

选址分析报告

5A选址法

- ✓ 市场理想性评估
- ✓ 销售推动评估
- ✓ 位置点评估
- ✓ 区域竞争评估
- ✓ 区域客群评估

位置范围

OAO茗茶汇（润泽金园店）周边1000米

客单价范围

人均消费分析值：100-300元

行业

零售-超市/日杂-烟酒茶叶

行政区

汕头市-潮阳区

数据来源

基于数位店铺级精准客流监测数据，结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析

报告生成时间

2023年12月17日13:57:47

结合自有数据与高德百度等第三方数据源，精准度高达90%，高于行业平均水平；数据更新比实际情况滞后，存在浮动误差

数据更新于2023年10月01日

01. 市场理想性评估

- 区域特征
- 商业成熟度
- 交通便利性
- 市政规划

02. 销售推动评估

- 类型分布
- 距离分布

03. 位置点评估

- 聚客点分析
- 人流动线分析

04. 区域竞争评估

- 直接竞争
- 间接竞争
- 相似销售推动
- 供需平衡点

05. 区域客群评估

- 客群画像
- 人群消费能力
- 消费偏好

根据5A选址法，从市场理想性、销售推动、位置点、区域竞争和客群画像5个维度分析，评估开店位置成功的可能性

选点综合评分

★★★★☆ 3.9

4.5-5分：最佳店址，除非租金过高导致财务测算无法盈利，否则要力争拿下

4.1-4.4分：良好店址，经财务测算可盈利的情况下，不要放过这个一等好店址

3.5-4分：一般店址，除非租赁条件非常优质，或财务测算的投资回报率短，否则不建议拿下

2.1-3.4分：较差店址，店址条件低于标准，要非常小心，不要冒风险，宁可放弃

0-2分：很差店址，可放弃本店址



市场理想性评估 ----- 3.8分 一般

销售推动评估 ----- 4.2分 良好

位置点评估 ----- 4.2分 良好

区域竞争评估 ----- 3.4分 较差

区域客群评估 ----- 4.1分 良好

3.8

选址位置区域的市场潜力良好

综合评测得分 (满分5分)

区域特征：当前区域商业氛围浓厚，客流量大

商业成熟度：不错（选址位置区域的商业成熟度略优于周边）

交通便利性：一般

市政规划：目前该片区暂无市政规划

目的

评定市场理想性是基于位置的销售潜力和进入此区域的必要性，判断一个好位置是否有充裕的客人。

准则

首先确定地区的类型偏向，再从区域特征、商业成熟度、交通便利度、市政规划4个角度展开剖析。

综述

区域特征

商业成熟度

交通便利性

市政规划

1. 判断区域的特征与倾向，有利于选址决策
2. 当前区域商业氛围浓厚，客流量大

住宅区

47个

密度高于周边 

65.9%

写字楼

2个

密度低于周边 

50.0%

商业区

3个

密度高于周边 

3.5倍

居住人数

6.8万人

密度高于周边 

88.0%

办公人数

1117人

密度低于周边 

33.6%

客流量

29.6万人次

密度高于周边 

98.6%

周边区域：当前区域向外扩大1倍半径，如右图所示
 密度对比：与周边区域的密度对比（密度=数量/面积）
 客流量：一个月内每天未去重的平均客流人次
 居住人数：不包含工厂、学校类型数据



当前区域

6%

4%

90%

周边地区

2%

12%

86%

商业区

写字楼

住宅区

综述

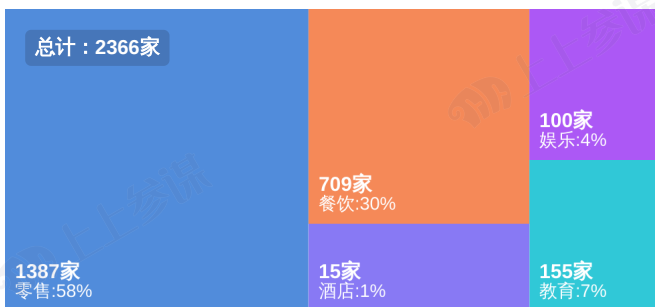
区域特征

商业成熟度

交通便利性

市政规划

1. 业态类型总数与周边区域持平，业态分布的广度与周边区域相仿。店铺密度高于周边区域4.4倍，业态分布的深度，优于周边区域
2. 当前区域业态以零售为主。娱乐、餐饮氛围比周边区域浓厚。教育比重高于平均水平，该区域可能倾向于文化教育



