



內地消費市場格局正發生顯著變化。今年第一季京滬社會消費零售總額錄得同比下降，超一線城市消費承壓。不過，隨着縣城商業軟硬件水平快速升級，輔以鄉村振興政策密集頒布，內地三四線城市及縣鎮和農村市場消費潛力爆發，日益取代高線城市，成為外資品牌眼中「最靚的仔」。2024年，星巴克(Starbucks)在欠發達地區有更高增長率；近期，日本便利店羅森(LAWSON)「爆改」縣城夫妻店；日系品牌優衣庫(UNIQLO)「擁抱」胖東來等，顯示外資品牌在內地下沉市場漸入佳境。

●香港文匯報記者 章蘿蘭 上海報道

# 下沉商機

## 縣城成消費新藍海 外資零售商湧三四線市

# 羅森「收編」夫妻店

# 優衣庫入駐胖東來



●為吸引縣城夫妻店加盟，日資羅森小店開出零元加盟費優惠，加快發展下沉市場。



◀優衣庫借助胖東來融入「熟人社會」。圖為位於胖東來天使城的優衣庫新店。

二線及以下城市、縣鎮與農村地區的市場，通常被稱為下沉市場。國際諮詢機構沙利文早前發布一份研究報告指出，下沉市場人口佔內地整體人口約七成，零售市場規模量約是高線城市的4倍。麥肯錫預測，到2030年，中國66%個人消費增量都將來自縣城。內地下沉市場的消費潛力已露端倪，國家統計局最新數據顯示，今年1月至4月，鄉村消費零售額達21,412億元(人民幣，下同)，同比增長4.8%，增速高於城鎮。

### 日本羅森發現「熟人社會」商機

精緻小資便利店代表羅森，正在粵閩及重慶、成都等西南市場，推出「羅森小店」輕量級加盟模式加速發展。內地下沉市場線下零售業態中，近七成以上的展業形式為夫妻店(指無統一管理，由1人至2人進行自主經營的單體小店)，如毛細血管般深入街頭巷尾。700萬家夫妻店，貢獻了整個零售渠道40%的出貨量。目前，羅森這家日本便利店巨頭正積極「收編」這支龐大的「散兵」隊伍。

「羅森小店」面積約為20至50平方米，商品結構與羅森便利基本一致，但在門店面積、投入成本、加盟模式和商品結構上更為靈活。已開業的夫妻店是羅森小店的主要「翻牌」對象，其加盟門檻最低至4萬元(含加盟費、保證金及改造費)，為標準店成本的九分之一，店舖商品毛利全額歸屬加盟商，而羅森標準店的加盟則需將毛利中的5%至30%分配給羅森公司。羅森粵閩地區官網顯示，加盟商若在今年末前將店舖更換羅森小店招牌，加盟費0元；6月前更換，氛圍改造費全額補貼。

著名社會學家費孝通在其著作《鄉土中國》曾總結，現代社會是由陌生人組成的社會，各人不知道各人的底細，鄉土社會則是「熟人社會」，從熟悉得到信任。內地鄉鎮市場上由街坊鄰居或者同村人經營的夫妻店，天生自帶「流量」。夫妻店熟人客群穩固，在此意義上，羅森通過「收編」已開業的夫妻店布局「羅森小店」，不僅降低品牌進入下沉市場的成本，還能高效利用夫妻店現成的客群基礎。

### 口碑營銷在下沉市場更重要

央視市場研究(CTR)總經理、中國信息協會市場研究業分會副會長虞堅在接受香港文匯報採訪時表示，品牌在拓展下沉市場時，不能僅依賴在高線城市採用的傳統營銷策略，而應格外重視當地的文化特質。「下沉市場其實是人情社會，熟悉的老闆娘推薦化妝品、母嬰產品，或是來自當地知名人士的建議，往往是消費者做出購買決定的重要參考，口碑營銷在下沉市場特別重要。」

在胖東來所在地河南許昌，日系品牌優衣庫告別「單打獨鬥」，積極融入「熟人社會」商業法則。優衣庫在內地下沉市場起步較早，內地已擁有900多家門店，覆蓋超過200座城市。深耕下沉市場多年，優衣庫在一系列經驗、教訓中摸爬滾打，最新提出要加強精細化區域經營。今年5月，開業於2016年的優衣庫河南許昌首店閉店，約兩週後，重新選址許昌胖東來天使城的優衣庫新店開業。

「小縣城或鄉鎮中，大家基本相互認識，一個品牌如果能做出好口碑，就會迅速口口相傳。比如消費者信任胖東來，還會在此購買黃金、和田玉等商品，客單價大大高於主營米面糧油的傳統商超，令胖東來整體營收高過眾多地域覆蓋更廣、門店數量更多的零售商。」虞堅認為，若深耕下沉市場的品牌能夠獲得消費者信任，即便在中國很「卷」的零售市場中，也大有可為。

