

即时零售活跃县域新消费

县域经济在我国经济社会发展中具有重要地位，是构建新发展格局，畅通内循环，推进乡村振兴的关键所在，以即时零售为代表的新业态、新模式对县域商业体系完善和县域经济发展具有多重价值。

美团研究院依托平台数据与消费者问卷调查，对县域即时零售发展特征、趋势及对县域经济发展的作用、价值进行分析。研究发现，近年来即时零售在县域呈现出市场规模增速快，消费活力强、用户粘性高等特点。行业测算2022年县域即时零售规模约843亿元，2026年有望突破2400亿元，具有较大的发展潜力，并能在县域经济高质量发展的进程中发挥消费催化剂、就业蓄水池、转型助推器和融合加速器的作用。建议支持即时零售在县域发展，营造良好氛围，完善公共服务，引导县域商业体系推进数字化转型，鼓励新型供给模式，不断满足县域消费者对便利化消费和美好生活的需求。

县域是我国基本的行政地域单元，是支撑经济社会发展的完整空间载体，是连接城市和乡村的纽带，在经济社会发展和推进乡村振兴中始终占据重要地位。有关数据显示，截至2022年底，

我国内地共有 1866 个县域经济体，其国土面积占全国的 90%左右，人口占全国的 52.5%，地区生产总值占全国的 38.3%¹。

县域经济一直是党和国家关注的重点，2021 年以来，多部门多次印发政策文件指导县域经济发展，指出发展县域经济需要充分发挥多种商业模式和新型业态的综合带动作用，通过县域经济的繁荣推动乡村产业高质量发展，拓宽农民增收致富渠道。即时零售作为一种融合线上线下的电商新业态，正在县域呈现出多重亮点和价值。2023 年中央一号文件明确提出，要“加快发展现代乡村服务业。全面推进县域商业体系建设……大力发展共同配送、即时零售等新模式”，认可了即时零售在激发本地消费、吸纳人才回流，助推商业转型、支撑城乡融合等方面的作用。

一、即时零售成为县域消费新亮点

即时零售（也称即时电商）是以即时配送体系为基础的高时效性到家消费业态，属于典型的零售新业态和消费新模式²。据行业测算，2022 年即时零售整体市场规模约 3500 亿元，并有望在 2026 年突破 1 万亿元，行业整体具有强劲增长动力和较大发展空间³。作为一种有效提振消费需求、盘活实体零售的新模式，即时零售在县域经济发展中的作用也愈发突出。

（一）当前即时零售在县域正快速发展

美团闪购是美团旗下典型的即时零售业务，本文依托美团平台数据，对县域即时零售发展情况进行研究分析。研究发现，当前县域即时零售呈现出如下特征：

一是即时零售县域消费规模不断扩大，占比逐渐提升。据美团研究院测算，2022年县域即时零售规模约843亿元，2026年有望突破2400亿元。相较于全国平均水平，县域地区的即时零售消费和供给也有更高的增速。美团平台数据显示，2019-2022年县域地区的即时零售消费额增长率均超过全国平均水平，县域地区的即时零售行业规模占全国的比重不断提升，从2019年的21.6%提升至2022年的24.1%（见图1），从供给侧看，美团2022年县域有交易的即时零售商户数同比增长34%，增速高于全国平均水平。