(零售1387家 / 餐饮709家 / 教育155家 / 娱乐100家 / 酒店15家)

店铺数量

2366家

密度高于周边4.4倍 🍷

业态类型

42个

与周边持平

当前区域

4% 1% 7% 30% 58%

周边区域

4% 2% 6% 25% 63%

■ 娱乐
 ■ 酒店
 ■ 教育
 ■ 餐饮
 ■ 零售

1. 与周边对比分析店铺总数和业态类型，评估区域商业的相对成熟度
2. 周边说明：选址点核心圆外同等半径的圆环区域

综述

区域特征

商业成熟度

交通便利性

市政规划

1. 交通线路的覆盖情况是影响自然客流的重要因素。当前区域公交线路覆盖量为21条，地铁线路为0条

2. 距离最近公交站9米

30个

公交站

21条

公交线路

0个

地铁站

0条

地铁线路



5分钟 到最近公交站
附近没有地铁站

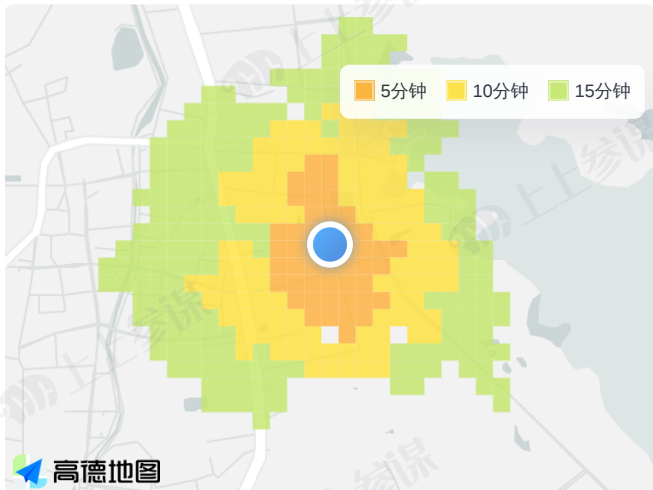


1小时 到最近火车站
1小时+ 到最近机场

等时圈分析

等时圈是指从所选地点出发，以某种交通方式（步行，骑车，公共交通，驾车）在特定时间内能到达的距离覆盖的范围

下图展示步行5分钟、步行10分钟、步行15分钟触达的区域



15分钟生活圈：指的是步行15分钟可达范围内，是否有较完善的住房、商业、公共服务、交通、医疗等方面的基本设施。






综述

区域特征

商业成熟度

交通便利性

市政规划

大类	小类	15分钟步行圈
 交通	公交站	9个
	地铁站	0个
 生活	住宅	10个
	餐饮	33个
	超市	9个
	便利店	23个
 娱乐	商业区	0个
	娱乐场所	3个
	运动健身	0个
	公园	0个
 教育	幼儿园	6个
	小学	0个
	中学	3个
	培训机构	25个
 医疗	综合医院	0个
	社区医院	0个
	药店	15个

