



选址赢家

MarketAnalyzer<sup>China</sup>  
GIS商业选址与商圈分析软件

# GIS与商圈分析

- 什么是GIS
- GIS的构造
- 商圈分析的作用
- GIS在门店分析中的用途
- 商圈的定义
- 商圈的设置
- 一般消耗品与耐用品商圈
- 了解商圈特性

Geographic Information System

地理信息系统



检验基于客观数据的假设  
把信息在地图上可视化展现  
把信息标准化

# GIS的构造

**地图数据**

道路·轨道  
海·河流  
行政界、网格

**商圈**

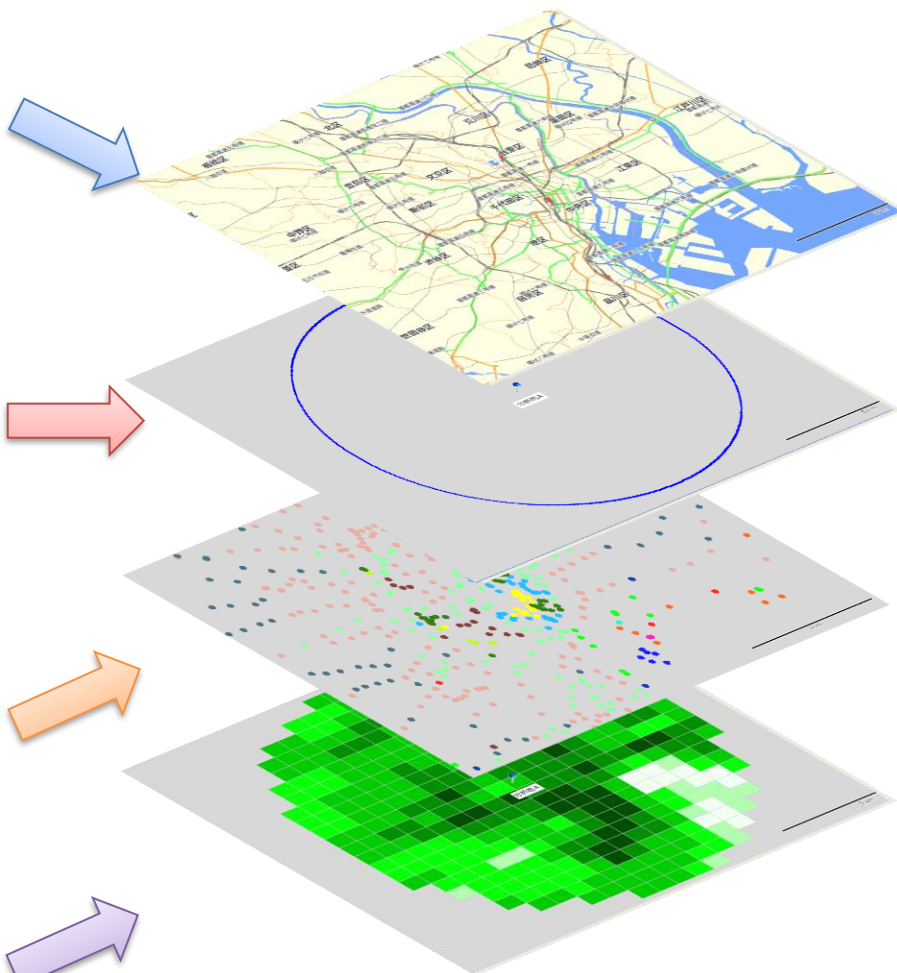
圆形·多边形  
汽车·地铁  
行政界、网格

**设施·客户**

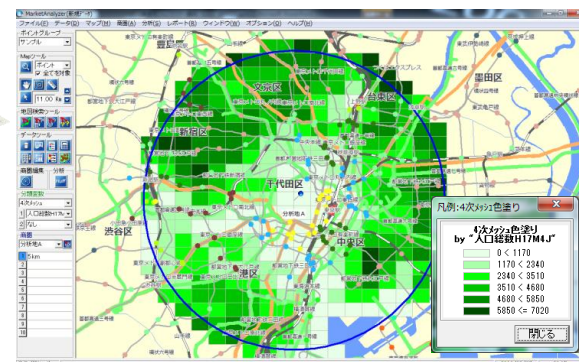
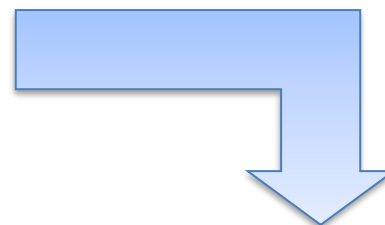
商业、竞争分布  
门店、客户分布

**统计数据**

人口普查  
常住人口  
人流数据



结合地图、公司内部数据、统计数据后在地图上可视化展现的系统。



**MarketAnalyzer™**

# 商圈分析的作用

掌握现状

把握市场

预测未来

比较

可视化!

