

大数据在商业地产中的应用分享

主讲人：周像金

北京微瑞思创信息科技股份有限公司

新三板创新层 大数据行业供应商

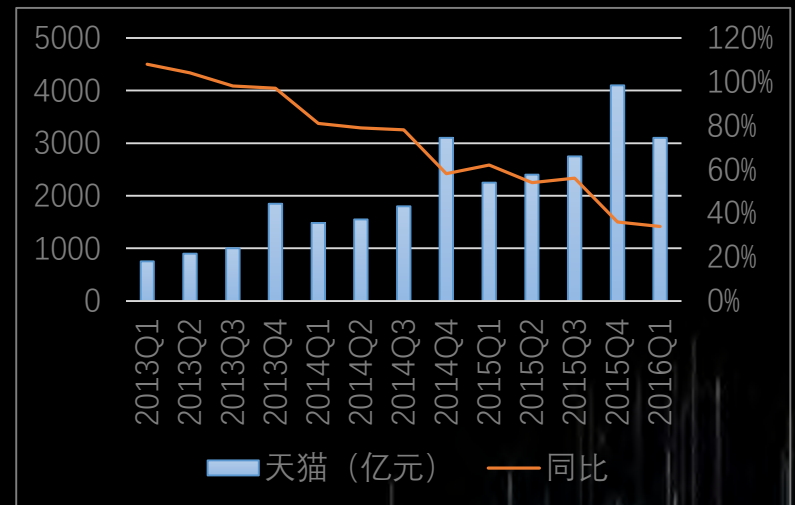
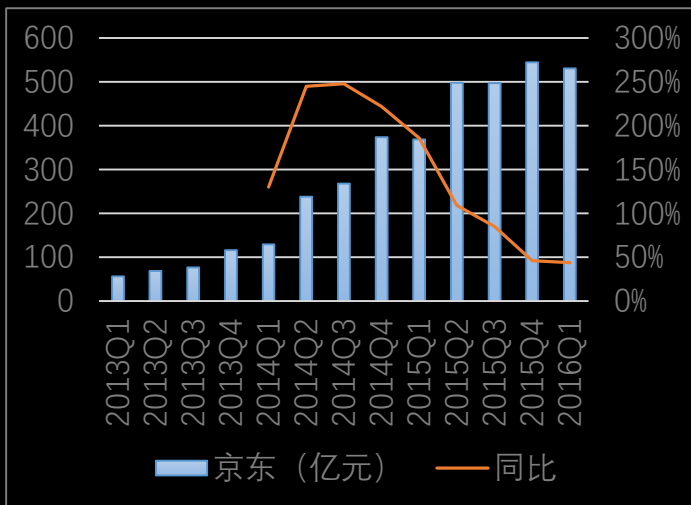
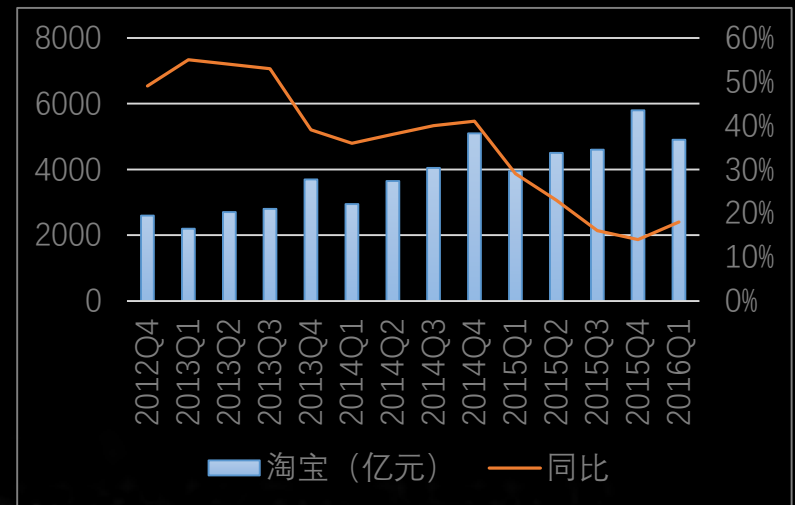
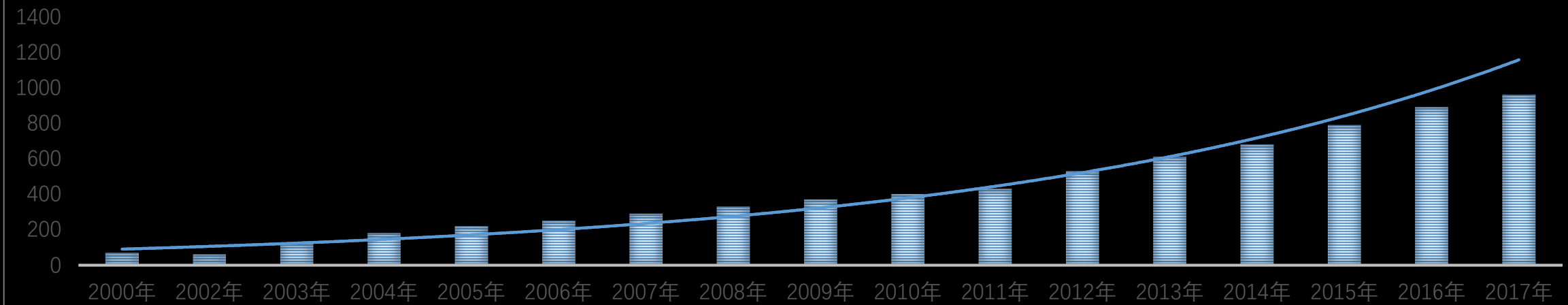
1969