目前暂未获取该区域的市政规划信息，持续补充中。

市政规划是把双刃剑，需结合店铺的短期和长期目标，完成利益分析。
市政规划类型包含：轨道交通、商场、综合体、学校、住宅写字楼等等

可从各城市的政府门户网站，查证市政规划详情。

重点考察以下信息：

- 1、市政规划类型
- 2、市政规划名称
- 3、预计完工时间

4.2

选址位置300米内潜在客群来源场景丰富，且分布均匀

综合评测得分（满分5分）

类型分布：销售推动的主力是商业区

距离分布：分布均匀，商业区客群集中且辐射能力强

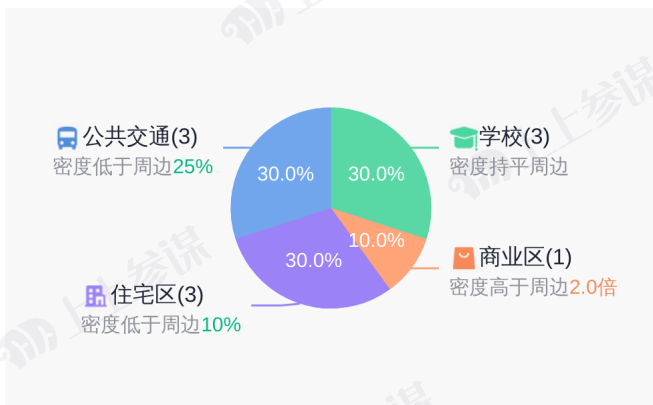
目的

销售推动是指潜在顾客来源的场景，分析客群来源场景，挖掘区域内潜在顾客类型

准则

1. 客群来源场景类型：住宅区、写字楼、商业区和公共交通，种类越多，其客群来源场景越丰富
2. 店铺离潜在客群越近，可见性越好，具有吸引更多顾客的可能性

1. 店址300米范围内，客源的销售推动有4种类型共10个
2. 销售推动的主力是商业区，人群偏好是餐饮、娱乐、服饰、化妆品、珠宝等



商业区 (1个)

序号	名称	距离(米)
1	东山生活广场	214

住宅区 (3个)

序号	名称	距离(米)
1	润泽金园	74
2	东山花园	151
3	和泰家园	166

公共交通 (3个)

序号	类型	名称	距离(米)
1	公交车站	东山花园(公交站)	9
2	公交车站	东山公园(公交站)	226
3	公交车站	潮阳一中(公交站)	271

学校 (3个)

序号	名称	距离(米)
1	东东幼儿园	108
2	潮阳实验幼儿园(东山园)	223
3	潮阳天华幼儿园	227

展示选址位置300米内占比最高的客群来源场景，并根据距离升序显示各类前五，更多潜在客群分析的数据咨询服务，请联系微信：SW-Color

综述

类型分布

距离分布

店址300米范围内潜在客群的来源场景距离分布均匀，商业区客群集中且辐射能力强



POI数量	商业区	住宅区	写字楼	公共交通	学校	医院
100米以内	-	1	-	1	-	-
100-200米	-	2	-	-	1	-
200-300米	1	-	-	2	2	-

1. 店铺离潜在客群越近，具有吸引更多顾客的可能性
2. 周边说明：选址点核心圆外同等半径的圆环区域

4.2

得分较高，位置点在汕头市属于上乘水平，客流密集，辐射范围广

综合评测得分 (满分5分)

聚客点分析： 500米内Top3聚客点：供电局(公交站)、新百佳购物广场、潮阳中山路口(公交站)

人流动线分析： 在优质商圈的推荐位置点开店可获得最佳的人流输入

目的

分析选址位置500米内的人流聚集地及主要人流动线，洞察选址位置是否具备优势，并推荐最佳位置

准则

1. 好的位置应位于人流聚集区并在人流动线上
2. 根据行业大数据，最优的2个人流动线分别为：往返商业区和公共交通

500米内Top3聚客点：供电局(公交站)、新百佳购物广场、潮阳中山路口(公交站)，类型为：零售、交通设施服务



序号	名称	类型
1	供电局(公交站)	交通设施服务
2	新百佳购物广场	零售
3	潮阳中山路口(公交站)	交通设施服务

位于人流聚集地的店铺，具有更好的可见性。

根据数位线下大数据的人流动线分析，在优质商圈的推荐位置点开店可获得最佳的人流输入，店址在此位置上更有具有优势。



序号	推荐选址名称
1	振兴书店
2	净行天厨素菜馆(潮阳店)
3	麦当劳(东山公园生活广场店)

开店最好开在行人往来于重要销售推动之间，结合能见度、易接近性以及店铺吸纳顾客的能力能让顾客容易抵达、方便进入。

综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点

3.4

选址位置500米内的竞争环境适中

综合评测得分 (满分5分)