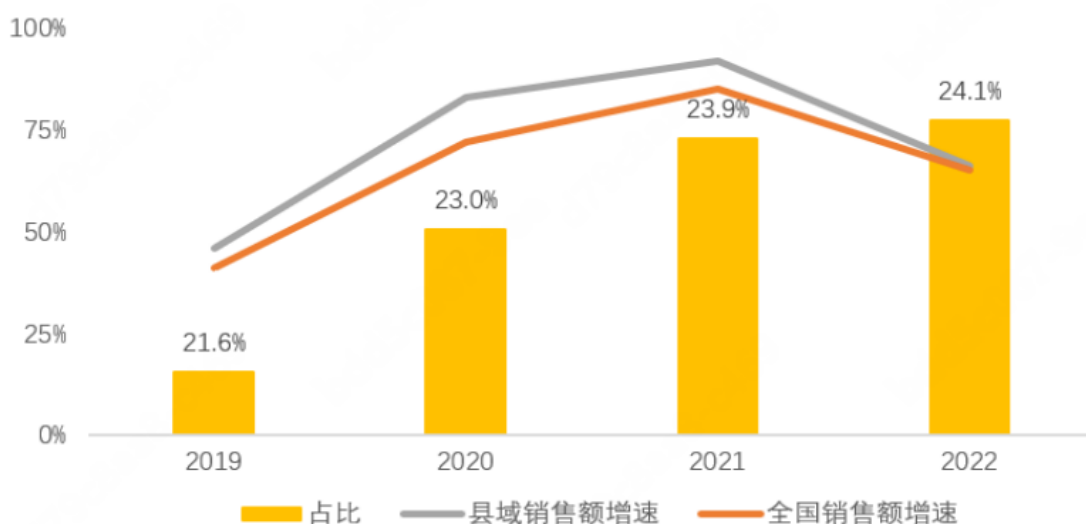


图1 2019-2022年县域即时零售发展增速

数据来源：美团数据

二是县域即时零售表现出不弱于市区的消费活力。美团平台数据显示，我国县域的即时零售业务快速发展，部分县域的即时零售年人均消费额甚至高于周边市区平均水平。这一方面是因为在华东、华南等部分区域，一些县城的经济发展水平较高，甚至已超过临近市区的经济发展水平，居民有较强的购买力。壹城智库研究显示，2022 年我国已经有 52 个县域地区生产总值超过 1000 亿元。以江苏省苏州市为例，相关数据显示，2022 年苏州市各县域的 GDP 和人均 GDP 均高于市区，苏州各县域的闪购消费、消费者年人均消费额和消费频次也高于市区（见图 2）。另一方面，相对于市区，部分县域的商业服务设施相对落后，传统的线下供给匮乏，无法满足不断增长的便利化消费需求，这也使得这部分消费者更依赖便捷的即时零售。

美团研究院 2023 年 8 月开展的即时零售消费习惯问卷调查（以下简称“问卷调查”）结果显示，在县域，因为“附近线下商店缺乏所需商品”和“错过线下常规营业时段”而选择即时零售消费方式的消费者的占比分别达到 32.8%和 25.9%，均高于市区居民的占比（见图 3）。