线下商业项目从2015年开始进入一个相对较高的增长期

实体商业面积





目前，商业地产行业在
数据方面的痛点是
没有痛点



数据服务商们已经准备好了**全套**服务
用于几乎**所有**的行业场景



用数据洞察顾客，线上已成功，线下正试错



商场还远不能像亚马逊那样，彻底的了解自己的顾客



数据服务商当前的角色，更像是学徒，而非颠覆者



**内部数据如何拓展，与外部的丰富数据匹配，
是当前行业内大部分品牌商正在尝试和探索的阶段。**



数据服务的价值

1，降低成本

2，增加营收



数据服务商的四个基本素质

- 行业专家
- 合理成本
- 技术能力
- 数据融合

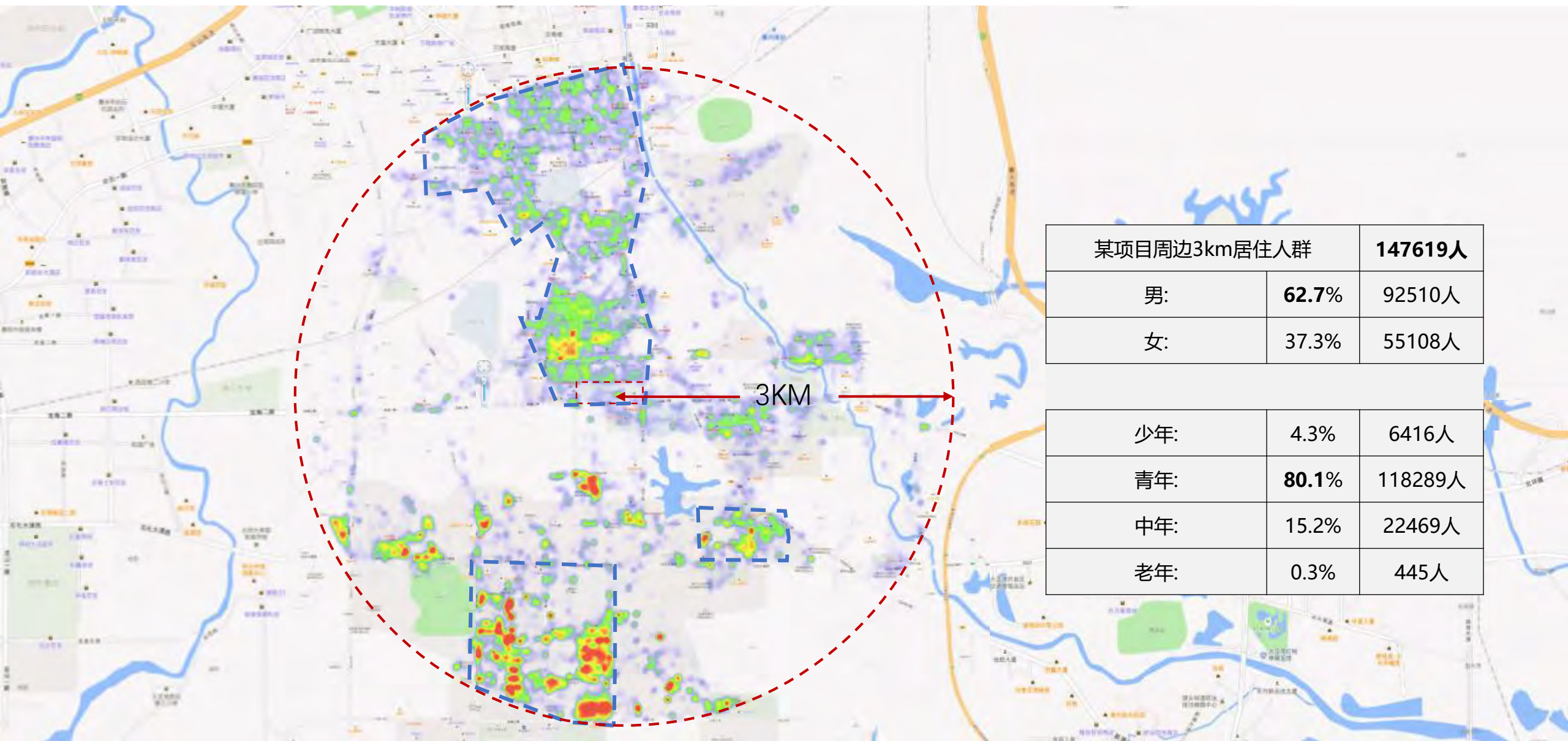


我们也有了一些实践，跟大家分享



筹备期是如何大数据是如何了解顾客需求的

