

消费快速增长、品牌纷纷布局，曾经“默默无闻”的三四线城市以及大量县城市场今天炙手可热——

“五环外”市场究竟有多大？

本报记者 李婕



“家里变化真是太大了。”申澳不久前回了趟位于江苏北部县城的老家，他发现，县城商业街上竟然在新建万达商业广场，像星巴克这样曾经距离遥远的时尚消费品牌也来到身边。“这是以前从来没有想过的。”他说。

类似变化近年来频繁出现在中国三四线城市及以下地区。与这些区域商业景观的变化相呼应，“五环外的市场”成为热词。这个以北京五环环城高速公路为比喻的说法，喻示着中国一二线及中心省会城市之外更广阔的市场空间。这些市场正在发生怎样的转变？为何突然炙手可热？未来又将在中国消费版图中扮演怎样的角色？



▼电商下乡让老乡把优质农产品卖出去，也买来更多心仪的商品。图为安徽巢湖的南瓜电商村。

王初摄
(人民视觉)

►贵阳大围山仁石阡县苏宁易购旗舰店，居民正在选购家电。

苏宁易购供图



藏在小城镇的万亿生意

——不论是电商平台还是实体品牌，都在三四线城市及以下地区频频发力，将触角深入到中国更底部的市场

营销“下沉”正成为越来越多大品牌的发展重心。从前，定位于“中高端”“时尚”“潮流”的消费品牌基本都在一二线城市抢市场、夺眼球。现在，这些品牌纷纷加速在中小城市布局。不少在北上广工作的人发现，远在县城的老家不仅有了肯德基、星巴克的门店，商场里也卖起了戴森吹风机、蔻驰包，超市里同样找到进口食品，而一些进口豪车品牌也会时不时来做推广。

除了大品牌的到来，另一大变化就是电商更发达，网购的人更多了。

老家位于海南五指山某乡镇的马园说，以前海南总被商家列为“不包邮”的“偏远地区”，但现在“包邮”越来越多了。随着镇上快递公司物流点的增加，物流价格下来了，买东西更方便。

大品牌的下沉和网购的普及在同时进行，背后不同人群的消费需求也就都有相应的出口。“对收入偏低的人群来说，拼多多等平台兴起，让他们购物有了更丰富的选择；对收入较高的人群来说，以前需要代购的高端产品，现在身边也能买到了。”申澳说。一个线上一个线下，二者同时发力，激活着中小城市以及县城的消费。

与许多居民的感受相一致，近年来，不论是电商平台还是实体品牌，都在三四线城市及以下地区频频发力，将触角深入到中国更底部的市场。

电商平台苏宁易购发现，中国县镇人口占总人口比重近70%，3C、家电等行业至少有40%的份额集中在此，市场规模约9000亿，存在着巨大的消费潜力。为此，苏宁易购开始布局，在线上推出“苏宁拼购”，在线下打造“零售云”，前者在三四级市场客户的占比和渗透率已突破50%，后者到今年5月已有全国苏宁易购“零售云”加盟店3000家。

“客人在哪里，我们就去哪里”，高档化

细品五环外市场

市场格局快速变化

- **实体品牌纷纷布局**
万达广场、星巴克、兰蔻等曾经集中在一二线城市的品牌开始在越来越多的中小城市及县城出现。
- **线上线下快速发展**
2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%。2018年，乡村市场消费品零售额比上年增长10.1%，增速高出城镇市场1.3个百分点，乡村市场占社会消费品零售总额的比重为14.5%，比上年提高0.3个百分点。
- **消费类产品市场广阔**
在城市，2018年全国冰箱、空调、洗衣机、吸油烟机、电热水器的更新量分别占当年各自内销量的比重84.2%、57.1%、75.3%、62.7%、61.4%，更新换代需求占据主导。受城乡发展不平衡的影响，家电产品在县以下家庭的普及率仍不足，特别是空调、热水器、吸油烟机等产品普及率有待提升。其中农村居民每百户家庭拥有空调52.6台，拥有微波炉17.3台，吸油烟机20.4台。

后续增长动力强劲

- **农村居民收支增速长期高于城镇居民**
2018年农村居民人均消费支出比上年增长10.7%，比城镇居民人均消费支出增速高3.9个百分点；农村居民人均可支配收入比上年增长8.8%，比城镇居民人均消费支出增速高1个百分点。
- **消费环境不断改善**
交通、物流、网络、销售、渠道等提升改进空间大，带动消费作用更明显。

未来还需“补短板”

- **工业品“下沉”困难、商品品质和门店服务相对落后、有针对性的升级类供给不足等问题仍待改善。**

资料来源：国家统计局、商务部、中国家用电器协会

妆品品牌兰蔻也早已深入中国三四线城市。这一趋势在近几年愈发明显，2011年，兰蔻在中国共有135家门店，分布在56个城市；到2018年，门店数量272家，覆盖城市115个。“三四线城市存在更多有助于兰蔻成长的机会。”兰蔻中国品牌总经理马晓宇对本报记者表示，三四线城市的拓展不仅带来了业绩，也带来了更多新的客人。

