

外卖更好进村还需迈过三道坎

如今,很多乡村也能点外卖了。贵州省盘州市响水镇,外卖骑手除了送餐,还帮人取快递;江苏省徐州市铜山区郑集镇,通过推进“暖新驿站”建设,为骑手发放补贴与防护物资,用暖心举措解决骑手后顾之忧。

一张外卖订单,照见城乡共融、发展共享的生活新图景。从“快递进村”到“外卖进村”,反映出农村物流服务正从基础配送向多元化、即时性消费场景拓展。从指尖到舌尖,从尝鲜到刚需,外卖如何更好走进千村万户,扎下根来?

一张订单连亲情

走在徐州市铜山区郑集镇杜楼村的乡村道路上,不时有身着黄色工作服的美团外卖骑手从身边经过。

“我们目前有16个固定骑手,节假日骑手规模能超过30人,基本实现镇域核心区与重点村的全覆盖。”郑集镇美团外卖配送站点负责人陈贤告诉记者,郑集镇已有200多家餐饮、超市、药店入驻美团外卖,骑手多为本地人。

对于在外务工的子女而言,一份外卖就是对家中父母的一份关爱。宿迁市宿豫区来龙镇外卖员王静说:“经常接到在外务工子女给父母点的饭菜和药品订单,外卖让亲情跨越距离。”

盘州市响水镇外卖员王旭说,乡村外卖员的角色更为多元,除了送餐,他们还帮人取快递,甚至代购。

外卖服务触达千村万户,得益于交通和通信基础设施不断完善,以及互联网服务深入普及。

“外卖进村”标志着农村消费正在由单一的物质满足向品质化、多样化升级转变。”对外经济贸易大学国际商学院教授孙瑾认为,它不仅满足了村民的便捷需求,同时为乡村经济注入了新动能,为农村富余劳动力创造了就业岗位。