某项目周边3KM居住人群分布



某项目周边3km居住人群		147619人
男:	62.7%	92510人
女:	37.3%	55108人
少年:	4.3%	6416人
青年:	80.1%	118289人
中年:	15.2%	22469人
老年:	0.3%	445人

数据来源：腾讯地图、微信、QQ、中国联通、惠州移动

乐活主义
Lohas

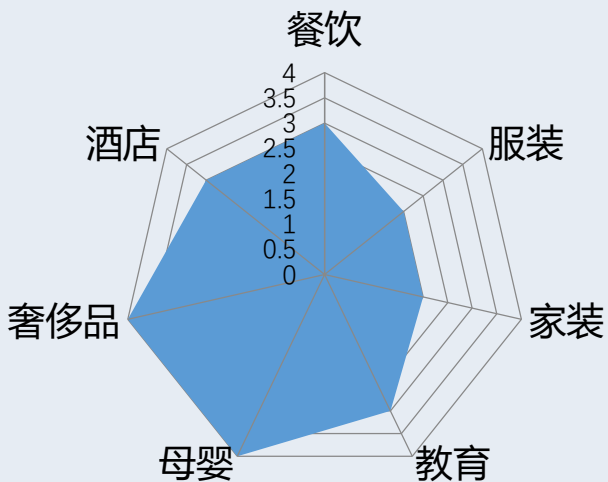


第二类客群

他们，**生活品质不高，工薪阶层，但是愿意为宝宝花费更多**

- 1. 衣食节俭，不贪图品牌和品质；
- 2. 家，干净就好，无须花费过多去装饰，偶尔布置也是花费3、5百元；
- 3. 相比衣食住行，更愿意在母婴方面花费更多，当然，教育也是要投资的；
- 4. 积蓄已久也会买件奢侈品，满足下自己的虚荣心；
- 5. 偶尔旅游、出差会选择住的舒服一些。