直接竞争：君亨(粤东办事处)、生隆茶行、国辉贸易

间接竞争：间接竞争店在该区域圈层中分别有6、39、37家，其中副商圈中占比最多，对新店造成的竞争适中，给整体经营氛围带来一定的拉力

相似销售推动：销售推动条件一般

供需平衡点：处于竞争未饱和阶段

目的

多维度分析选址位置500米内竞争环境和潜在客群，评估最终经营的投入产出比和投资回报周期

准则

同品类店铺具有相似的市场特性和潜在客群

综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点

君亭(粤东办事处)的竞争力最强，将会对您的店铺形成直接竞争



名称	易接近性
君亭(粤东办事处)	优
生隆茶行	优
国辉贸易	优
顺丰烟茶酒店	优
润恒茶业(和泰家园店)	优
满林香茶业	优
仙都茗茶	优

综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点

名称	易接近性
忠峰茶业	优
瑞兴茶业(中山东路店)	优
红玖汇(东山花园店)	优
玉琴茶叶店	优
肆拾玖坊	优
铭成茶庄	优
东一茶行	优
唯有佛手滴佛手茶	优
茅台王子酒奕汇商行(东山店)	优
奕汇商行	优
仁香茶厂凤凰单枞茶	优
岩棠茶叶+(东山店)	优
源兴酒行	优
映熹商行	优
逸轩鼻烟店	优
茶氏家族	优
东逸轩	优
润盛茶业	优
凤凰茶业	优
富苑酒业(宏盛豪苑店)	优
龙安茶行	优
哈尔滨啤酒	优
凤凰单枞(东山大道店)	优

顺丽茶业	优
烟茶酒	优
吴为茶业(润泽山庄店)	优
岩苑茗茶(润泽山庄店)	优
雨林古树茶	优
宋楼茶行	优
逸品茗香	优
汕头市·Sutea苏茶	优
御品茶缘	优
兴久岩茶(潮阳店)	优
宋梅茶行	优
大益茶(东山大道店)	优
润茗茶庄(中山中路店)	优
佳韵茗茶	优
彬佳酒行	优
阿五茶叶	优
都尚酒行	优
熹庆茗香旗舰店	优
丹泉茗茶(丹华花园店)	优
茅台王子酒-盟潮酒业	优
金润发茶行	优
恒成烟茶酒(丹华花园店)	优
法拉葡萄酒(丹华花园店)	优
雄记常养茶潮阳总经销	优

数位提供深度数据化服务，协助客户踩点选址位置区域
-消费者属性：消费能力，消费行为，年龄构成等

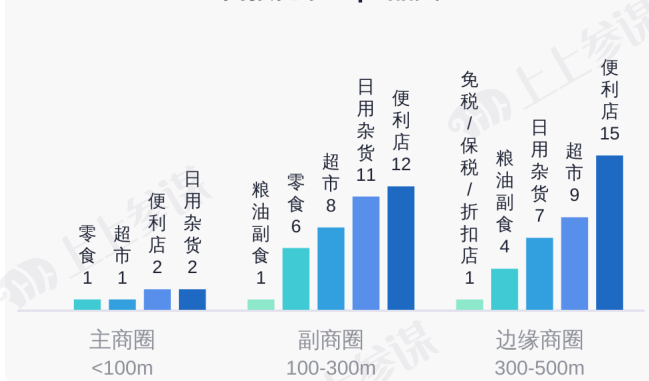
17/23

区域竞争评估

综述 直接竞争 间接竞争 相似销售推动 供需平衡点

间接竞争店在该区域圈层中分别有6、39、37家，其中副商圈中占比最多，对小店造成的竞争适中，给整体经营氛围带来一定的拉力

间接竞争Top5品类



步行和车行时间

序号	名称	步行时间
1	大通商行(东山花园店)	3分钟内
2	啤酒汇超市	3分钟内
3	合益商行	3分钟内
4	一定惠超市一中店	3分钟内
5	李记商行-中山东路店	3分钟内
6	零食1号	3分钟内
7	濠盛百货(和泰家园店)	3分钟内

17/23

区域竞争评估

综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点

序号	名称	步行时间
8	和隆商店	3分钟内
9	锦丰商行-东山分店	3分钟内
10	可爱多(和泰家园店)	3分钟内
11	泓发商行	3分钟内
12	达尔康日用品服务部(中山东路店)	3分钟内
13	金秋商店	3分钟内
14	东山130士多店	3分钟内
15	130商店	3分钟内
16	紫奕轩(润泽金园店)	3分钟内
17	20支-润泽金园店	3分钟内
18	昇晖商行	3分钟内
19	一号肉丸	3分钟内
20	东山	3分钟内

间接竞争2个来源：

-店铺销售与选址店铺相似的食品、商品或服务，只占其整个生意的一小部分

-店铺销售与选址店铺类似的商品，但是有不同的价格、质量水平或多样选择性。

18/23

区域竞争评估

综述 直接竞争 间接竞争 相似销售推动 供需平衡点

1. 直接竞争店都具有相类似的销售推动，距离住宅区、写字楼、商业区、公共交通较为便利，可使顾客方便进入店铺
2. 君亭(粤东办事处)的销售推动属性和数量都有领先优势，其中更高的交通便利性和易接近性都使其更易吸引客流