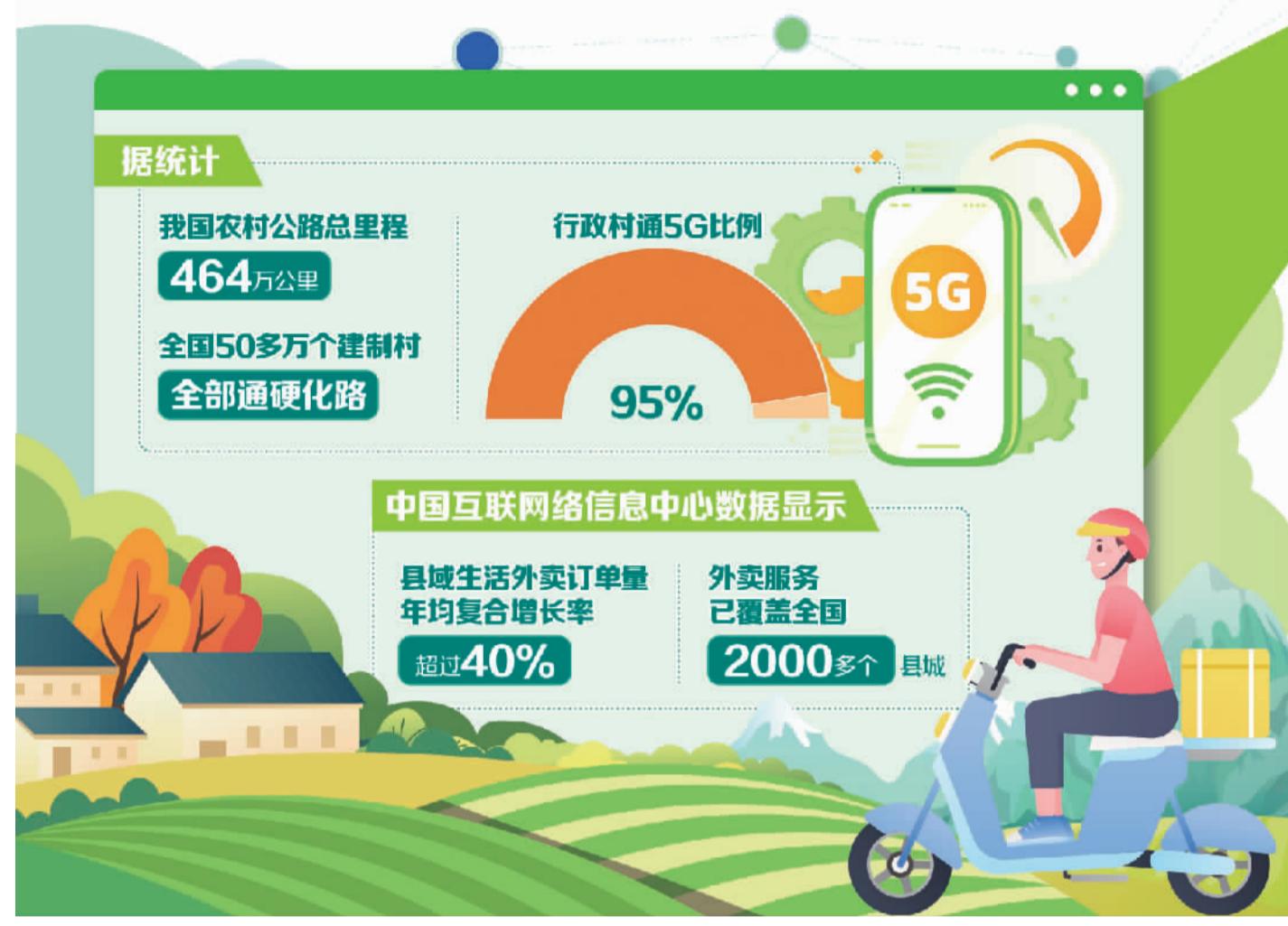
中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端告诉记者,“外卖进村”看似是消费端的变化,实则是数字经济向纵深发展、重塑城乡关系的生动缩影和关键节点,“以即时零售为抓手,激活乡村消费市场、促进内需,将它成熟的服务业模式与数字化能力导入乡村,有助于弥合城乡之间的服务鸿沟,是推动城乡融合发展、实现共同富裕在微观生活场景里的体现”。

记者从美团了解到,自2023年11月开始,美团启动招募外卖乡镇合伙人。截至2025年12月,美团县域地区年服务用户超3亿人。

各地服务不均衡

“外卖进村”看起来确实美,但从采访情况看,各地发展呈现不均衡性。

1月22日,盘州市响水镇迎来入冬以来最冷的时候,王旭忙得热火朝天,仅上午就跑了将近20单。然而,像响水镇这样能有外卖服务的乡镇在贵州仍是少数。除了一些旅游景区、工商业发达的重镇外,绝大多数乡镇的外卖服务仍属“稀缺品”,偏远地区更是空白。



响水镇的外卖服务发展与当地经济发展水平有着至关重要的关系。据响水镇党委宣传委员丁江介绍,该镇工业经济较为发达,集镇附近有响水煤矿、盘南电厂等大型企业,企业职工及家属的总人数预计超过5000人,“他们收入稳定,有较强的消费能力,同时也有较强的外卖消费需求”。

记者在贵州省黔南布依族苗族自治州龙里县的几个乡镇走访时发现,部分商户入驻了外卖平台,因无骑手接单导致“有单送不出”。龙里县湾滩河镇距离龙里城区48.4公里,常住人口2万余人。在该镇中心经营餐饮已6年的付龙告诉记者:“2025年初听说入驻外卖平台能增加生意,就琢磨着试试,把店铺挂到外卖平台上后,至今还一单未出。”