客单价



可接受的消费单价区间

日常消费：
餐饮：201-300元
服装：201-500元
家装：201-500元
教育：3001-5000元
母婴：501-3000元
偶尔消费
奢侈品：6001-10000元
酒店：501-1000元

月消费总额约：1,800元
如购买奢侈品月消费总额约：5,500元

最常消费的主要品牌

餐饮	服饰	家装	
本家韩国料理	华阳	伟业	
和记小菜	优衣库	胜利	
新辣道	芭拉拉	美家	
CAFFE BENE	zara	霞飞	
新元素	HM	迪卡侬	
来伊份	美丽姑娘	方圆	
	拉夏贝尔		
教育	母婴	奢侈品	酒店
学而思	好孩子	路易威登	印象东坡
	孕之彩	爱马仕	豪生
			皇冠

注：可接受单价指该类客户发生过的消费金额中最高支付的单价

附件：第二类客群常购品牌



餐饮	服装		家装	教育	母婴	奢侈品	酒店
本家韩国料理 和记小菜 新辣道 CAFFE BENE 新元素 来伊份 辛香汇 聚汇坊音乐主题餐厅 江南味道 金百万 三阳居四季涮肉 滴水洞湘菜	华阳 优衣库 芭拉拉 zara HM 美丽姑娘 拉夏贝尔 艺诗 蓝天 朵以 家家乐 爱茉莉 班尼路 巴拉巴拉 达芙妮 Wed'ze 鞋柜 百伦 波丝可 富华 乐友 薇薇 金苑 SU 南山 万里 米娅美 AM	凤凰 佳美 嘉宝 康奈 雅衣 艺元素 鸿星尔克 布衣草人 百丽 UR 精益 祥云 似水年华 mango 小平 金雁服饰 美莎帕 宾丽 卓多姿 美特斯邦威 万象 风景缘 izzue 俏丹娜 嘉莉诗 格林 衣恋 红蜻蜓童鞋	伟业 胜利 美家 霞飞 迪卡侬 方圆 太和 OE 美家布艺 世家 福门 百隆 广泰 名典 安华 京海 经典 好来屋	学而思	好孩子 孕之彩	路易威登 爱马仕	丽思卡尔顿 印象东坡 豪生 皇冠 锦城湖 开元名都 明珠 汇东 万丽 全季酒店



