商超、电商平台和快递资源,实现快递进村全覆盖,同时引导商业主体向综合服务转型,发展餐饮、文旅、康养等新业态。在此基础上,县域商业不仅提供商品供给,还不断丰富消费场景,使服务消费和体验消费成为新的增长点。实践表明,当县域商业能够对接消费升级趋势,把“想升级”的需求转化为“买得到、体验好”的供给时,乡村消费就会从以商品消费为主,逐步向商品与服务并重转变。

以县域商业网络助力乡村居民“买得到、送得及时”。在宁夏彭阳县,受制于商业网点分散和物流成本偏高,部分消费意愿难以及时转化为现实消费。近年来,彭阳县以县城为核心,系统推进县、乡、村三级商业网络建设,改造县城商贸中心,建设乡镇商贸综合体,并推动村级便民服务站与快递、电商融合发展,同时实行“统仓共配”的物流模式,显著提升配送效率,降低流通成本。随着商业网络和物流体系逐步完善,家电下乡、生活服务和日用品消费明显增长,原本被“买不便、送不快”抑制的乡村消费需求得以集中释放,显示出乡村消费的真实潜力。

以产业联动带动乡村消费场景,提升本地消费活跃度。安徽金寨县依托本地特色农产品和产业基地,通过发展农产品加工、电商销售和县域商贸流通体系,既畅通了农产品上行渠道,也把商业资源更多留在县域内部。同时,通过在县城和重点乡镇打造集购物、餐饮、休闲于一体的消费场景,增强了县城对人口和消费的吸附能力。随着产业发展带动就业和收入增长,本地消费意愿不断增强,消费场景的完善又进一步促进消费回流和扩容,形成了“产业发展—收入提升—消费增长”的良性循环。【作者分别系中央财经大学经济学院教授;重庆大学经济与工商管理学院教授,经济系主任】

文章导读

在扩大内需、畅通国内大循环的整体布局中,县域作为连接城市与乡村的重要空间单元,正日益成为释放消费潜力、拓展内需空间的关键支点。习近平总书记强调,要把县域作为城乡融合发展的重要切入点,推进空间布局、产业发展、基础设施等县域统筹,把城乡关系摆布好、处理好,一体设计、一并推进。2026年中央一号文件进一步提出,多措并举扩大乡村消费。在这一总体要求下,通过健全县域商业体系,优化商业供给结构,增强县域对人口、产业和消费的承载与集聚能力,能够把分散的乡村消费需求有效组织起来,为乡村消费持续释放提供稳定载体和现实支撑。



扫码看“第1落点”专题

让“陪伴经济”打开扩内需新空间

王永冲

陪伴经济兴起的缘由

伴随人口结构深度调整、家庭小型化、人口流动常态化,社会对专业化、市场化陪伴服务的需求日益凸显。从陪诊助医、康复照护,到陪游陪购、情感倾听,服务内容不断细化,场景持续拓展,覆盖全生命周期和多元群体。其中,陪诊服务需求尤为刚性。与此同时,以满足情感陪伴和兴趣共享为核心的“情绪型”陪伴业态也在快速延伸。例如“泰山陪爬”服务已催生约18家企业,300余名从业者,日爬、夜爬服务深受欢迎。这不仅是市场自发的产物,更是社会发展与消费升级内在规律的具体体现。

“陪伴经济”的兴起,有着深刻的社会根源。它本质上是市场逻辑,弥补因家庭结构变迁和社会流动所产生的情感与生活需求缺口。新一代消费者更注重倾听内心,追求情绪价值的满足,愿意为个性化、专业化的体验付费。与此同时,国家战略层面也为这一新兴产业指明了方向。2025年5月,首部《老年陪诊服务规范》团体标准正式发布,涵盖服务全流程与关键技术要求。2025年4月,国家卫生健康委等部门联合印发《医院免陪照护服务试点工作实施方案》,并于6月正式启动“医院免陪照护服务试点”,推动医疗场景陪伴服务规范化落地。