贵州财经大学教授王有志认为,虽然外卖进入西部农村还面临着较多阻碍,但随着返乡年轻人增多、农村经济发展水平提升,以及道路等公共服务条件改善,乡镇外卖服务的需求有望进一步扩大。

共建良性生态

“外卖进村”深入推进,正在重塑乡村消费生态与双向流通格局。近年来,发展农村外卖服务,更好保障外卖骑手权益,各地有不少好做法。

“政策兜底与服务升级筑牢‘外卖进村’发展根基。”郑集镇党委组织委员赵小倩介绍,他们立足基层服务优势,依托党群服务

中心(便民服务中心)现有公共服务载体,全域推进“暖新驿站”建设,提供休息补给、充气设备、应急药箱等便民服务。

目前看,“外卖进村”仍面临多重瓶颈,制约着服务效能进一步提升。具体而言,主要有三道坎:

其一,费用高,选择少。王旭坦言,农村居民居住分散,外卖订单多为“单点单户”,难以形成城市的“顺路拼单”效应。外卖服务主要在集镇范围内,延伸到乡村最远一般不超过3公里,“再远,经济上就不划算了”。同时,外卖消费需求不足。王静说:“乡村留守老人占比高,多数老人不会操作智能手机,且消费观念较为节俭,自主品牌需求有限。”

其二,路远,路况杂。“乡村距离远、订单分散,电动车一天跑不了几个来回,配送成本居高不下。”陈贤说,有的农村没有标准门牌,导致定位精度不足,往往需与村民反复沟通,既耗时又影响体验。同时,食品保鲜保质难题在长距离配送中尤为明显,部分热食送达时已变冷,降低村民消费意愿。

其三,订单不固定,增收有难度。乡村单均消费金额低,单量不稳定,部分偏远村甚至几天才一单,难以形成规模化运营。此外,平台抽成与配送成本压力,也让部分乡村商户对入驻外卖平台持观望态度。

“这三道坎本质上是乡村低密度、高波动需求与互联网平台高时效、标准化服务模式之间的结构性矛盾。”陈端认为,单纯复制城市“点对点”配送在乡村必然导致成本畸高,须转向“集单共配、枢纽辐射”的集约化模式。一方面,构建“县—乡—村”三级物流枢纽网络,压缩末端配送半径和成本;另一方面,积极探索多元运力融合,推广“邮快合作”“交邮融合”。对平台来说,不应只接入餐饮,应积极接入本地生鲜超市、农资店、五金店等,打造“乡村即时零售综合平台”。

为了让老年群体更便捷地参与数字消费,孙瑾建议进一步降低使用门槛,优化外卖平台适老化设计,推广子女远程代下单、“亲情订单”等功能。在保障骑手权益方面,平台可探索“保底工资+阶梯提成”的模式,同时将外卖、快递、生鲜及本地零售订单整合,提高每次出勤的价值,使骑手收益可预期,从而主动长期扎根。

陈端表示,如何让技术的温度穿透“最后一公里”,如何让发展成果惠及普通劳动者,这需要平台商业创新、地方治理创新、本地商户参与以及村民消费习惯的逐步培育,共同构筑一个成本可持续、服务有保障、人员有发展的良性生态。

“十五五”规划建议提出

促进城乡融合发展,持续巩固拓展脱贫攻坚成果,推动农村基本具备现代生活条件,加快建设农业强国。

近期,“做滑雪教练周赚万元”“小白4天拿证”等话题在社交平台上引发广泛关注。在冰雪经济持续升温的过程中,部分培训机构推出了针对零基础人群的“速成考证”服务。这些机构试图让学员在短短几天内跨越职业门槛,这种现象不仅让公众对从业者技能素质打上问号,更让滑雪这项高风险运动的安全底线面临严峻挑战。