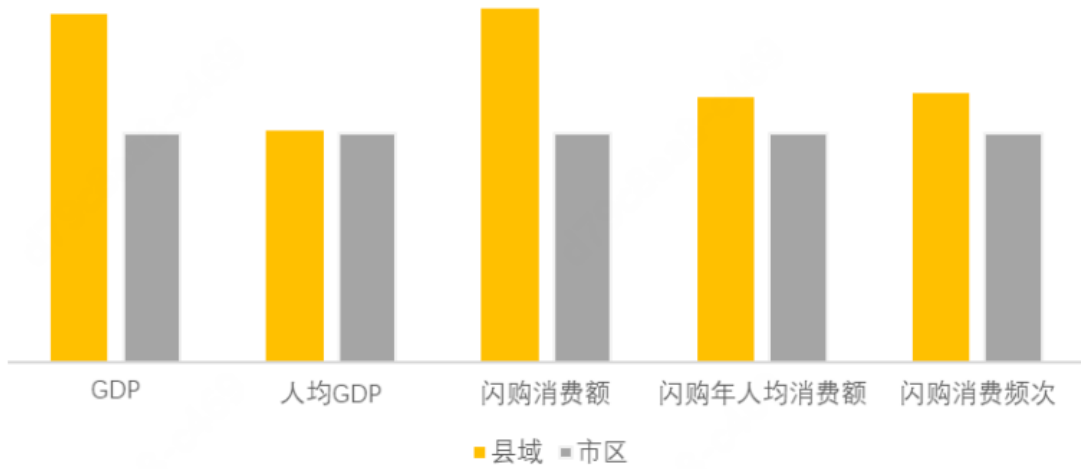


图2 2022年苏州市内市区与县域的若干经济指标对比
数据来源：苏州市2022各县/市/区统计公报、美团数据

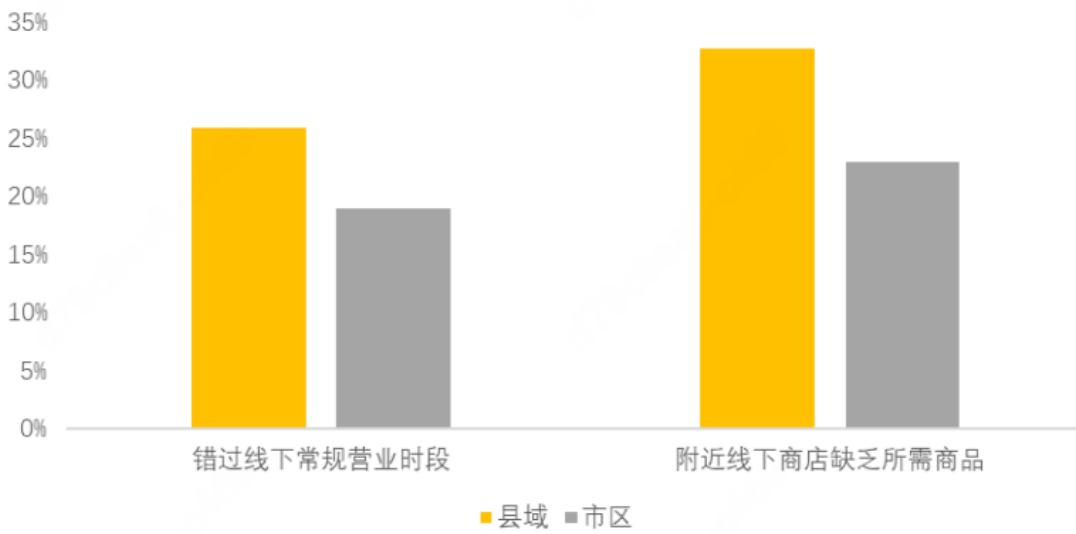


图3 居民选择即时零售的不同原因比较
数据来源：美团研究院（N=158）

三是县域消费者增速快，中青年是核心消费客群。从消费者规模看，随着农村居民人均可支配收入的提升和线上消费习惯的逐步养成，县域即时零售客群规模快速增长，美团平台数据显示，

2019-2022 年县域地区闪购消费者以 50%左右的复合增长率快速增加，这一增速高于全国平均水平。从年龄结构看，20-40 岁县域居民是即时零售的主要客群，其中，20-30 岁年轻用户约占县域消费者总人数的 42.3%，该比例与市区基本持平；30-40 岁中年用户占县域消费者总数的比例达到 43.7%，比市区高出 4.1 个百分点（见图 4）。

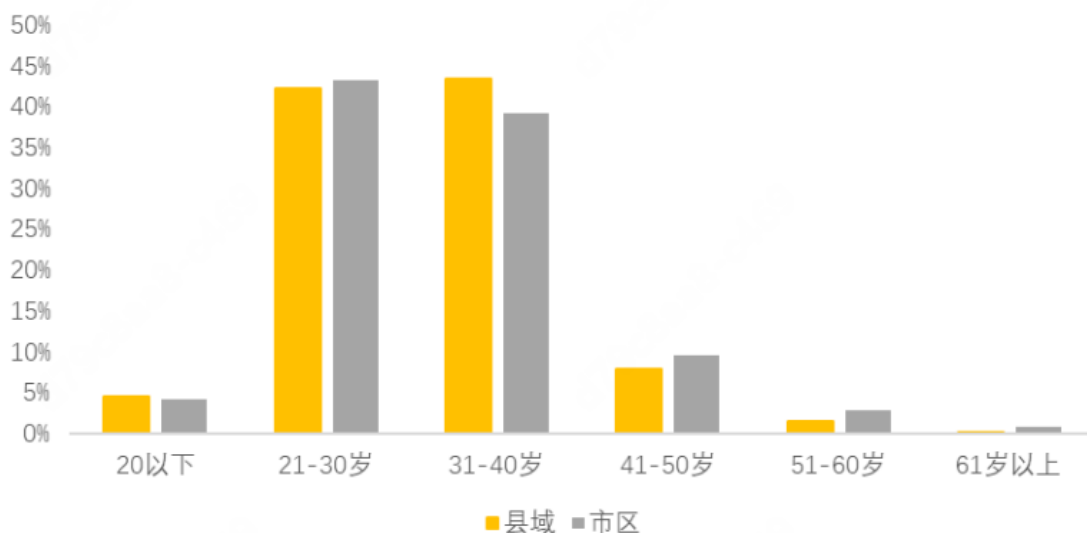


图 4 即时零售消费者年龄结构比较

数据来源：美团数据

四是县域即时零售消费品类结构不断扩展。调研问卷结果显示，县域即时零售消费者主要的消费品类与市区基本相似，休闲零食、酒水饮料、蔬果生鲜、肉蛋禽奶、粮油副食是主要消费品类（见图 5），这些品类商品具有高即时性或低便携性等特点，如休闲零食、酒水饮料品类冲动性购买属性较强，消费者购买后

期待能够快速使用；蔬果生鲜品类对保鲜要求高，需要快速送达；粮油副食品类多为重货，便携性低，消费者购买后期待由专人配送到家。此外，县域即时零售的消费品类不断扩展，逐渐覆盖消费者各项生活所需，居家日用、蛋糕甜品、医药保健、数码电器、美妆个护等品类的即时性消费需求也在不断增加。

