

中國內銷城市概覽



中國內銷城市概覽

二零零九年

香港灣仔港灣道1號會展廣場辦公大樓38樓

電話：(852) 1830 668 傳真：(852) 2824 0249

電子郵件：hktdc@hktdc.org 網址：<http://www.hktdc.com>

香港貿發局研究部

首席經濟師

梁海國

副首席經濟師

邱麗萍

助理首席經濟師

何達權、潘永才

高級經濟師及經濟師

黃醒彪、陳永健、周祐生

徐樂恒、凌寶鋒、馬穎德、曾詩韻

翻譯編審

趙惠儀

高級編輯及編輯

張結鳳、鍾馬田

中國商務顧問

譚思洛

© 2009 年香港貿易發展局版權所有，未經本局同意，
不得翻印本書全部或部分內容。

香港貿易發展局在編寫本書時，已力求資料正確無誤，
倘其中有任何錯誤之處，本局恕不負責。

《中國內銷城市概覽》表達的意見，並不一定代表香港
貿易發展局的立場。

參加駿達會員服務，可定期收閱本局其他研究刊物，

查詢請電：(852) 1830 668。

每本訂價：港幣 200 元

前 言

中國內地城市化發展迅速，促使品牌商向全國大中城市擴張，拓展區域或全國銷售網絡。在此之前，香港貿發局已在內地眾多城市中，按一套科學化的標準選取了 30 個消費市場最具實力的城市¹。為了進一步提供更多個別城市商業環境的背景資料，供有意拓展內地市場的企業作為參考，方便進行考察及計劃業務，貿發局在這 30 個城市的基礎上，再選擇了 20 個城市，收集了它們相關的商業環境資料，如消費者特點、主要商圈介紹、和消費數據等，匯集成書，方便查閱。

在選擇 30 個消費市場最具實力的城市時，採取了不同的步驟和指標（如消費品零售總額、人均零售額、人均生產總值和人均存款等），不單反映了各市零售規模和消費層次，還在各市凝聚附近地區購買力方面作了比較。

在已選出的 30 個城市中，若要在其中分別各城市的開發優先次序，可以再比較各城市的市場規模（消費品零售總額）和消費能力（人均零售額）。結果顯示北京、上海、廣州和深圳這些城市，它們的市場規模和人均零售額皆逾全國平均值+3 個標準差²，其他包括南京、武漢、杭州和瀋陽的市場規模和人均零售額皆逾全國平均值+2 個標準差。天津、蘇州、青島、無錫、濟南、長沙、寧波、大連、鄭州、佛山、重慶和成都等城市的市場規模和人均零售額皆逾全國平均值+1 個標準差。因此，本書便羅列了這 20 個在市場規模和人均零售額皆逾全國平均值+1 個標準差以

¹ 參閱香港貿發局出版的《進軍中國市場—貿發局首選 30 城市》(2009 年 3 月)。

² 標準差(SD)是統計學的指標，量度一群數據彼此之間的差異。例如一組城市，若它們質素參差，有些零售額極高，有些極低，它們零售額的標準差會較大。標準差具體量度一群數據平均來說和該群數據自己的平均值相距多遠。若一個數值高於整體的平均達一個標準差，即代表其約在 100 之中排名頭 16。若高於整體數據的平均達兩個標準差，即代表其約在 100 之中排名第 3。高於平均數 3 個標準差的數值，就屬首屈一指的。

上的城市，作為港商進軍內地市場的起始參考。

本書在介紹各市的商業情況時，除了一些基本數據如經濟概況、零售規模及增長、人均收入及支出結構等資料外，還分析了當地的消費者特點、零售渠道的發展及該市主要商圈情況的介紹，目的是把最基本的資料羅列，使本書成為認識不同城市作為消費市場的一本實用參考書。為提高其實用性，本書還提供了各市主要商圈位置的示意圖和部分商場/百貨公司的地址，方便讀者到當地考察，以捕捉當地市場氣氛。