滑雪并非简单的休闲娱乐活动,而是一项对体能、技巧和心理应变有着极高要求的运动。一名合格的教练,其价值体现在作为“安全守门人”的专业判断力上,能够识别复杂的雪质、预判雪道拥挤程度、在突发状况下引导学员避险。而这些专业能力,绝非凡日之功就能练就,必须依托大量实地滑行经验的沉淀与积累。反观各类“速成考证”课程,往往将这些关键能力的培养大幅简化,只聚焦应试技巧。在高速移动的雪场,专业知识的任何一处缺位,都可能变成实实在在的安全风险。

我国滑雪教练的考核评价有着严谨的制度支撑。根据国家体育总局职业技能鉴定指导中心与中国滑雪协会制定的《滑雪指导员国家职业技能鉴定考核实施细则》,职业技能鉴定涵盖了理论知识、个人技术、教学指导和安全救护等多个维度,且每项内容都有详尽的评分标准,旨在确保从业者具备岗位必备能力的科学体系。

问题的症结在于,部分培训机构将“考前集中培训”的执行路径彻底走样。正规培训本应是在“考培分离”原则下,对已有基础的学员进行能力梳理与强化,但被一些机构包装成了零基础过关的“保过班”。这种“注水”操作,不仅严重降低了职业证书的含金量与公众认可度,更让证书本身具备的技能保障功能形同虚设,严重影响滑雪运动的安全性。

冰雪产业的健康发展,离不开行业标准的刚性执行。相关监管部门应进一步加强对培训环节的监管,严厉打击投机取巧的违规培训行为。雪场作为经营管理方,也应完善上岗前测评机制,通过实地试讲和技术考核检验入职者的真实水平。

滑雪是速度与技术的结合,更要坚守对规则与安全的敬畏。绝不能让“速成”的利益诱惑,掩盖高风险运动的安全底色。唯有让专业能力与职业资格紧密衔接,让安全意识贯穿始终,冰雪产业才能在科学安全的轨道上行稳致远。

本版编辑 林紫晓 向斯佳 美编 吴迪

如何看待“剪刀差”现象

“剪刀差”现象在经济活动中更加活跃。

M_2 与 M_1 增速的“剪刀差”一直是市场关注的焦点之一。“剪刀差”如果扩大,说明企业在获得资金后,往往选择存进银行,而不去投资和使用,这在一定程度上反映了经济下行压力下,企业投资意愿下降。而去年以来,“剪刀差”的收窄则反映出企业投融资活动活跃,折射出经济向好态势。

优化供给结构

中央经济工作会议指出,把促进经济稳定增长、物价合理回升作为货币政策的重要考量,灵活高效运用降准降息等多种政策工具,保持流动性充裕,畅通货币政策传导机制,引导金融机构加力支持扩大内需、科技创新、中小微企业等重点领域。

当前,我国社会融资规模存量和 M_2 余额已分别突破440万亿元和340万亿元,人民币贷款余额超过270万亿元,金融总量已经很大。随着经济高质量发展扎实推进,在保持金融总量合理增长的同时,需

要不断优化资金供给结构,把更多金融资源投向国民经济有需要的地方,促进金融与实体经济良性互动。

(文/本报记者 姚进)

更多报道 请扫二维码

与大额资金,通过对市场客群进行分层,凭借利率优势吸引更多储户,以此与同业进行竞争和争夺客户,这本质上是存款利率长期下行趋势中的一种阶段性市场博弈。

部分中小银行上调存款利率

差异化揽储策略强化资金吸收能力

本报记者 王宝会

年初多地中小银行密集上调存款利率,呈现出精准的

“定向性、区域性与阶段性”三大特点。在市场低利率的大背景下,这类差异化的利率调整,已成为储户资金配置的新方向。

中小银行应加快特色化存款产品的研发与投放,注重

理财业务与存款经营的配合。充分利用自身业务资质,注重服务创新方案、特色化增值服务的投放,增加客户黏性。

与大额资金,通过对市场客群进行分层,凭借利率优势吸引更多储户,以此与同业进行竞争和争夺客户,这本质上是存款利率长期下行趋势中的一种阶段性市场博弈。

整体来看,年初多地中小银行密集上调存款利率,呈现出精准的“定向性、区域性与阶段性”三大特点。中小银行虽上浮存款利率,但调幅十分有限。在市场低利率的大背景下,这类差异化的利率调整,已成为储户资金配置的新方向。