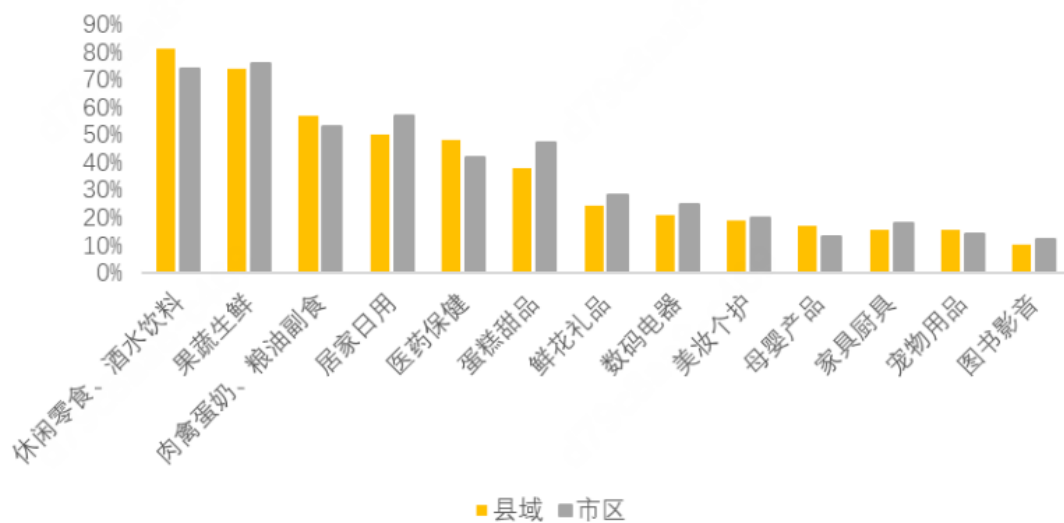


图5 即时零售消费品类对比

数据来源：美团研究院（N=158）

（二）未来即时零售在县域有长期潜力

在需求拉动和供给推动的作用下，县域即时零售发展具有长期潜力。在需求侧，县域居民的线上消费习惯已经养成，便利化消费需求也在不断提升。

随着互联网基础设施的快速下沉，农村居民的网络消费习惯逐渐养成，国家统计局数据显示，2018-2022年农村网络零售额

逐年增加，2022 年农村网络零售额占农村消费品零售额的比重为 37%，创历史新高（见图 6）。在传统电商培养起用户“线上下单、送货上门”的习惯之后，县域居民，尤其是县城居民更加希望能在多个方面拥有省心、省力、省时的消费体验，对即时零售模式“随时线上下单，更快送货上门”的需求也日益增加。

美团研究院的问卷调查结果显示，近 45%的县域受调查者在过去一年中增加了使用即时零售购物的行为。在诸多需求场景中，“没有特殊原因，只觉得即时零售又快又方便”（74.1%）、“我平时比较忙，即时零售更省心、省时、省力”（43.1%）、“不习惯/不愿意线下购物，希望送货上门”（37.9%）位列即时零售县域消费者的消费动机前三项（见图 7），表明即时零售越来越成为县域消费者满足日常需求的惯用选择。

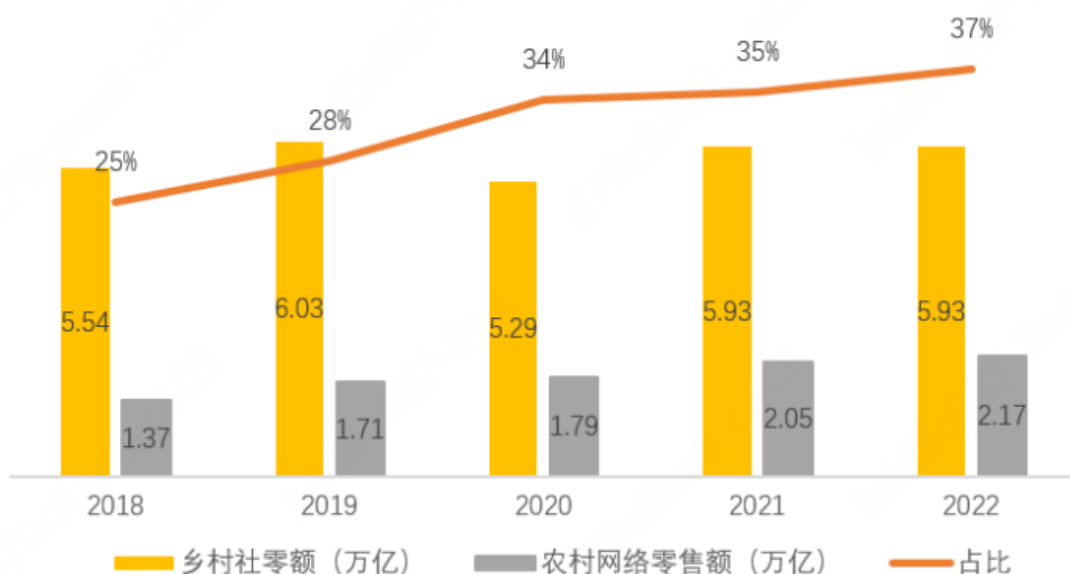


图 6 2018-2020 年农村网络零售额占农村消费品零售额比例

数据来源：国家统计局、中国农村电子商务发展报告、中国数据乡村发展报告



图 7 县域居民使用即时零售购物的主要原因

数据来源：美团调研问卷（N=158）

在供给侧，尽管县域商业体系日趋丰富和完善，但是单纯的线下供给仍然无法满足本地需求。我国县域商业供给水平偏低，县域居民的消费需求大多通过本地传统综合商贸服务中心、大众便利店、夫妻便利店和部分小型商业广场满足，大型连锁商超便利、数码 3C 等垂类门店相对稀缺。尽管近年来越来越多的零售企业开始布局县域市场，如万达广场加快入住县域，沃尔玛、永辉等大型连锁超市以及苹果授权专营店、小米之家专卖店等也在县域迅速铺开，但是县域商业仍然存在网点密度不足，商品品类单一，供给质量不高，和居住区、办公区融合不紧密不充分等短板，即时零售在既有零售网点布局下通过细密的履约配送体系覆盖更广区域，能够帮助缓