在运营期是大数据如何分析顾客需求的



返回客户地图报告页

长缨天街

报告时间: 2017-03-20

主 天街

辐射区范围: 1000m 商场区范围: 400m

次1 大悦城

次2 通州万达

目标客群

周边小区

相对渗透率

客群居住地

客群工作地

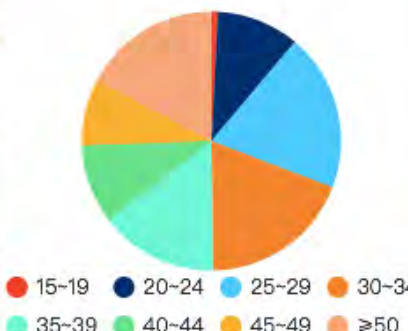
人口统计表

常住人口	50390
办公人口	19137
周末流动人口	7945
工作日流动人口	5140
节假日流动人口	4769

性别比例



人群年龄占比







返回客户地图报告页

长缨天街

报告时间: 2017-03-20

主 天街

辐射区范围: 1000m 商场区范围: 400m 大学

次1 大悦城

辐射区范围: 1000m 商场区范围: 100m

次2 通州万达

目标客群

周边小区

相对渗透率

整体重叠率

32.8021%



商场消费顾客居住地重叠区域分析



返回客户地图报告页

长缨天街

报告时间: 2017-03-20

主 天街

辐射区范围: 1000m 商场区范围: 400m

次1 大悦城

次2 通州万达

辐射区范围: 1000m 商场区范围: 200m

天街渗透率: 32.3353%
通州万达渗透率: 8.982%
相对渗透率: 27.7778%

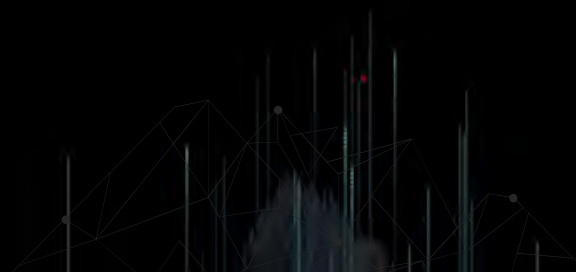
目标客群 周边小区 相对渗透率

整体重叠率 34.927%

商场消费顾客居住地重叠区域分析