相似销售推动分布



18/23

区域竞争评估

综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点

相似销售推动

销售推动类型	数量	名称
住宅小区	4个	润泽金园、东山花园、和泰家园、东山教师住宅楼
商业区	1个	东山生活广场
公交车站	3个	东山花园(公交站)、东山公园(公交站)、潮阳一中(公交站)

直接竞争店铺与选址店铺之间主要的竞争客群来源集中在300米内重合的部分

19/23

区域竞争评估

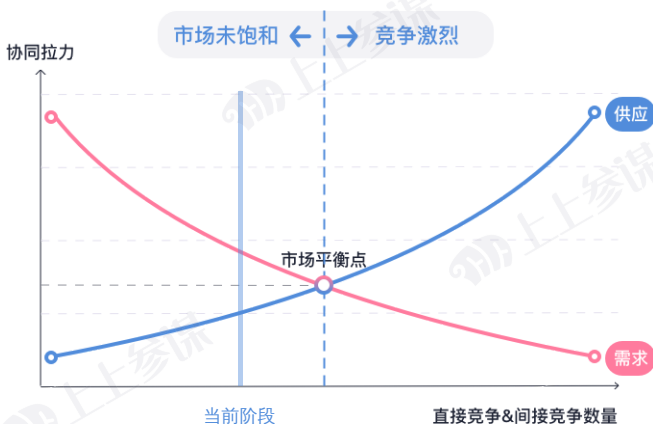
综述

直接竞争

间接竞争

相似销售推动

供需平衡点



按照市场饱和理论 (IRS)，只有在市场饱和度大于平均值的情况下才有可能在区域内开设店铺的可能，IRS是某区域某品类的市场饱和指数。

1. 低度到中度竞争有助于聚集顾客到经营区域，超过平衡点后，增加的竞争者会减少每家店的顾客数。
2. 综合供需平衡关系，该区域当前阶段还未达到市场竞争平衡点，直接竞争店和间接竞争店都在可行域内，新店可开在该片区。

20/23

区域客群评估

综述

客群画像

人群消费能力

消费偏好

4.1

得分优秀，区域客群评估在汕头市属于优秀水平

综合评测得分（满分5分）

人群消费能力：**对比行政区水平，消费能力较高**

消费偏好：**主要集中购物**

目的

分析选址位置区域内的人口数量、收入、年龄及性别，评估其消费能力，消费习惯，协助预测销售额以及新店选品

准则

1. 不同人群的消费偏好存在差异
2. 研究客流画像，评估选址店铺与周边人群匹配度

21/23

区域客群评估

综述

客群画像

人群消费能力

消费偏好

选址位置区域中男性居多，占比达50.5%，25-34岁占比最大

男：50.5%

女：49.5%

14.6%

15.1%

23.6%

23.4%

13.5%

9.9%

18岁以下

19-24岁

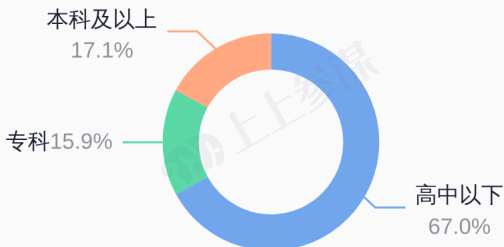
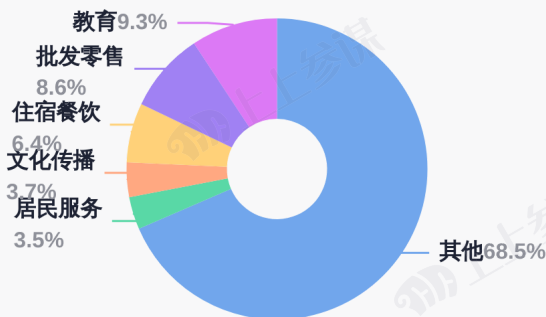
25-34岁