解县域商业设施布局不均衡的问题，有望成为未来县域商业体系的新增长点。

二、即时零售能有效推动县域经济高质量发展

即时零售消费新业态的快速发展，不仅适应和满足了县城建设和乡村振兴的内生需求，还从扩内需、稳就业、促发展、助融合等多个方面助力县域经济高质量发展，更好地满足当地城乡居民对美好生活的需要和对高品质幸福生活的追求。具体来看，即时零售是县域经济高质量发展过程中的**消费催化剂、就业蓄水池、转型助推器和融合加速器**。

（一）产生增量消费，推动扩大内需

县域消费对于我国实行扩大内需战略极为重要。实施扩大内需战略、促进形成强大国内市场，是新形势下推动高质量发展的战略选择，而县域发展是扩大内需的重要引擎。县城以及广大的县域乡村地区，包括了我国 90%左右的国土面积与 50%以上的人口，是扩内需、促消费的主要对象，但是现阶段县域消费与市区的差距还很大，人均消费支出仅为地级及以上城市城区的 2/3 左右⁴。由此可见，县域地区还存在着强大的市场潜力，这部分地区人群的消费习惯和偏好不仅深刻影响着商业形态，其消费意愿、消费能力和消费环境的改善也会对经济社会发展产生巨大的推动作用。

即时零售业态对县域消费有显著的增量带动作用。即时零售通过满足广大县域居民的便利化消费需求，进一步激发出大众的消费潜力。一方面，即时零售通过满足消费者的强时效性需求创造消费增量。消费者在就餐、聚会、娱乐期间对酒水、饮料、零食等商品有极强的时效性需求，具备典型的“非满足即消失”特征，若配送时长超过半小时，部分消费者就会放弃消费。美团研究院于2022年-2023年持续开展的四次调研问卷结果显示，有12%-13%的被调查者使用即时零售购买商品，在因故无法按时送达的情况下会直接放弃购买。即时零售能够将商品的配送时间控制在半小时以内，可以满足消费者强时效性需求从而创造消费增量。此外，在外出需要充电线、生病居家需要送药上门等紧急情况，或在节庆、纪念日需要购置鲜花礼品等场景下，即时零售不仅提供了商品的使用价值，还产生了幸福感、安全感、获得感等情绪价值，从而在消费的“量”之外也实现了“质”的增加。另一方面，即时零售通过时间、空间扩展带来消费增量。从供给角度看，县域零售体系和商业基础设施还有待完善，尤其在零售店营业时长和网点密度等维度上与市区存在着较大差距。县域的传统线下零售店铺、商超的营业时间普遍为8点至22点，在非常规营业时段县域消费者的购物需求难以得到满足。即时零售通

通过与 24 小时便利店、前置仓、药店合作，满足居民非日常时段（22 点至次日 8 点）的消费需求，为民众提供全天候商品供给与配送服务，美团平台数据显示，县域非日常时段订单量占全天订单量的 19%，比市区高出 1 个百分点。同时，即时零售的模式可以与线下商业设施紧密融合，将可触达的商超店铺物理半径从 500m 扩展至 3km 以上，实现销售增长。美团研究院 2022 年发放的问卷调查显示，消费者主观报告自己每通过即时零售消费 100 元，约有 30 元属于新增或额外消费，据此推算，2026 年县域的即时零售市场规模预计达到 2400 亿元，将会创造近 720 亿元的消费增量。

（二）扩大稳定就业，促进创新创业

即时零售以县域实体经济为依托，创造了大量本地就业机会。一是拓宽县域就业空间，提升县域地区的劳动参与率。即时零售在各个垂直领域都催生了大量就业机会，网约配送员、水果“质检”员、线上运营人员等新职业不断涌现，这些新职业具有更强的包容性，是县域劳动者实现就近就地就业的重要载体。与市区相比，县域地区缺乏足够的就业机会，同时大量适龄劳动者因照顾家庭等需要无法外出务工，即时零售业态成为这些适龄劳动者进入劳动力市场的渠道。以云南某县为例，该县网约配送骑手中 20% 为女性，较所属地级市高