这并非个别品牌的特例，在全国市场上，三四线城市及以下地区也占据着越来越重要的位置。以有数据可查的城乡对比来看，据国家统计局统计，2018年，乡村市场消费品零售额比上年增长10.1%，增速高出城镇市场1.3个百分点。同时，商务部数据显示，2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%，发展迅猛。接下来很长一段时间，作为“五环外市场”突出代表的县镇市场、农村市场将成为重要的增长点。

有大把机会的潜力市场

——不少品牌在这些市场收获颇丰，收入的增长、基础设施和消费环境的完善推动消费快速跑

市场为何会有这样的转变？曾经近乎“默默无闻”的“五环外市场”为何成了商家关注的焦点？

不妨先以城乡市场对比来看一组数据。2018年，中国有城镇人口8.3亿，乡村人口5.6亿，但乡村市场占社会消费品零售总额的比重仅为14.5%。在城镇市场尤其是一二线城市发展相对充分的情况下，未来消费增长的潜力空间相当部分倚赖更广阔的四级及乡村市场。

不少品牌的实践得到了积极回应。马晓

宇说，到2011年，一二线市场已经趋于饱和，兰蔻面临的挑战是下一步的发展和成长。他们发现，三四线及以下城市虽然体量相对较小，但消费者对美的追求和一二线城市并无差异，这些地区存在更多机会。随后，兰蔻开始向三四线城市拓展。“现在回头看，这给兰蔻在中国市场的绩优表现奠定了强大基础。”马晓宇说。苏宁易购零售云县镇店则实现了快速普及，仅去年一年内就新增2000多家，遍布全国29个省级行政单位，超过2000个县镇。

是什么在支撑这些地区人们的消费？收入的增长无疑是重要因素。

仍以城乡来看，国家统计局数据显示，2018年中国城镇居民人均可支配收入39251元，比上年增长7.8%；农村居民人均可支配收入14617元，比上年增长8.8%。在农村居民收入增长持续快于城镇居民等因素带动下，2018年农村居民人均消费支出比

上年名义增长10.7%，比城镇居民人均消费支出增速高3.9个百分点。北京大学光华管理学院市场营销系教授符国群认为，农村居民人均收入起点低，边际消费倾向比城市居民高，即农村居民收入增长1个百分点带来的消费增长远远高于城市居民收入增长1个百分点带来的消费增长。因此，随着收入水平的不断提高，乡村消费未来将是增长看点。

此外，基础设施和消费环境的完善极大促进了消费的发展。

让马园印象深刻的是从五指山到海口高速的开通、乡镇公路的联结和快递的发展几乎同步发生。“交通基础设施建设对农村电商影响很明显。”她说。符国群认为，农村基础设施和消费环境如水电路、交通、电力、销售渠道建设等提升和改进的空间比较大，这方面的投资会直接带动消费。很多产品如智能手机、热水器、空调、汽车等在城市接近饱和，但在县镇及农村市场仍处于高速增长期，具有很大增长潜力。

仍待深耕的未来之“星”

——消费潜力有可观的挖掘空间，但四六级市场存在的基础设施薄弱、工业品下行困难、商品品质和门店服务相对落后等问题仍待改善

那么，如何进一步激发消费潜力？三四线城市及以下地区的消费还需要解决哪些问题？

“县城和农村市场的消费潜力和提升空间是一二线城市无法相比的，但是相应的，四六级市场也面临着种种问题，如基础设施薄弱、农产品上行难、工业品下行难、商品品质和门店服务较一二线城市相比有很大差别等。”苏宁易购零售云集团总裁助理刘怀力说。

以物流基础设施来说，仍有许多乡村地区不在物流辐射范围之内，这就导致农村商品“出不去”，城市的商品“进不来”，城乡贸易的畅通存在问题。近年来，许多企业着手参与低线城市物流的打造。例如，截至去年底苏宁物流及天天快递打造快递网点27444个，物流网络覆盖全国351个地级城市、2858个区县城市。

政府部门也在展开行动。商务部部长钟山表示，未来要进一步扩大乡村消费，推动“农产品进城、工业品下乡”。通过农产品进城，提高农民收入，增强消费能力；通过工业品下乡，让农民能够买到质优价廉的工业品。同时，还要开展城乡高效配送专项行动，打通“农产品进城、工业品下乡”的“最后一公里”。

借助互联网和大数据的力量，更多商家正着力解决以往经营中的痛点问题。刘怀力举了个例子：过去县镇小店的运营效率之所以高不起来，很大程度上是因为需要店家判断市场行情、提前备货，但一旦预测不准，货物容易砸在手里。如今，他们可以借助苏宁易购零售云进行精准预测，同时实现大件商品先销后采，零库存运作，有效降低经营成本。