陪伴经济的重要价值

发展陪伴经济不仅是应对人口结构变迁与家庭功能转型的民生所系,更是激发消费潜能,培育新增长点、拓宽灵活就业渠道的战略之举。对我省而言,其价值已超越单一产业范畴,在扩大内需、稳定就业、优化供给、提升福祉等多个维度形成协同效应,构成服务经济高质量发展的重要支点。

其一,它是应对深度老龄化,守护“原居安老”的民生稳定器。作为人口大省,山东老龄化程度高于全国平均水平,呈现“规模大、增速快、高龄化”三重特征。在此背景下,传统的“9073”养老格局(即90%居家养老,7%社区养老,3%入住养老机构)面临现实压力。老年人在就医、生活协助等方面的需求难以被完全覆盖。专业化的陪诊等服务,正从“可选项”转变为支撑居家社区养老的“必需品”,有效扮演了连接老年人与复杂社会系统的“临时家人”与“数字桥梁”角色。

其二,它是激发消费潜能,引领服务升级的消费驱动器。目前,我国消费市场正经历深刻的结构性转型,以实物商品为主的传统物质型消费

增长趋于平稳,而以满足精神与情感需求为核心的服务型、体验式消费正快速崛起,成为扩大内需、驱动升级的关键力量。2024年,全省居民人均教育文化娱乐消费支出为3209元,同比增长10.1%,增速居各类消费支出之首,远高于人均消费支出总体5.6%的增长率,占消费总支出比重12.5%。陪伴经济的兴起,正是对消费需求向“好不好、暖不暖”深度转型的直接回应。

其三,它是驱动产业融合、赋能价值攀升的产业加速器。陪伴经济天然具有强大的跨界融合属性,它以“陪伴服务”为内核,与文旅、健康、教育、家政等传统优势产业深度嫁接,创造出高附加值的服新品类。例如,“泰山陪爬”服务将“门票经济”升级为融合导向,鼓励、摄影的“深度体验经济”。

其四,它是拓宽就业渠道、促进包容性增长的社会缓冲器。该业态就业容量大、层次多元、方式灵活,完美契合灵活就业人员的需求。相关岗位已覆盖各技能层次,为青年毕业生、大龄劳动者、女性等群体提供了高质量就业新空间,有助于落实“就业优先”的民生导向。

打造良性循环生态

作为一个新兴产业,陪伴经济在快速扩张的同时,也暴露出标准缺失、安全风险、权益保障不足、监管滞后等“成长的烦恼”。推动陪伴经济从“野蛮生长”走向“高质量发展”,必须坚持规范与发展并重,构建覆盖全链条、贯通各层级的政策支撑体系。这需要政府“有形之手”与市场“无形之手”协同发力,以清晰的规划引导市场预期,以完善的规则保障各方权益,以精准的服务激发内生动力,最终形成一个需求牵引供给、供给创造需求的良性循环生态。

一要强供给,优体系,回应最迫切民生需求。发展陪伴经济,首要在于夯实普惠性、基础性服务供给,解决“一老一小”等群体的急难愁盼。在筑牢普惠根基方面,应加快推进社区嵌入式服务设施建设,将专业的陪诊就医、康复助浴、临时照料等服务,通过政府购买服务、发放服务补贴等方式,纳入社区养老托育网络,确保基本服务“看得见、叫得应、用得上”。落实“将促消费与惠民生、补短板相结合”的指导思想,让服务供给不仅满足功能性需求,更承载情感价值,切实增强人民群众获得感与幸福感。