▲央視市場研究(CTR)總經理、中國信息協會市場研究業分會副會長虞堅表示，口碑營銷在下沉市場特別重要。



## 大城市颯「最炫縣城風」

過去，京滬等一線城市被視為消費潮流風向標。現在，低線城市的消費習慣開始反向影響一線城市，小鎮青年愛吃的菜品，引領內地潮流。

### 星巴克在欠發達地區增長更快

脈策科技首席經濟學家、國家信息中心數字中國研究院副院長陳沁通過某支付平台線下消費數據計算歷年「爆款菜品」發現：「創造爆款菜品最多的城市，從一線城市，變為二線城市，而二線城市和一線城市一樣是下降的，可能會在不久的未來將引領菜品潮流的桂冠讓給三線城市。」

陳沁又舉例說，2022年，瑞幸咖啡在人均GDP相對較低的區縣增長更快，星巴克則在人均GDP相對更高的地方增長更快。到2024年，星巴克在欠發達的地區有更高的增長率，瑞幸咖啡則在發達地區增長變快。

「近年，高客單價品牌更傾向於在發達地區擴張的模式被打破了，取而代之的是反向的模式——越便宜的品牌，越傾向於在發達地區開店。背後是「縣城基因對一線城市的逆向改造」，小鎮青年用極致性價比與根植於本土的產品創新，重構都市消費。」

起步於河南鄭州、今年在香港完成上市的低價茶飲蜜雪冰城，即是「逆向改造」的典型商業案例。數年前，當雪王之歌「你愛我，我愛你，蜜雪冰城甜蜜蜜」在社交媒體大流行的時候，絕大多數上海人還從來沒有聽聞過這個品牌，更對「2元甜筒」、「3元檸檬水」的低價感到難以置信。但之後，隨着蜜雪冰城新店在上海快速鋪開，從CBD白領到學生黨均折服於高性價比，「拜倒」於雪王麾下。



●星巴克在三四線城市有更高的增長率。圖為位於福建晉江的星巴克咖啡店。

## 縣鄉市場與人情世故 吸引逾九成品牌搶攻

內地近年落實《縣城商業三年行動計劃(2023-2025年)》，推動供應鏈、物流配送、商品和服務下沉以及農產品上行，提出目標，到今年建立縣域統籌，以縣城為中心，鄉鎮為重點，村為基礎的農村商業體系。反觀一線城市正在歷經消費結構轉變「陣痛期」。經過幾十年高速增長後，一線城市消費市場相對飽和，加上人口慢變量影響，京滬老齡化水平遠超全國水平，外來人口流入也在減少。今年1月至4月，北京和上海社會消費品零售總額同比下降3.7%和0.3%。

### 物流成本縮減利商品進入

「部分商品對老年消費者缺乏吸引力，商家賣貨難度增加，且一線城市對

人口規模有所控制，人口慢變量將令部分消費品增長面臨較大挑戰。」央視市場研究(CTR)總經理、中國信息協會市場研究業分會副會長虞堅認為，一線城市消費結構發生變化，供給端應設法逐漸適應新人口結構帶來的消費需求。在此背景下，越來越多的商家積極致力於「下沉」，「加上近年來縣城交通設施持續完善，物流成本大為縮減，商品進入小縣城、小鄉村越來越方便，下沉市場因此成為九成以上品牌的重要戰略。」

### 依賴實體場景銷售具優勢

虞堅還提到，與一線城市相比，下沉市場的消費者在生活方式上有很大的差別，前者每日在通勤上耗費大量時間，可能只有周末才有空在線上消費；

## 「反向數字游民」催熱縣城咖啡館經濟

城市消費格局變化與人口流動密切相關。近年「反向數字游民」興起，帶動縣城咖啡館火爆。星巴克、瑞幸、庫迪等品牌加速下沉，在縣城、鄉鎮鋪設店面。上海咖啡館數量雖一直領跑全國，但據最新發布的《2025中國城市咖啡發展報告》顯示，2024年上海地區咖啡門店總數為9,115家，比2023年的9,553家有所下降，這是近年來上海咖啡館數量首次下降。

### 吃老家的飯賺北上廣的「米」

「『不是世界玩不起，而是老家更有性價比』。曾經在別人的老家尋找曠野的他們，回到家鄉縣城成為反向游民。」三聯生活實驗室發布的網絡熱文中，這樣描述一位「數字女兵」的生活：「曾經北漂8年，在大理數字游民2年的Stella，去年也結束大理生活，回到老家山東膠州了。起初，剛回老家，Stella也有些水土不服，『畢竟離家十年，反倒有種異鄉人的感覺。』但是老家的咖啡館，讓Stella迅速找回當『數字女兵』的感覺，『每天準時去咖啡館上鐘，節假日飛出國玩，平時接京滬的活兒，我的工作就是廣告製片，老家就有機場，去哪兒出差都方便。』