35-44岁

45-54岁

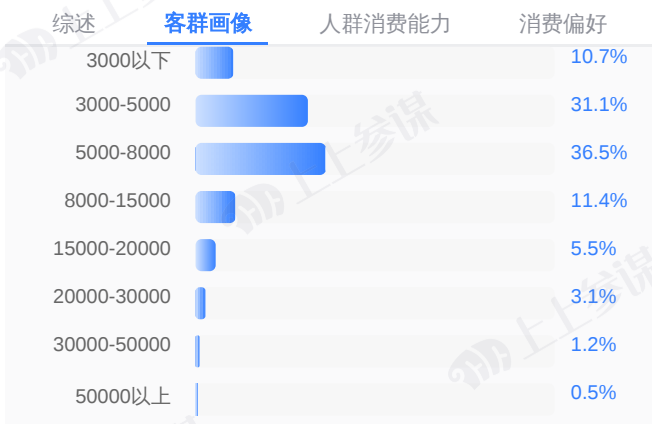
55岁以上

选址位置区域客群从事教育、批发零售居多

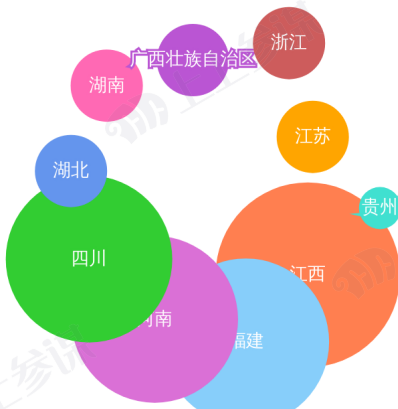


21/23

区域客群评估



除去选址所在省份人口占比结果后，选址位置区域内聚集更多的江西和福建人



22/23

区域客群评估

综述

客群画像

人群消费能力

消费偏好

1. 区域客群零售人均消费金额集中在人均50元以下
2. 选址店铺的零售消费区间为人均100-300元，高于平均水平

零售人均消费区间占比



消费能力指数

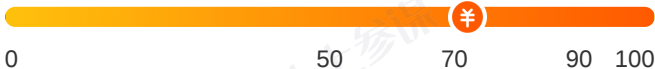
通过当前区域与行政区的各因素对比，计算消费能力指数，反映当前区域的消费能力（影响因素：到店消费、外卖消费、品牌、品类等等）

72.4

消费能力指数

消费能力较高

对比行政区水平



分值	消费能力
0-50分	较低
50-70分	中等
70-90分	较高
90-100分	高

23/23

区域客群评估

综述

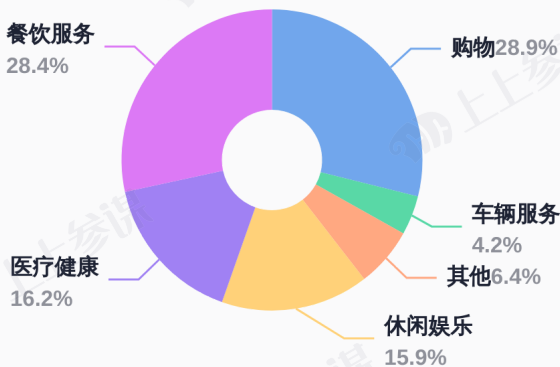
客群画像

人群消费能力

消费偏好

选址位置区域内客群偏好购物和餐饮服务消费

消费场景偏好



报告解读

报告解读热线 0755-28796279 请按2进入售后服务，请按3进入报告解读

关于数据

问 保证数据准确吗？

答 大数据产品服务是基于一定样本量的算法结果，上上参谋不保证用户在平台获得的任何信息、内容（包括但不限于流量趋势等）将是可靠、完整和没有错误的。由于数据产品服务的特殊性，在报告完成交付后，用户不得以前述理由要求平台进行退款。

关于城市

问 我想观察的城市不在APP所列的城市列表中，是否可以满足？

答 我们可以提供列表以外的其他城市（中国境内，港澳台除外）的观察。

关于观察范围

问 APP仅可选择0.5，1，2，3公里半径的观察范围，是否可以提供更多选择？

答 我们可以提供指定大小范围，以及指定店铺或品牌连锁店经营分析及诊断观察。

关于人群画像

问 除了APP提供的基础画像和偏好特征，我想了解更多的人群偏好？

答 我们在APP仅提供了必要画像，我们可以满足您对其他画像的需求，如餐饮偏好、零售偏好、运动偏好

店铺筛选
及评估

项目定位

营销分析

品牌网点
规划

品牌选址

商业体动
线分析

商业体品
牌招商

课题研究

数据来源：数位线下大数据