出 10 个百分点。二是帮助劳动者实现就业转化，提供兜底性、过渡性就业机会。在县域地区产业升级和转移的过程中，部分劳动者因无法适应新产业对技术和经验的需求，出现“结构性”失业。即时零售在县域创造了大量低门槛的就业机会，能够帮助劳动者实现职业转换与过渡。我们在江西某县的调研发现，伴随该县工矿企业的衰落，部分工人就地转化为网约配送员，从而实现了职业生涯的过渡。三是帮助劳动者提升劳动技能和就业竞争力。当前，劳动力市场对从业者的技能的要求不断提高，如对外经贸大学发布的《2021 年新生代农民工职业技能报告》显示，在新生代农民工从事的工作中，27%的工作对数字化相关的技能存在需求，但在被调查的新生代农民工中，仅有 9%具备一定的数字化技能。即时零售使数字经济拓展到县域地区，为劳动者提供了适应数字经济的机会。南开大学及美团研究院的研究表明，外卖骑手在工作过程中，锻炼了人际沟通、情绪调节、主动学习、操作生产工具、处理突发与异常情况等多种技能，这些技能让骑手能更好地适应数字社会的发展变化，从而拓宽了未来的职业选择⁵。

即时零售作为一种商业模式创新，也正在成为一个重要的创业方向。一方面，即时零售业态提升了县域创业的环境和氛围，降低了创业门槛，帮助大众实现低成本创业。即时零

售作为门店延伸，丰富了供给品类，生鲜食杂、日用百货、数码 3C、服饰鞋帽等垂直品类门店都有了更广阔的生存空间，依托即时零售业态，大量中小商户实现低成本创业。此外，随着县域即时零售的发展，以前置仓为代表的多种新型经营方式在县城不断涌现。前置仓新业态不开设线下门店，主要针对线上消费者，能减少装修支出，提升仓储密度，提升店铺坪效人效，大幅降低创业初期投入成本，也能帮助更多县域居民实现创业梦想。另一方面，即时零售在县城的快速发展，也吸引大量年轻人从大城市返乡，在本地进行创业。比如河北本土便利店品牌 36524 的相关负责人表示，36524 在省内各个县城都有布局，满足消费者的购物需求，加上本土便利店品牌加盟成本低、收益率高，不少 95 后小镇青年都决定家乡加盟创业。即时零售的发展增强了县城人才的存量和吸引力，为县域经济的可持续发展注入了更多动力、活力和潜力。

（三）盘活传统业态，助力商业转型

健全的县域商业体系对于县域高质量经济发展至关重要。从我国当前发展情况看，传统城镇化已经基本实现帮助农民进城就业、居住的基本需求，传统意义上的工业化、城镇化也已基本到位。但是在帮助进城居民过上幸福美好生活，提供更便利优质的生活条件、人居环境、消费氛围和基础商业设施方

面仍有较大提升空间。未来的城镇化需要进一步解决的是城市本身的更新、升级和功能再造问题，是更好满足人口市民化、健全公共服务的城镇化，也是为城市和周边农村居民提供高品质生活的空间，现代化商业环境，便利化消费氛围，引领居民消费水平提升的城镇化，这也是中国式现代化的重要特点和关键组成部分⁶。在这一过程中，数字化、便利化、线上化是县域商业体系创新、转型和完善的重要方向。近年来多项政策文件均对县域商业提出了数字化转型的要求，如2021年商务部等17部门关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见指出，“支持企业数字化、连锁化转型。引导供销、邮政、快递和农村传统商贸流通企业运用5G、大数据、人工智能等技术，强化数据驱动，推动产品创新数字化、运营管理智能化、为农服务精准化，加快转型升级。”2023年商务部等9部门办公厅（室）印发的《县域商业三年行动计划（2023-2025年）》指出，针对县域中小企业，要“依托已有平台资源，提升区域数字化服务水平，为企业提供成本低、实用性强的数字化转型解决方案，推动数字应用从销售前端向采购、库存、配送等全过程延伸，加快线上线下融合。”

即时零售帮助传统供给体系转型升级，是县域传统零售业态推进数字化转型的重要抓手。即时零售通过在“订采收-

进销存-仓拣配”等多个环节发挥三方面的赋能效应帮助零售商户提效增收：**一是赋能营销获客**。即时零售能够帮助县域零售商户进一步丰富交易场景，扩展经营范围，吸引新的年轻消费群体。实体店铺受选址和面积的影响，客群覆盖范围有限，接入美团闪购等即时零售平台后，店铺能够便捷地接触到平台积累的庞大用户群体，更好地定制符合目标群体的营销活动，开展消费者感兴趣、吸引力强、营销效益显著的营销活动，灵活调整折扣方式、优惠力度、促销品类，同时降低消费者的搜寻成本和交易成本，提高消费者的满意度、忠诚度和线上营销转化率。**二是赋能运营管理**。即时零售平台开发的各类数字化系统能够从商品管理、履约管理、库存管理、员工管理、财务管理、用户管理、供应链管理商家经营环节着手，全链路、全场景地助力商家提升经营效率。以美团“牵牛花系统”为例，该系统无需替换企业在采购、运营、销售等方面的原有系统，便能打通商超原有的线下系统和线上多平台、多渠道经营数据，可以帮助县域的大量传统连锁商超便利店实现“轻量”数字化转型。**三是赋能履约配送**。即时零售在交易环节线上线下相融合，在配送环节“无中转、点对点”的显著特征，优化了履约模式，有效地提升了商户的履约效率，提升物流、信息流、资金流的流动速度。即时零售模式通过专业化、规模