二要定标准,明规矩,奠定规范化发展基石。标准化建设是新兴行业从无序走向有序的“先手棋”与“安全阀”。当务之急是构建分层分类的标

准体系:对于陪诊、长期护理等涉及健康与安全的高风险服务,应参照国家《老年陪诊服务规范》,率先制定我省的强制性地方标准,明确服务提供方资质、操作流程、应急预案及强制责任险要求。对于陪游、陪伴学习等一般性生活服务,则可优先制定推荐性团体标准,明确服务内容、时长、质量等基本规范,并通过推广标准化合同范本,从源头界定权责,减少消费纠纷。同时,必须强化全链条监管,建立“双随机、一公开”抽查与信用监管相结合机制,对虚假宣传、价格欺诈、泄露隐私等行为依法严处,并记入信用档案,通过良币驱逐劣币,提升行业整体公信力。

三要扶主体,强人才,激发市场内生动力。健康的产业生态离不开充满活力的市场主体和专业的从业队伍。在扶持主体方面,应设立省级陪伴经济发展引导基金,整合现有服务业、养老、就业等专项资金,对提供普惠服务、进行模式创新的中小企业给予贷款贴息、租金减免或首次服务补贴,鼓励金融机构开发“陪伴产业贷”等特色金融产品,破解轻资产服务企业的融资难题。在人才建设方面,支持职业院校、应用类本科高校开设“健康陪伴管理”“老年服务”等专业方向,将相关技能培训纳入政府补贴目录。更重要的是,可参考“成都特色”专项职业能力考核项目先行经验,建立全省统一的技能评价与认证体系,并配套人才积分落户、技能补贴等激励政策,探索符合条件的灵活就业人员纳入职业伤害保障,让从业者有身份、有保障、有前途,从而稳定队伍、提升专业水平。

四要促融合,抓创新,拓展未来成长空间。陪伴经济的生命力在于其强大的跨界融合与场景创新能力。深化“陪伴+”产业融合:推动“陪伴+文旅”,鼓励景区、旅行社开发深度讲解陪游、文化探秘陪游等产品,将“山水圣人”旅游资源转化为高附加值的体验经济;推动“陪伴+乡村振兴”,在城郊乡村发展“宠物友好”民宿、自然教育陪伴等新业态,打造特色消费线路;推动“陪伴+社区”,将各类服务嵌入“15分钟社区生活圈”,使之成为社区治理与邻里互助的有益补充。

培育壮大陪伴经济,不仅是激发消费潜能的“经济引擎”,更是应对社会变迁、增进社会温情的“治理课题”。我省应主动前瞻布局,加强系统谋划,通过构建良好的政策生态和市场环境,将这一新兴产业打造成为服务消费提质扩容的重要增长极,为经济社会高质量发展注入温暖而持久的新动能。【作者系山东省宏观经济研究院市场与价格研究所、山东省产业生态创新软科学研究基地副研究员】

文章导读

“十五五”规划纲要明确提出,以放宽准入、业态融合为重点扩大服务消费,培育服务消费新增长点。当前,我国消费市场正经历从实物消费为主,向服务消费、体验消费升级的结构性转变。在此背景下,以满足生活协助与情感慰藉为核心需求的“陪伴经济”迅速兴起,成为服务消费领域一片潜力巨大的“新蓝海”。如何把握趋势、因势利导,将陪伴经济培育成为扩内需、稳就业、惠民生的新增长点,是我省推动服务业提质扩容、实现高质量发展必须回答好的课题。

当前,服务消费已成为拉动我国经济增长的主引擎。情绪消费作为服务消费新业态中极具活力的“微循环”,展现出巨大潜力。

情绪消费是一种以追求情感满足、心理慰藉、自我实现和社交认同为核心驱动力的消费模式。不同于传统的实物商品消费,情绪消费更侧重于消费过程中的心理感受与精神共鸣。从消费特征来看,相对于耐用消费品,情绪消费呈现出高频次、强黏性与社交化等显著趋向。在实践层面,陪伴经济、票根经济、体验经济等新业态的蓬勃兴起,构成了情绪消费落地生根、提质增效的具体载体。情绪消费不仅是消费形态的迭代演进,更是我国居民消费结构向高水平、多元化迈进的生动注脚。