目 錄

第一章 上海	1
1. 上海經濟概況	1
2. 上海市消費市場狀況	2
3. 上海市消費者行為特點	8
4. 市內零售管道的發展	10
5. 上海市內主要商圈介紹	12
附錄	18
 第二章 北京	 25
1. 北京經濟概況	25
2. 北京市消費市場狀況	26
3. 北京市消費者行為特點	31
4. 市內零售管道的發展	34
5. 北京市內主要商圈介紹	37
附錄	42
 第三章 廣州	 47
1. 廣州經濟概況	47
2. 廣州市消費市場狀況	48
3. 廣州市消費者行為特點	53
4. 市內零售管道的發展	57
5. 廣州市內主要商圈介紹	60
附錄	64
 第四章 深圳	 68
1. 深圳經濟概況	68

2. 深圳市消費市場狀況	69
3. 深圳市消費者行為特點	73
4. 市內零售管道的發展	77
5. 深圳市內主要商圈介紹	80
附錄	85
第五章 天津	89
1. 天津經濟概況	89
2. 天津市消費市場狀況	91
3. 天津市消費者行為特點	95
4. 市內零售管道的發展	99
5. 天津市內主要商圈介紹	100
附錄	106
第六章 武漢	110
1. 武漢經濟概況	110
2. 武漢市消費市場狀況	111
3. 武漢市消費者行為特點	116
4. 市內零售管道的發展	121
5. 武漢市內主要商圈介紹	123
附錄	128
第七章 南京	134
1. 南京經濟概況	134
2. 南京市消費市場狀況	136
3. 南京市消費者行為特點	140
4. 市內零售管道的發展	143
5. 南京市內主要商圈介紹	146
附錄	152

第八章 成都	156
1. 成都經濟概況	156
2. 成都市消費市場狀況	158
3. 成都市消費者行為特點	161
4. 市內零售管道的發展	163
5. 成都市內主要商圈介紹	165
附錄	168
第九章 杭州	171
1. 杭州經濟概況	171
2. 杭州市消費市場狀況	173
3. 杭州市消費者行為特點	177
4. 市內零售管道的發展	179
5. 杭州市內主要商圈介紹	182
附錄	187
第十章 蘇州	190
1. 蘇州經濟概況	190
2. 蘇州市消費市場狀況	192
3. 蘇州市消費者行為特點	195
4. 市內零售管道的發展	198
5. 蘇州市內主要商圈介紹	200
附錄	205
第十一章 瀋陽	208
1. 瀋陽經濟概況	208
2. 瀋陽市消費市場狀況	210
3. 瀋陽市消費者行為特點	214
4. 市內零售管道的發展	217

5. 瀋陽市內主要商圈介紹	219
附錄	223
第十二章 青島	227
1. 青島經濟概況	227
2. 青島市消費市場狀況	229
3. 青島市消費者行為特點	232
4. 市內零售管道的發展	236
5. 青島市內主要商圈介紹	239
附錄	244
第十三章 無錫	249
1. 無錫經濟概況	249
2. 無錫市消費市場狀況	251
3. 無錫市消費者行為特點	254
4. 市內零售管道的發展	257
5. 無錫市內主要商圈介紹	258
附錄	261
第十四章 濟南	264
1. 濟南經濟概況	264
2. 濟南市消費市場狀況	265
3. 濟南市消費者行為特點	269
4. 市內零售管道的發展	273
5. 濟南市內主要商圈介紹	275
附錄	279
第十五章 長沙	283
1. 長沙經濟概況	283

2. 長沙市消費市場狀況	285
3. 長沙市消費者行為特點	289
4. 市內零售管道的發展	292
5. 長沙市內主要商圈介紹	294
附錄	298

第十六章 寧波 303

1. 寧波經濟概況	303
2. 寧波市消費市場狀況	305
3. 寧波市消費者行為特點	310
4. 市內零售管道的發展	313
5. 寧波市內主要商圈介紹	316
附錄	321