化的本地物流配送，提高了整体流通速度，极大地提升了商品流转效率，减少周转时间；也能通过线上化和供应链数字化，将需求信息和商户库存信息直接相连，实现高频率、低成本的信息共享，提高匹配效率。美团研究院联合首都经济贸易大学，通过匹配 105 家样本商户的实体店铺线下销售数据和美团线上销售数据，测度了即时零售业务对店铺总体销售的影响，研究发现：线上即时零售业务订单月增量和销售额月增量分别对店铺总订单月增量和总销售额月增量有正向的促进作用，线上月订单增量每增加 1%，店铺总订单月增量增加 0.086%，线上月销售额增量每增加 1%，店铺总销售额月增量增加 0.049%。实证结果表明，即时零售业务有效赋能实体店铺的线下业务，提升了实体店铺的订单量和销售额。

（四）支撑城乡融合，带动产业升级

城乡融合是县域经济高质量发展的内在要求，在城乡融合的过程中，即时零售对城乡经济、民生、消费和商业体系都发挥出了辐射带动作用。今后一段时期是健全城乡融合发展体制机制、破除城乡二元结构的窗口期。县城位于“城尾乡头”，是连接城市、服务乡村的天然载体，更好发挥即时零售对县域商业体系建设的助推作用，有利于增强县城的综合服务功能，促进城乡之间商品、要素的平等交换和双向流通，有助于统筹推进县乡村商业

网点空间布局、业态发展、基础设施建设等，形成县乡村功能互补、错落有致的空间发展格局。一方面，即时零售发挥了上行效果，能帮助城乡之间建立更紧密的产销衔接，拓宽特色农产品上行通道，减少流通环节，提高流通效率，降低流通损耗。如美团旗下的生鲜即时零售业务“美团买菜”，与 450 多个产地供应商、380 个农业基地进行合作，严控农产品质量，通过农产品品质提升和标准化生产、加大优质农产品源头直采，提升农产品供应链效率，使农产品从原产地直达餐桌提速，让更多特色农产品高效对接上大市场，即能培育农产品品牌，增加农民收入，又能让城市消费者获得质量更优、价格更合理的农产品。当前，农民等源头生产者已经共享了即时零售的发展成果，以北京庞各庄为例，当地产的西瓜接入即时零售模式后，农民收入普遍上涨了 40% 到 50%，优秀者甚至能实现收入翻番；同样的情况也体现在“平谷大桃”上，仅美团买菜一家合作商就能帮助当地 250 名农户实现增收近 500 万元⁷。另一方面，即时零售体现出下沉效应，能引导城市的生产流通企业下乡，带动仓储、物流、数字运营、线上营销等环节的一系列新产品、新服务、新技术、新理念从城区、县城向乡村扩散，即时零售平台上的销售数据和用户反馈，也会反哺农业生产、采摘等环节，进一步督促农户和供应商调整生产

种植计划。此外，即时零售还能在消费习惯、生活方式等方面发挥示范效应，逐步缩小城乡消费差距⁸。

产业升级是更好发挥县域吸纳带动作用的应有之义。相关研究认为，一般制造业发展对城市发展的影响基本上是量的影响，即影响城市规模的扩大，城市人口和就业的增加，而服务业的发展对城市发展的影响则基本上是质的影响，即强化城市的市场功能，提升城市形象。在此背景下，城市化更重要的内容应是调整主导产业业态，提高第三产业占比，逐步形成“三二一”型产业结构⁹。即时零售业态可以进一步发挥其在“商流”、“物流”、“资金流”、“信息流”上的赋能提升优势，不仅能促进商贸服务业高质量发展，还可以联动制造业、农业，帮助交通、通讯、仓储物流、信息、旅游服务等第三产业蓬勃发展。这有助于实现产业融合，优化产业结构，促进一批县城和乡镇传统的农业经济、工业经济向商贸带动型、服务带动型经济转变。大力发展即时零售，提升县域尤其是县城的服务业、商贸业占比，还能使县域有限的经济要素，包括人口、资金、技术、数据等向县城集聚，能更好地提升县城对周边乡村的就业吸纳能力和消费吸引能力¹⁰。区别于其他类型的电子商务模式，即时零售是用本地供给满足本地需求，能更