情绪消费的兴起是需求层次跃迁、人口结构变迁与技术进步三重逻辑共同作用的结果。从理论逻辑看,体现为需求层次跃升与边际效用递减的重塑。当人均GDP跨越特定阈值(如1.2万亿美元)后,居民消费路径呈现非物化趋势,服务消费占比的持续攀升,为情绪消费实现规模化扩张提供了坚实的物质基础。2024年,我国居民人均服务性消费支出占人均消费支出的比重已达46.1%,不同于传统商品消费,情绪消费具有边际效用递减较慢,甚至反向递增的独特属性。在特定的文化语境与社交圈层中,消费者的重复消费不仅不会产生审美疲劳,反而会因情感积淀与社区归属感的增强,实现效用评价的指数级提升。

从现实逻辑看,人口结构变化催生“孤独经济”与“悦己主义”。社会结构的小型化与老龄化是情绪消费爆发的现实土壤。2024年,“一人户”家庭占比已超25%,独居人口规模达1.23亿。当传统家庭的情感支持功能部分弱化,情感需求必然向市场化转移。特别是以“Z世代”为代表的青年群体,更倾向于为个人愉悦与心理慰藉付费,情绪消费已成为提升生活质量与维持心理健康的“刚性支出”。

从技术逻辑看,数智技术实现了从抽象感知到标准产品的转化路径。数字技术作为新质生产力的重要驱动力,精准赋能了情绪价值的捕捉与实现。大数据与人工智能能够刻画“情绪颗粒度”,使个性化情感需求精准分发给成为可能。社交媒体的算法逻辑加速了文化IP的社交破圈,使特定形象成为承载集体情绪的符号容器。而虚拟现实等前沿技术则将抽象的情感体验具象化为可感知的交互产品,有力推动了情绪消费向规模化、产业化形态跨越。

情绪消费不仅是激活服务消费市场的动力引擎,更是具有强大乘数效应的战略杠杆,为构建国内国际双循环相互促进的新发展格局注入了源源不断的“心”动力。推动情绪消费从“网红”走向“长红”,要坚持系统观念,协同有为政府与有效市场。要紧扣高质量发展要求,从供给、需求、技术与制度四个维度精准施策,加快构建全方位、高质量的消费产业生态。

深化供给侧结构性改革,深耕文化核心竞争力。情绪价值的深层动力源于文化共鸣与精神认同,要引导情绪消费产品从粗放型流量向集约型内容转型。鼓励市场主体深挖中华优秀传统文化根脉,将地域文化脉络、城市人文记忆与现代审美深度融合,塑造具有独创性IP内核的情感产品。深化业态融合,鼓励制造业注入情感设计与交互体验,支持文旅、商贸、演艺跨界共生,打造全链路、沉浸式的情绪消费场景,以高品质供给引领和创造新型消费需求。

聚焦全龄段多元需求,释放人口结构转型红利。情绪消费应当超越“青年专属”的固有标签,向全生命周期延伸覆盖。针对老年群体日益增长的情感陪伴需求,应将陪伴经济嵌入现代养老服务体系,积极开发情感陪护、送老文旅、怀旧体验等细分产品,激发银发经济潜能。针对青少年群体,应着力开发解压舒缓、寓教于乐的休闲益智产品,发挥普惠性服务对社会焦虑的化解作用。推动构建涵盖“一老一小”的全生命周期服务体系,在满足民生需求的同时,释放万亿级规模银发经济与朝阳产业潜能。

强化数智化转型赋能,不断拓宽服务消费边界。新一轮科技革命是驱动情绪消费迭代升级的变量与引擎。要利用大数据、人工智能,增强现实等前沿技术,重塑情绪消费的生产方式与交互逻辑。支持企业利用生成式人工智能精准捕捉情绪颗粒度,提供定制化、智能化的数字情感服务。运用虚拟现实技术构建跨越时空的元宇宙消费场景,满足高层次精神体验。同时,必须坚持“科技向善”原则,建立健全伦理审查机制,防止算法偏见与技术异化对人类情感的过度干预。