回到老家的咖啡館，成為一種高性價比的自由活法。越來越多的年輕人，選擇回到縣城做自由職業，以至於縣城咖啡館還衍生出了會議室。「以前回家叫啃老，現在叫『地理套利』，賺北上廣的米，吃老家的飯，才是經濟學最優解。」

## 以伊衝突升級 港股料將低開

香港文匯報訊(記者 周紹基)中東局勢升溫，美國介入以伊衝突，美股缺乏方向，在美國上市的港股預託證券(ADR)普遍下跌，預計今日港股將低開約180點，下試23,000點水平支持位。本周焦點，包括周二至周四在天津舉行的夏季達沃斯論壇，以及美國聯儲局主席鮑威爾在周三就其半年度貨幣政策報告作證詞陳述。此外，本周美國還有一系列經濟數據公布，例如首季實際GDP年化季環比終值、石油庫存、耐用品訂單環比初值、製造業採購經理人指數等。惟分析師認為，中東局勢才是近期左右大市的最大力量，投資者現階策略宜以風險控制為主。

### 市場避險情緒恐繼續升溫

本周舉行的夏季達沃斯論壇是以「新時代企業家精神」為主題，會議設置「解讀全球經濟」、「中國展望」、「新能源與材料」等五大主題，特別增設人工智能論壇，探討內地AI發展路徑。論壇吸引來自全球1,500餘位政商學界領袖參與，參會人數創近年新高。國家發改委國際合作司副司長陳帥日前表示，透過本屆

論壇，內地將向國際社會展現堅持高水平對外開放的積極姿態，與世界共享中國式發展的機遇和紅利。市場預期，論壇或有助提振新經濟及新能源板塊的表現。

股票分析師協會主席鄧聲興指出，近期中東戰火點燃，緊張局勢帶動通脹壓力，並加劇市場對關稅的隱憂，美國「下場」介入以伊衝突，若不能短期內解決問題並停火，勢必令全球金融市場面臨巨大挑戰，避險情緒會繼續升溫。

### 國際資金或將繼續流入高息股

他認為，今年港股市場已見逐步復甦，國際資金階段性回流，IPO市場表現亦亮眼。隨着多隻大型明星新股表現優異、內地政策支持、中概股回港上市，以及有望加強中東和東盟國家的資金聯繫，港股應維持有好表現。但目前全球經濟和地緣政治不確定性增多，延續複雜緊張趨勢，特別是美國介入以伊衝突令市場的不明朗因素增大，或打擊市場投資氣氛。在全球資本市場動盪下，穩健的高股息公司「防守性」較強，鄧聲興預期，國際資金或將繼續流入本港高息股，建

議投資者在採取偏向保守的策略之餘，不妨留意高息股及相關ETF的投資機會。

耀才證券研究部總監植耀輝表示，恒指上周一周計累跌1.5%，科指跌逾2%，顯示整體大市氣氛有點疲軟，這主要受制於中東亂局，令大市在24,000點前無力再上，相信短期恒指又會回歸早前，即在23,000至24,000點窄幅上落。

### 耀才：美減息空間相當有限

他指出，由於美國已經正式插手中東戰事，亂局有機會無限升級，但觀乎市場反應現時尚算冷靜，故呼籲股民須密切留意事態發展。另外，美國聯儲局最近在議息後維持利率不變，由於美國有跡象顯示，今年GDP增速有下調情況，同時核心PCE卻見上調趨勢，以此來看，美國的減息空間相當有限。至於美國向全球加徵關稅的90天寬限期，將在不足兩週後期滿，但美國財長早前曾指關稅寬限期可以延期，對市場來說是件好事。惟植耀輝憂慮，關稅一天未落實，聯儲局就無法評估經濟前景及息口走向，故他相信至少在今年內，美息將會按兵不動。

## 投資市場本周留意事項

| 日期      | 事項   |
|---------|--|
| 周一(23日) | 美國、英國、德國、法國、日本、印度及歐盟均公布其PMI數據                  |
| 周二(24日) | 天津舉行為期3日的夏季達沃斯論壇                               |
| 周三(25日) | 美國聯儲局主席鮑威爾就其半年度貨幣政策報告作證詞陳述<br>本港公布進出口數字及貿易收支   |
| 周四(26日) | 美國公布首季實際GDP年化季環比終值、5月份庫存、耐用品訂單環比初值、最新首次申領失業金人數 |
| 周五(27日) | 美國公布5月核心PCE物價指數                                |

製表：香港文匯報記者 周紹基