好地蓄积县域经济发展动能，将经济发展的成果真正惠及本地居民，实现本地就业、税收、投资的提升。

三、更好发挥即时零售对县域经济推动作用的政策建议

（一）营造即时零售消费良好发展氛围

为更好发挥即时零售对县域消费的带动作用，建议加大即时零售领域消费券的发放力度，丰富发放方式，扩大消费券覆盖的商品品类范围，开发节日和假期专用消费券，通过“政府出资、企业承接”、“政府出资、企业配资”、“政府指导、企业出资”等多种方式加强消费券政企合作。加大对即时零售的宣传力度，通过线下推广与线上宣传、传统媒体与新媒体相结合的方式增加曝光，进一步发挥即时零售对居民消费的激发作用。鼓励行业协会、即时零售电商企业积极主办或承办相关展会、对接会、洽谈会，强化行业和公众认知。探索建立即时零售行业协会，加强政企协作，更好发挥政策对新业态新模式的指导和引领作用。

（二）加快提升县域即时零售供给水平

大力推动县域的连锁经营企业、大中型商超、百货商场、专卖店、小型夫妻店等传统零售企业依托即时零售业务实现高质量转型升级，鼓励地方特有品牌、特色农产品、知名老字号和重点生产加工企业等供给方、品牌方和即时零售电商平台

台合作开展即时零售业务，打造即时零售的地方爆款产品，带动和扩大销售规模。更好发挥数字技术对行业发展的创新引领作用，推动传统零售行业的线上化、数字化改造，对接入即时零售 SaaS 系统的零售企业和中小商户，按照其使用费用给予优惠补贴或给予一次性补助。

（三）进一步提升县域就业的公共服务水平

随着即时零售带动就业规模的提升，有必要加快将从业者纳入公共就业服务范围，推进就业服务均等化。完善“互联网+公共服务”，提升从业者享受公共服务的便捷化水平。针对即时零售新业态，完善从业者的职业教育体系，对于依托即时零售就业创业的群体，通过开展政企学研合作的培训方式，开发实践导向的课程，提升劳动者的职业技能水平。此外，鼓励企业对从业者开展培训，并对培训给予适度补贴。可参照个体工商户、小微企业，制定适用于即时零售从业人员的个人所得税优惠政策。对于依托即时零售开展创业的人员，也在税收、补贴等方面予以一定扶持。

（四）更好发挥前置仓新供给模式的补充效应

当前即时零售前置仓等新型供给模式能有效解决县域地区的传统供给不足的问题，是商业体系的重要补充，但是前置仓在选址建设、资质审批等方面还存在一定的障碍。建议引导

盘活闲置厂区、利用现有楼宇等为企业 提供前置仓选址建议、租金优惠等支持；适度放宽针对前置仓业态属性、证照资质认定管理的相关规定，给予前置仓业态与便利店、超市、社区菜店等便民业态同等的财政、税收、租金等相关支持；对即时零售新品类，如宠物药品、果切果捞、生鲜熟食等商品进行分级分类管理，简化线上售卖资质，简化前置仓冷库质检证明，探索以事中事后为主的新型监管模式。

参考文献：

- [1] 壹城经济咨询中心. 《中国县域高质量发展报告 2022》发布[R]中国网, 2022. 06.
- [2] 来有为, 刘佳昊, 张琳. 中国即时零售行业发展特征分析[J]. 发展研究, 2021, 38(11): 31-38.
- [3] 刘佳昊, 倪晓畅, 张琳. 便利化需求激活万亿消费空间—即时零售的发展特征及趋势研究[R]美团研究院调查研究报告, 2022, No. 09.
- [4] https://www.gov.cn/zhengce/2022-05/07/content_5689006.htm
- [5] 赵磊, 厉基巍, 王星. 外卖骑手的职业技能与技能形成研究[R]美团研究院调查研究报告, 2023, No. 08.
- [6] 洪银兴, 陈雯. 由城镇化转向新型城市化: 中国式现代化征程中的探索[J]. 经济研究, 2023, 58(06): 4-18.
- [7] <http://tech.china.com.cn/roll/20220921/391040.shtml>
- [8] 夏杰长. 城镇化对中国城乡服务消费影响的实证分析——基于 2000—2011 年省际面板数据[J]. 学习与探索, 2014(1): 101-105.
- [9] 苏红键. 中国县域城镇化的基础、趋势与推进思路[J]. 经济学家, 2021(05): 110-119. DOI:10.16158/j.cnki.51-1312/f.2021.05.013.
- [10] 辜胜阻, 李华, 易善策. 推动县域经济发展的几点新思路[J]. 经济纵横, 2010(02): 34-38. DOI:10.16528/j.cnki.22-1054/f.2010.02.011.

美团研究院 刘佳昊倪晓畅张放