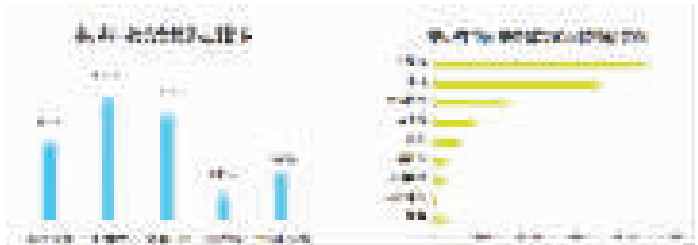


中小城市最爱吃“本地菜+川湘菜”

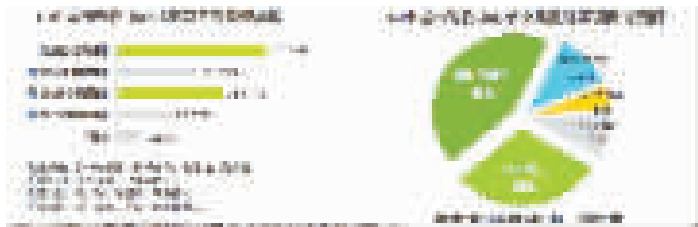
从统计上看，“性价比”和“口味”仍是中小城市餐饮消费首要关注点，因此，“本地菜+川湘菜”格局很难被打破。日餐与韩餐尚可在中小城市有一席之地，而东南亚餐饮难以被中小城市消费者认同，消费者会尝试新式菜品，但是很难培养新的饮食习惯。



小朋友的“钱”在中小城市更好赚

从调查看，二胎政策的实施，使中小城市的新生儿增长率高于大城市。此外，消费结构的升级、育儿观念的转变、新零售模式的崛起，使儿童、母婴行业的发展迎来更多推力，母婴市场充满机会。从2016年开始，出生人口出现大幅度增加，人口红利将得到进一步释放。

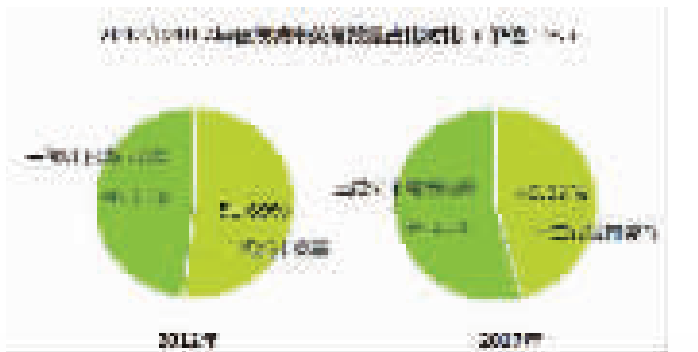
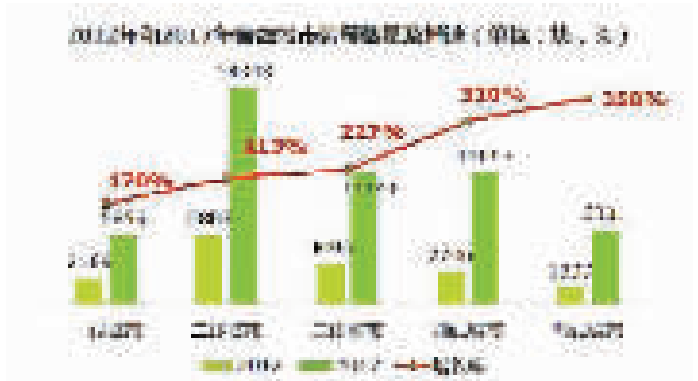
未来的母婴市场将逐渐拓宽到中小城市。数据显示，在一线城市，虽然母婴市场比例占据不多，但是一线城市的父母对于母婴品牌有一定的品牌要求，并不是所有的母婴品牌都可以在一线城市占据一席之地的，反而在三四五线城市，使得更多的母婴品牌有了发展的空间，竞争虽然激烈，但是，优质的品牌依然可以俘获消费者的内心。



在中小城市看电影的人将越来越多

统计显示，三四五线城市电影银幕数量已超过一二线城市，表明看电影这一娱乐活动在中小城市已经成为主流。

从电影荧幕数量来看，二线城市电影银幕数量遥遥领先于其他城市，截至2017年年底共有银幕18343块，约为五线城市数量的3倍；但三四五线城市银幕增速明显快于一二线城市，相较于2012年，三四五线城市银幕数量分别增加了2.27倍、3.10倍和3.50倍，成为各大院线新增银幕的重点区域。



中小城市仍然深爱K歌

因可替代娱乐形式不断增多，KTV整体业态向衰，但仍是中小城市大众娱乐消费的主力。

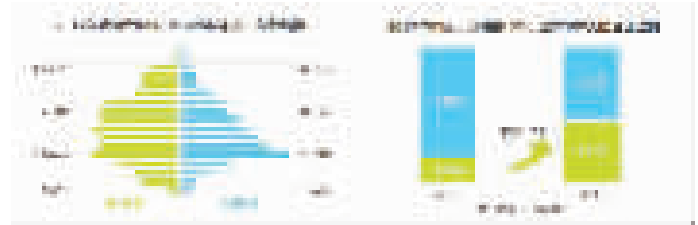


穿和吃仍是中小城市主要的消费项目



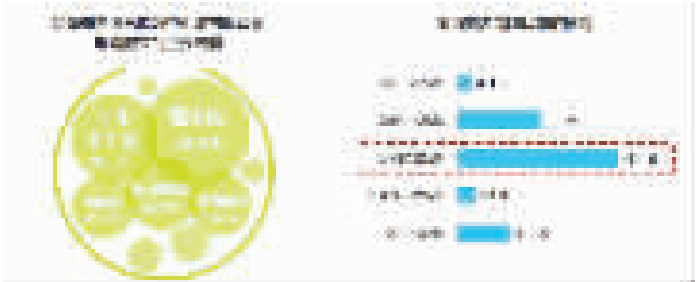
中小城市消费者正在越来越有钱

目前，我国中小城市相比大型城市在年龄结构上更加平均，未来十年内，来自三四线城市的中产阶级，将成为占比增长最快的群体，购物中心需要更加贴近各个年龄及阶层消费者需求。



中小城市爱“国货”

中小城市消费者服装品牌观念升级，对国内一线品牌需求增大。



购物中心还是交通方便最要紧

中小城市消费者选择购物中心时，更关注购物中心通达性与物业服务。