第十七章 大連 325

1. 大連經濟概況	325
2. 大連市消費市場狀況	326
3. 大連市消費者行為特點	330
4. 市內零售管道的發展	333
5. 大連市內主要商圈介紹	335
附錄	340

第十八章 鄭州 344

1. 鄭州經濟概況	344
2. 鄭州市消費市場狀況	346
3. 鄭州市消費者行為特點	350
4. 市內零售管道的發展	353
5. 鄭州市內主要商圈介紹	354
附錄	359

第十九章 佛山	363
1. 佛山經濟概況	363
2. 佛山市消費市場狀況	365
3. 佛山市消費者行為特點	369
4. 市內零售管道的發展	372
5. 佛山市內主要商圈介紹	374
附錄	378
 第二十章 重慶	 382
1. 重慶經濟概況	382
2. 重慶市消費市場狀況	384
3. 重慶市消費者行為特點	389
4. 市內零售管道的發展	394
5. 重慶市內主要商圈介紹	397
附錄	401

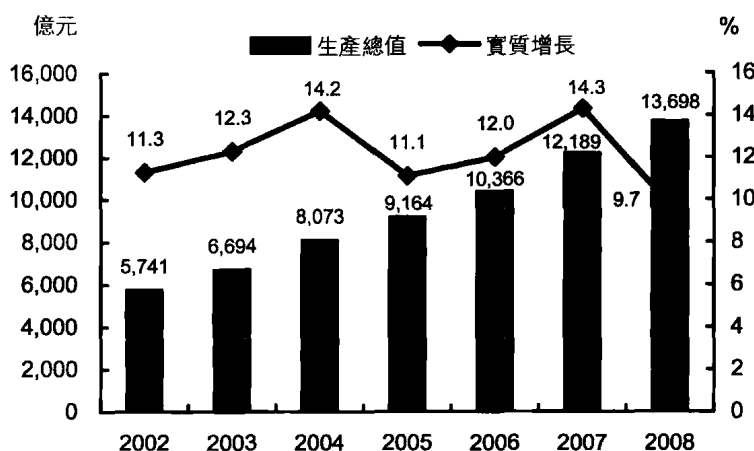
第一章 上海

1. 上海經濟概況

1.1 宏觀經濟概況及發展規劃

2008 年上海的生產總值達到 13,698 億元¹，同比增長 9.7%，約佔全國生產總值 4.6%。上海的其他主要經濟指標如社會固定資產投資，進出口，實際使用外資，社會消費品零售總額等，在中國三大經濟地區（長三角地區、珠三角地區、環渤海地區）核心城市中均居於首位，並擁有較強的輻射能力，能帶動周邊城市的經濟增長。2007 年上海的人均地區生產總值是 66,367 元，也是全國省和直轄市地區中最高的。

上海近年生產總值



資料來源：上海統計年鑒 2008，上海市統計局公報

¹ 文中貨幣單位均為人民幣，除非另有說明。

上海是長三角的經濟核心。2009 年 4 月，國務院發布了關於《推進上海加快發展現代服務業和先進製造業建設國際金融中心和國際航運中心的意見》，將採取措施，加快推進上海國際金融中心和國際航運中心建設，大力發展金融業、航運業等現代服務業和先進製造業，率先轉變經濟發展方式。