在不少企业看来，对于三四线城市及以下地区消费市场的开拓才刚刚开始。马晓宇说，相比中国那么多对高档化妆品有消费能力的客人来说，兰蔻的客人规模还只是冰山一角。低线市场的消费潜力绝不容忽视，他们都是极具潜力的消费者，未来还有可持续发展的增长。

苏宁一再强调，中国县镇市场有着巨大的消费潜力，当前国家政策也创造了良好的机遇。企业还将持续把更多中高端产品和优质服务带到更广阔的市场，满足消费者日益多元化的消费需求。

从南方、华东方向进京航班将累计节省30—40分钟

大兴机场航班延误将有效减少

本报北京电（记者赵展慧）北京大兴国际机场全面建成已进入倒计时。记者近日从民航部门了解到，大兴机场投入使用后，旅客将享受更便捷的空中和地面体验，航班延误也将有效减少。

作为进驻大兴机场最大的基地航空公司和亚洲最大的航空公司，南航在大兴的基地项目将于今年6月30日与大兴机场同步竣工，于9月底同步投入使用。届时从南方和华东方向进出大兴的南航航班空中飞行、地面滑行阶段，相比首都机场可累计节省时间30—40分钟。

首先是空中飞行时间可节约15—20分钟。南航运行指挥中心副总经理胡海青介绍，大兴机场位于北京大兴与河北廊坊交界，地理位置和空域结构决定了其独特优势：起飞降落不需经过北京市区，不用绕行，遇到雷雨天大风等天气时更容易改航，减少航班延误和取消率。同时，大兴机场三纵一横的跑道布局先进科学，跑道距离停机位很近，飞机无论从哪一条跑道起降所需的地面滑

行时间都能最短，相比首都机场，可让南航飞机地面滑行时间再节省15—20分钟。

此外，旅客进出机场时间以及转机耗时也将更少。大兴机场凤凰展翅的外形，五条指廊中心放射的设计方式，可以更好地缩短旅客的步行距离。搭乘大兴国际机场国际航班的旅客，从进候机楼到登机仅需约20分钟，与首都机场T3航站楼相比，可节约近40分钟。大兴国际机场MCT（最短中转衔接时间）设计水平世界领先。预计国际转国内和国内转国际均只需60分钟，与首都机场T3航站楼相比，可分别节约时间1小时和30分钟。此外，大兴国际机场航站楼共设置了6个与A380巨大机型相匹配的停机位，让旅客能够分层快速登机。

在北京大兴国际机场，南航集团将拥有40%的时刻资源，承担起大兴国际机场40%航空旅客业务量，东航集团拥有30%的时刻资源，其余航空公司合计拥有30%的时刻资源。

连续15天360小时全部使用清洁能源供电——

青海启动“绿电15日”

本报西宁电（记者王梅 原辑录）自6月9日0时至23日24时，青海启动连续15天360小时全部使用清洁能源供电，所有用电均来自水、太阳能以及风力发电产生的清洁能源。青海此举在去年“绿电9日”的基础上，再次刷新世界纪录。

目前，青海全省电源装机达到2975万千瓦，同比增长12.7%。其中新能源装机达到1391万千瓦，占比达46.7%，成为省内第一大电源。“绿电15日”期间，预计全网日最大负荷850万千瓦，日最大用电量1.94亿千瓦时。同时，火电最小出力较去年“绿电9日”再降22%，降低至20万千瓦运行，仅占全网发电出力2%，为新能源消纳腾出更多空间。

据悉，“绿电15日”期间，青海电网在试点开展共享储能市场化交易基础上，持续实践共享储能为新能源提供调峰服务模式，预计扩大午间时段光伏消纳电量150万千瓦时。调动需求响应，省内157万千瓦负荷参与

峰谷时段互换“绿色套餐”活动，预计日增加光伏消纳电量110万千瓦时。“绿电15日”期间，预计将达成30亿千瓦时交易电量，通过市场化交易方式送往外省的电量达到11亿千瓦时。

记者了解到，国网青海电力同步首次发布“绿电指数”。初步探索以科学量化评价绿色电力发展水平，涵盖电力生产、传输、消费全过程。具体包括1个一级指标、3个二级指标和31个三级指标。一级指标，即“绿电指数”，综合评价电力清洁化程度，绿电指数越高代表电力越清洁。二级指标对应电力生产、传输、消费三个环节，确定为“绿电开发”、“绿电共享”、“绿色生活”三个指标。三级指标从资源开发利用效率、消纳水平、电网传输效率和各类排放情况等多个维度对绿色电力发展水平和质量进行综合测评。通过“绿电指数”的对比分析，可为青海清洁能源可持续发展提供重要参考。