分类

优先顺序

市场定位

测量效果

## 门店开发

- 新开店前的商圈调查
- 定义开店基准
- 预测销售额（哈夫模型 · 多元回归模型等）
- 开店余地区域排序

## 促销

- 客户分析（零售连锁）
- 选定促销区域
- 分析潜在客户

## 经营企划

- 已有店分析
- 业态转换
- 门店统合
- MD分析（门店聚类分析）

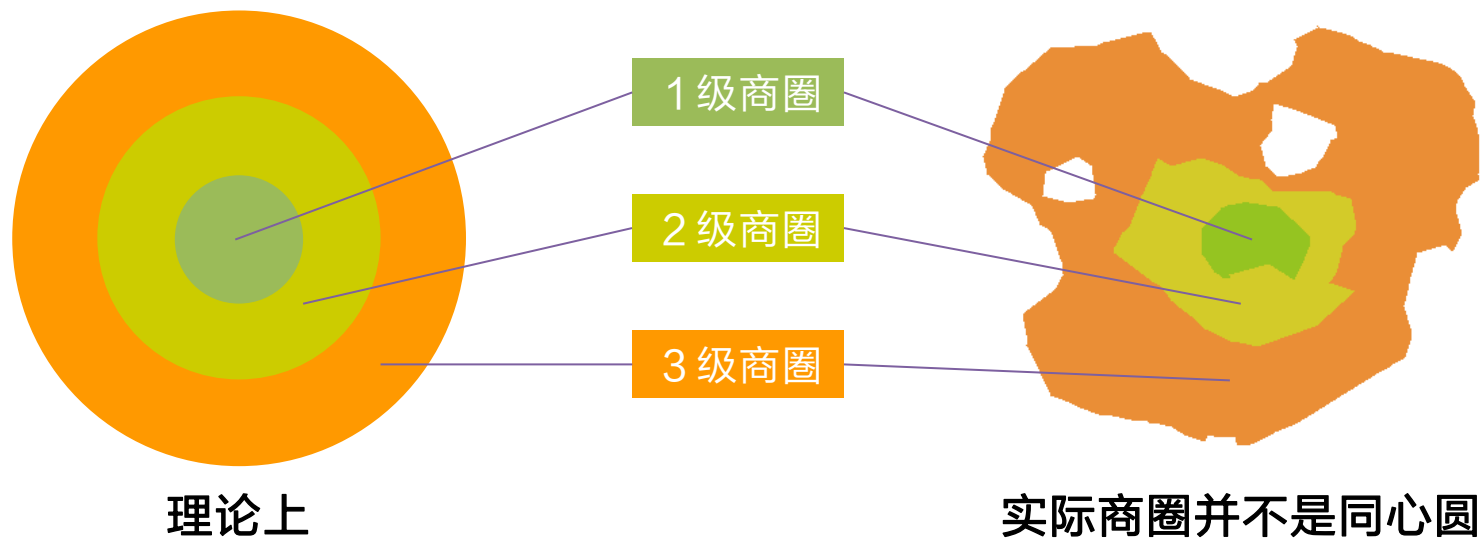
## ■ 单词的定义

- 客户及潜在客户居住的地理范围
- 单独或多个商业设施可聚客的地理范围

## ■ 商圈的设置范围

- 城市（地级市、县级市）
- 商业集散地
- 个别设施·门店

## 1级商圈 ~ 3级商圈



商圈的形状与优先顺序 · 重要度

## 【参考】一般消耗品的商圈

业态	商圈距离	商圈人口	备注
生鲜店	~500m	3,000人	步行·自行车10分钟左右
蔬菜水果店	~500m	3,000人	步行·自行车10分钟左右
药店	500m~1km	1万人以上	步行15分钟·自行车10分钟左右
小型超市	500m~1km	4,500人 (1,500户)	
便利店	~500m	3,000人 (1,000户)	半径500m内布满5家店
DGS	~500m	2万人以上	



## 【参考】一般耐用品的商圈

		商圈距离	商圈人口	备注
眼镜店	城区型	2km	2万人	交通便利性
	郊外型	5~10km	10万人	
鞋店		5~10km	5~10万人	沿道路两边 通行车辆在日1万台以上
玩具店	郊外型	5~10km	5~10万人	沿道路两边
书店	城区型	1~2km	3万人	沿道路两边是大原则
	郊外型	3~5km	5~10万人	
西装店	郊外型	10~15km	20万人	连接主干道的一般道边上
运动用品店	郊外综合型	10~15km	20~30万人	沿主干道两边 开车到达时间30分钟以内
GMS	城区型	10km	7~10万人	沿道路两边
	郊外型	10~20km	10~15万人	
DS	综合性	10km	20万人	沿主干道 大面积停车场
HC		~5km	3~5万人	停车位100台以上
百货店		50~80km	30万人~	

# 了解商圈特性

总人口与分年龄人口、户人口构成、居住 . . . 虽然有很多能表示商圈特性的数据，但太多反而会发生无法准确解释的情况。



2人户



4人户



用多视角来分析各种指标是非常重要的