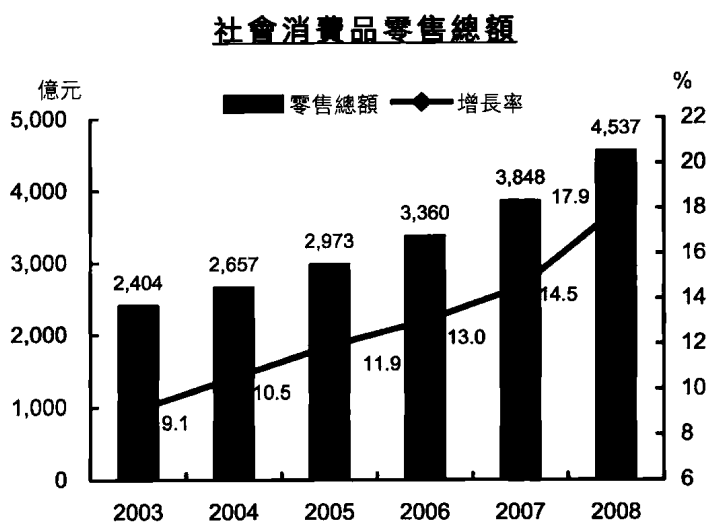
雖然受到全球經濟放緩的影響，2010 年在上海舉行的世界博覽會仍然是上海發展的亮點，對於提振市場信心，推進參展各國技術和文化交流和可持續發展都有重要意義。到時為期半年的展覽更會吸引國內外遊客到訪，加快長三角和全國的旅遊業和零售業發展，帶動消費。

上海比以往更積極地發展總部經濟，吸引國內外企業設立總部。截至 2008 年底，在上海設置總部的國際企業有 676 家，其中 224 家是區域總部，178 家投資性公司和 274 家研發中心。60 間在《財富》雜誌 500 排行榜上的跨國公司就在上海設立了地區總部。除了已經建立起的六大中央商務區(CBD)——人民廣場、南京西路、淮海路、陸家嘴、徐家匯和虹橋，普陀也開始重點發展成為中央商務區。

2. 上海市消費市場狀況

2.1 零售增長狀況

上海消費市場的增長，若以零售額為指標，過去數年均在不斷加速。在 2008 年，上海社會消費品零售總額則達 4,537 億元，同比增長 17.9%，代表著上海市的整體購買力及商品市內銷售在持續增長。



資料來源：上海統計年鑒 2008

從 2003 到 2007 年，上海的主要消費品銷售量隨著城市發展和人口日益富裕不斷增加。當中一些代表著現代家居生活，以至中產消費模式的產品，在近年均錄得較快的增長，例如汽車、熱水沐浴器、電腦、脫排油煙機、鋼琴和移動電話。

這種趨勢也反映在居民家庭耐用消費品擁有量近幾年的轉變，當中如健身器材和鋼琴的平均擁有量仍相對其他產品為低，但近年有明顯上升，反映部分上海家庭已由一些傳統產品開始轉向更為現代化，更注重生活和子女培育，以至較為中產的消費模式。

主要消費品零售量

	2003	2004	2005	2006	2007
皮鞋（萬雙）	2,257	2,438	2,733	3,086	3,448
化妝品（億元）	36.07	40.74	47.71	54.54	67.7
照相機（萬架）	32.21	34.64	37.33	40.75	45.52
彩色電視機（萬台）	111.96	117.79	127.49	136.49	146.12
洗衣機（萬台）	51.17	56.12	64.58	70.84	76.21
家用空調器（萬台）	80.76	108.37	120.0	118.51	143.23
攝像機（萬架）	4.08	5.11	5.99	6.55	7.08
電冰箱（萬台）	47.48	52.54	58.42	65.16	72.26
汽車（萬輛）	7.84	8.91	9.08	9.55	11.04
金飾品（億元）	30.52	33.17	39.95	48.23	58.53
微波爐（萬台）	55.98	60.21	66.25	68.77	73.86
熱水沐浴器（萬台）	31.38	35.21	40.54	45.14	50.71
電腦（台）	184,665	199,267	220,551	242,472	266,758
脫排油煙機（萬台）	23.43	27.62	34.83	39.18	43.25
鋼琴（台）	4539	3766	5338	6203	7311
移動電話（萬台）	130.43	165.96	186.47	230.29	251.1