苏商银行特约研究员薛洪言介绍,此次中小银行的利率调整并非全面加息,而是仅针对特定产品、特定起存金额(如5万或20万元以上)和特定期限(如1年期或7天通知存款)进行的小幅上调,涨幅多在10个至20个基点,并设定了明确的活动期限。其核心原因在于应对年初的揽储与信贷投放需求。

面对大型银行下沉竞争与理财

市场的分流,区域性中小银行年初通过短期差异化的限额、限时策略,旨在以可控的成本锁定本地核心客户

年期和三年期为主,基本上没有涉及五年期类型。

与之相呼应的是,作为“揽储利器”的大额存单,近期在市场上的利率也步入“0字头”时代。开年以来,据不完全统计,超40家银行发行的大额存单产品,一年期以下利率跌破1%,三年期多低于2%,五年期尤为稀缺。

在上海金融与法律研究院研究员杨海平看来,中小商业银行下架五年期大额存单与存款利率倒挂的逻辑是一致的。在正常情况下,五年期存款通常利率较高,银行通过下架此类中长期产品,既能直接降低负债成本、优化负债结构,又能基于利率下浮预期,主动引导存款行为,缩短负

债平均到期时间,增加资金重定价的机动力,为后续利率调整预留空间。

基于当前部分银行揽储策略趋势,不少业内人士预测,未来两年仍会有更多银行出现利率期限倒挂现象。张珩认为,当长期存款利率下降时,长期贷款的利率通常也处于下行通道,面对长期存款被锁定的负债成本,银行更愿意吸收灵活的短期存款,并以利率下行期更低的价格融入短期资金,去匹配同样处于低位的资产收益,以保持利差相对稳定,吸收长期存款的动力较以往有所减弱。

长期存款收益缩水、银行需求降低,也为银行理财市场带来了发展空间。部分银行正加快布局收益更高、更稳健的投资理财产品,吸引储户资金转向。《中国银行业理财市场年度报告(2025年)》显示,2025年理财产品整体收益稳健,累计为投资者创造收益7303亿元,较2024年增长2.87%。对于中小银行而言,单纯依靠利率上浮的揽储模式难以为继,转变存款经营理念已成必然。杨海平建议,中小银行应加快特色化存款产品的研发与投放,注重理财业务与存款经营的配合。充分利用自身业务资质,进一步提升服务能力,注重服务创新方案、特色化增值服务的投放,增加客户黏性。未来,应推动费用驱动型存款、成本驱动型存款向结算驱动型、业务驱动型存款转型,重点是利用金融科技手段,提升账户的活跃度,实现存款自然沉淀。

答:货币供应量是某一时点承担流通和支付手段的金融工具的总和,是金融统计和分析的重要指标。我国将货币供应量分为 M_0 、 M_1 、 M_2 。

M_0 被称为流通中货币,是最活跃的货币。比如,个人持有的现金,企业储备的现金。 M_1 被称为狭义货币,既包含 M_0 ,还包括了单位活期存款、个人活期存款和非银行支付机构客户备付金。 M_2 被称为广义货币,在 M_1 的基础上,又包括了单位定期存款、个人定期存款等,几乎涵盖了一切可能成为现实购买力的货币形式。

释放经济信号

一般来说, M_1 数值增加,意味着居民和企业拿在手里准备随时花出去的钱变多了,老百姓消费能力增强,市场交易活跃,企业有意愿扩大生产。 M_2 是经济活动中重要的信号之一,其规模增加意味着全社会货币供应量的增加,流动性更



请扫二维码