完善敏捷治理体系,坚决筑牢安全发展屏障。针对新兴业态的监管空白,应构建包容审慎与精准监管相结合的敏捷治理模式。加快完善法律法规与行业标准,健全陪伴服务、心理解压等领域的准入机制与职业规范,彻底铲除非法经营土壤。强化数据安全保障,特别是在人工智能情感交互领域,应明确算法透明度与数据伦理底线,严厉打击侵犯隐私行为,筑牢“敢消费”的安全基石。同时,加大知识产权保护力度,引导建立理性、健康的消费观,防范成恶性消费与过度攀比,确保产业在法治轨道上行稳致远。【作者系湖北省宏观经济研究所副研究员】

激活居民消费的“社区微引擎”

王晶

去年9月,商务部等9部门联合印发《关于加力推动城市一刻钟便民生活圈建设扩围升级的通知》,强调推动社区经济“微循环”。在当前扩内需、促消费成为实现政策重要着力点的背景下,社区团购这一看似不起眼的商业模式,正在社区层面释放出独特而持久的消费激活效应。

与大型商圈、购物综合体不同,社区团购嵌入的是居民刚需、高频、日常化的生活消费场景。它并不直接创造新需求,而是通过降低交易成本、稳定消费预期、改善服务体验,推动潜在需求向现实消费转化,从而在社区这一最微单元中,形成可持续运转的消费微循环。

从消费机制看,社区团购重塑了居民的日常消费决策方式。“线上预订+次日自提”的模式,使生鲜与日用品消费更具计划性和确定性,减少了因时间、距离和信息不对称造成的消费摩擦,有助于充分释放原本被忽视或抑制的高频日常消费需求。

在价格维度上,社区团购通过“集中预售,以销定采”压缩流通层级,降低了损耗和中间成本,使居民形成相对稳定、透明的价格预期。稳定、透明、可预期的价格体系是一种重要的消费信心来源,也是重要的促消费条件。社区团购在一定程度上缓解了“买得起但不敢买”的心理约束,当消费者对价格波动的不确定性下降,日常消费决策成了更具确定性的选择,从“能不买就不买”转向“按需、按时、按计划购买”。

从消费结构看,社区团购对消费的影响并不限于数量层面,还体现在结构优化上。依托数字平台和社区网络,地方特色农产品、生鲜直采商品更容易进入居民餐桌,有助于提升消费品质,同时扩大中低收入群体的优质供给覆盖面,这种触及更高层次的消费形态,有助于推动消费升级从“少数人升级”转向“多数人改善”。

从消费环境看,社区团购的消费效应并不止于“卖货”。自提点作为社区中的线下节点,也是社区中的微型公共空间,在完成交易的同时,也承担着信息交流与情感连接功能。这种有温度的消费环境,往往能提升居民对社区商业的整体认同感,进而增强本地消费黏性。从宏观视角看,当前提振消费的关键,并不在于短期刺激力度有多大,而在于能否在基层层面形成稳定、可预期的消费环境。社区团购恰恰通过嵌入式服务,将宏观政策目标转化为居民可感知、可持续的日常生活体验,在无形中增强了消费信心,这种“低烈度、长周期”的促消费机制,虽然不显山露水,却更符合当前经济运行的现实需要。

当然,社区团购并非没有现实挑战。盈利模式单薄,服务质量参差不齐,与即时零售竞争加剧,均制约其长期发展。但从提振消费的视角看,其价值并不在于是否成长为全国性平台,而在于能否稳定服务社区、持续激活日常消费。因此,推动社区团购健康发展,关键在于功能定位的转变——从单一的商品销售渠道,转向社区消费服务体系的有机组成部分。当社区团购不再仅依赖低价竞争,而是以稳定供给、可靠服务和情感连接赢得居民信任,其对稳消费、扩内需的作用才能真正显现。在社区层面,消费更多是一个需要被“疏通”和“激活”的过程。社区团购所提供的,正是一种基于便利性、确定性与信任感的微型消费引擎。