資料來源：上海統計年鑒 2008

平均每百戶城市居民家庭年末耐用消費品擁有量

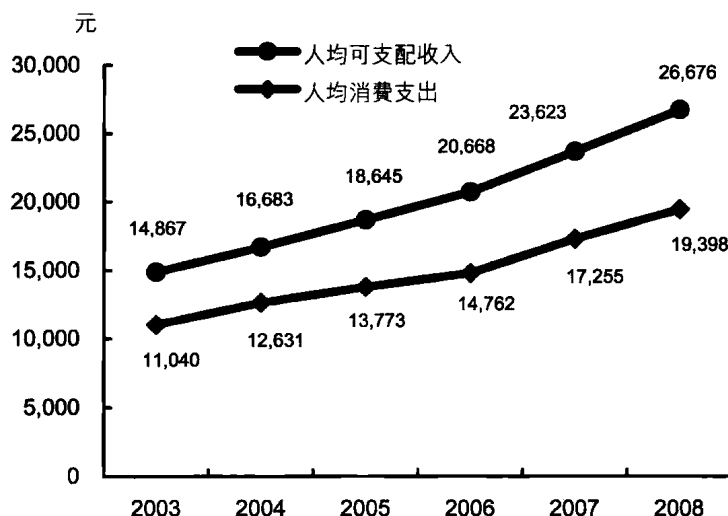
	2000	2007
彩色電視機（台）	147	183
照相機（架）	71	89
家用電腦（台）	26	104
健身器材（台）	6	10
移動電話（部）	29	217
鋼琴（架）	3	6
組合音響（台）	32	52
家用空調器（台）	96	189
洗衣機（台）	93	98
電冰箱（台）	102	103
熱水沐浴器（台）	64	96
微波爐（台）	78	96

資料來源：上海統計年鑒 2008

2.2 人均可支配收入與消費支出

在 2007 年，上海市城市居民家庭人均可支配收入和消費支出都是長三角地區中最高的。城市居民家庭人均可支配收入是 23,623 元，其中高收入戶人均可支配收入更達到 47,149 元。2007 年人均消費支出則是 17,255 元，高收入戶的人均消費支出更達到 30,820 元。

上海城市居民家庭人均可支配收入及消費支出



資料來源：上海統計年鑒 2008，上海市統計局公報

隨著收入增加和基本物質條件充裕，近年上海家庭花費在食品的開支比例在下降，而其他服務性的支出如交通、通信及娛樂等環節則有上升。按照人均消費支出的總平均 17,255 元，當中最主要的消費雖仍是在食品，但所佔比例已由 2000 年的 44.5% 下降至 2007 年的 35.5%，交通及通信所佔比例則分別上升至 12% 和 6.2%。

	2000 年人均消費 支出總平均 (元)	佔總消費 支出 (%)	2007 年人均消費 支出總平均 (元)	佔總消費 支出 (%)
消費支出	8,868		17,255	
食品	3,947	44.5	6,125	35.5
交通	375	4.2	2,079	12.0
通信	384	4.3	1,075	6.2
教育	585	6.6	1,204	7.0
文化娛樂	702	7.9	1,450	8.4
居住	794	9.0	1,412	8.2
衣著	567	6.4	1,330	7.7
家庭設備 用品及服務	683	7.7	959	5.6
醫療保健	501	5.6	857	5.0

資料來源：上海統計年鑒 2008

2.3 不同行業平均報酬

不同行業收入差距頗大，2007 年，上海市內從業人員的平均報酬最高為金融業，平均達 94,674，最低為居民服務業，平均為 18,287 元，當中從業人員比數最大的製造業和批發零售業平均報酬分別是 30,700 元和 24,001 元。

從業人員*平均報酬及人數

2007	從業人員平均報酬 (元)
農、林、牧、漁業	21,550
採礦業	51,745
製造業	30,700
電力、燃氣及水的生產和供應業	62,716
建築業	30,361
交通運輸、倉庫和郵政業	40,763
資訊傳輸、電腦服務和軟體業	73,799
批發和零售業	24,001