

12 中小城市实体商业生意怎么做？ 个特征不可不知

记者 乐骁立 整理

中国中小城市的市场有多大?如果将二线以下城市作为样本,那么,这个群体接近4.7亿人。若根据《人民日报》10月8日刊发的《2018年中国中小城市科学发展指数研究成果》数据,这个市场将更惊人——我国中小城市直接影响和辐射的区域,行政区面积达934万平方公里,占国土面积97.3%;总人口达11.77亿,占全国总人口84.67%;经济总量达70.24万亿元,占全国经济总量84.92%。

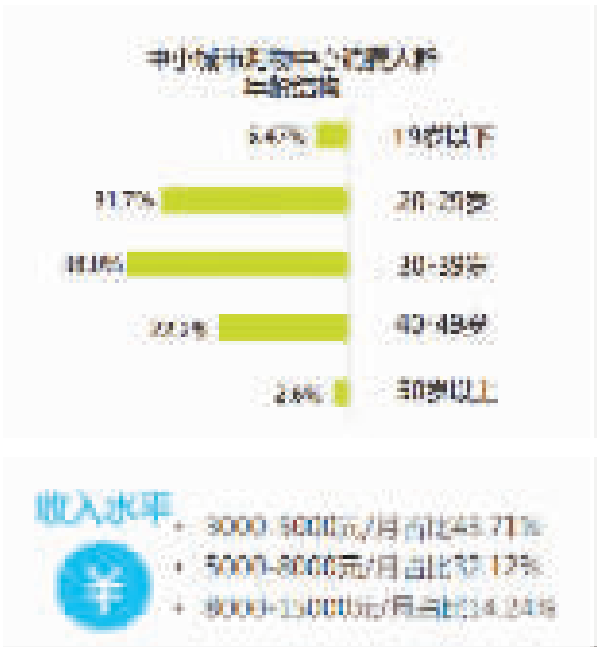
这样一个消费市场的实体商业该怎么做?借《孙子兵法》中的一句话,“国之大事,不可不察也。”那么,这个消费群体的年龄段、消费偏好、购买力究竟如何?市场潜力有多大?什么样的品牌、商品、模式适合这个市场呢?

12月7日,艾瑞咨询与恒太商业管理有限公司联合发布《2018中小城市消费者研究》。这份行业首个针对中小城市消费群体的报告,将告诉您近12亿人的实体商业生意该怎么做?

中小城市的实体消费主力是那些人？

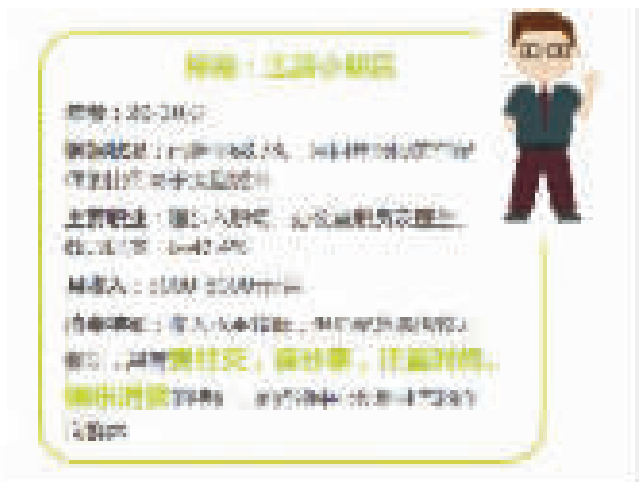
相比大型城市的白领阶层,中小城市青年群体居住开支较低,物价相对便宜,实际可支配收入相对更高,已成为消费市场的主导力量和消费升级的主力群体。

从中小城市购物中心消费人群年龄结构来看,20岁到49岁的年龄群体占到了总消费份额的近91%。而他们的收入大多处于3000元至8000元,本科学历超过半数,7成已婚。



成家后愿意到购物中心消费

报告将中小城市购物中心的主力消费群体分为“工薪小职员”和“白领新中产”两类,而他们的已婚率分别为68.7%和90.7%。



中小城市的人比大城市更有“闲”消费

愿意到实体购物中心消费的前提有两个——“有钱”和“有闲”，而数据表明,中小城市的年轻人比大城市更有闲。

35%的中小城市居民一周工作时间31-40小时,低于一线城市(56%)和二线城市(47%);在工作时间大于41小时的区间,中小城市同样低于一二线城市;相反,中小城市居民工作时间21-30小时的占比,高于一二线城市。



中小城市消费者偏爱传统黄金首饰

风俗惯性在中小城市顽强地保留了下来,如今各地还有重金彩礼风俗,中小城市尤为明显。黄金在三四线城市渗透率超越大城市,常选首饰也是老牌黄金镶嵌类品牌。