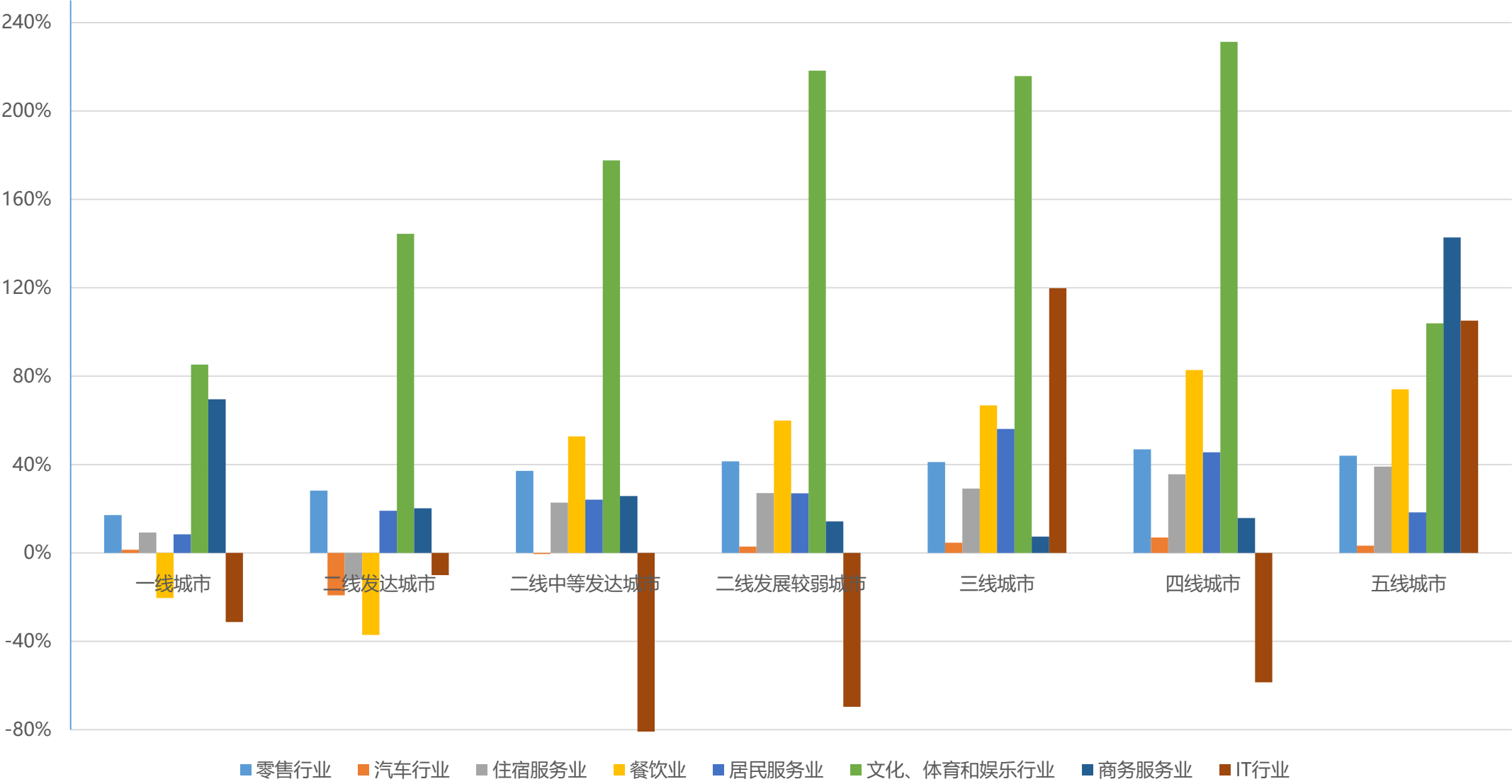
零售品牌是如何观察顾客需求的演变的



全国各线城市各行业消费增长情况



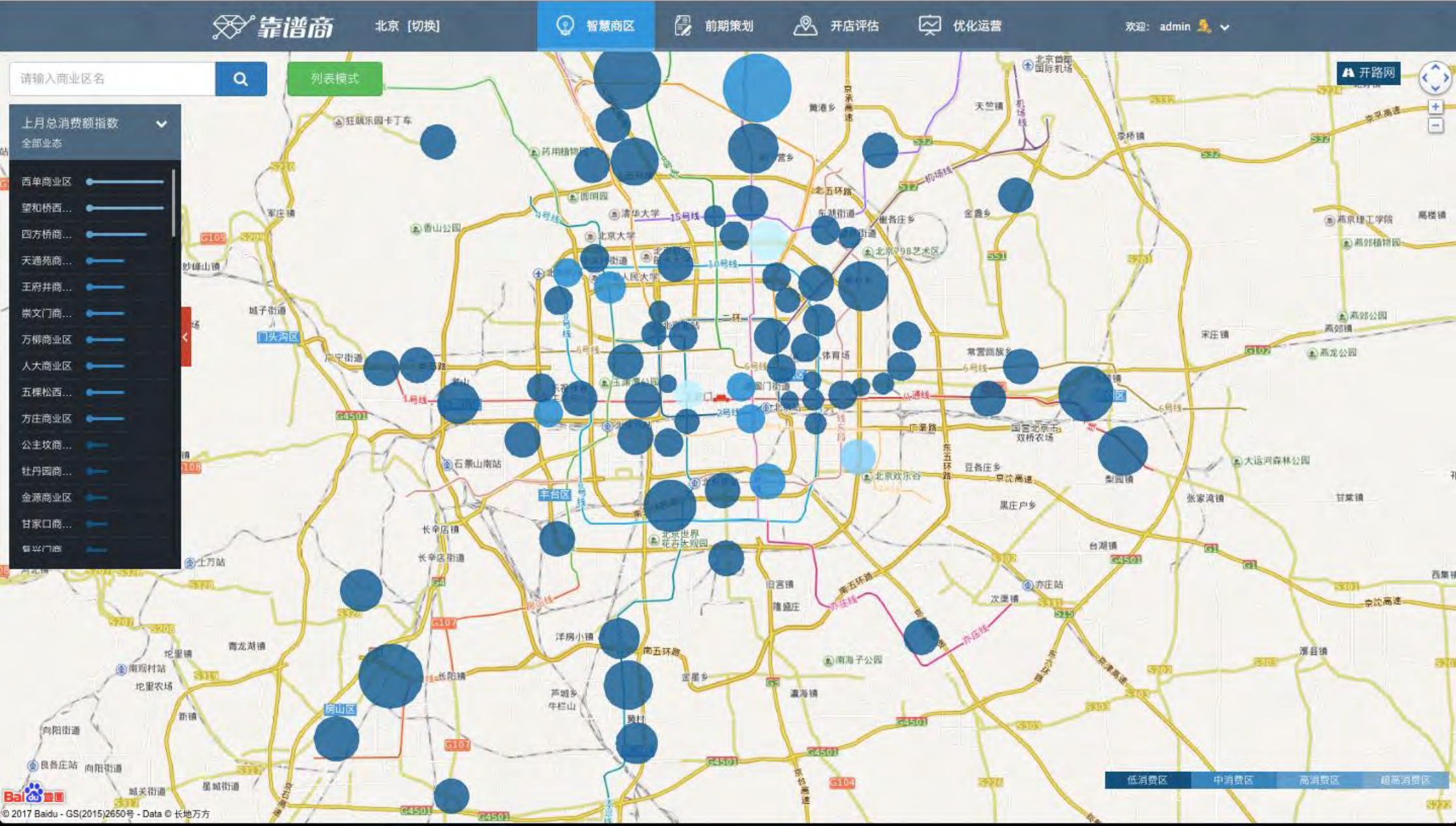
2015-2016年各行业消费指数增长率



全市消费业态结构变化趋势



各商圈消费变化趋势

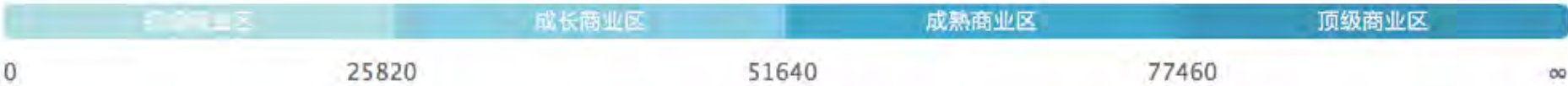


商业区消费

上月总消费额指数 上月平均客单价指数

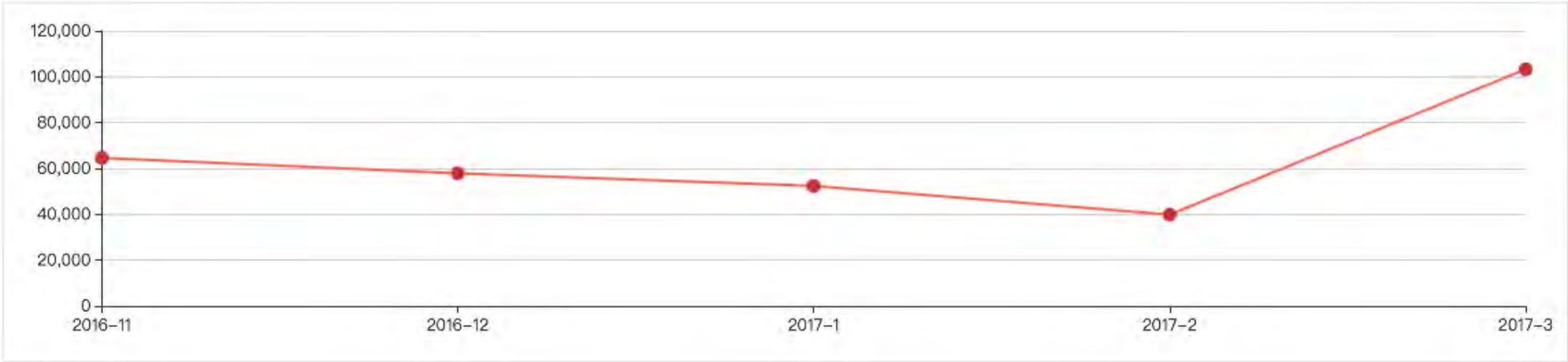
全部业态

上月总消费额指数:103280



过去12个月总消费指数趋势

2016-11 ~ 2017-3



核心商城消费指数

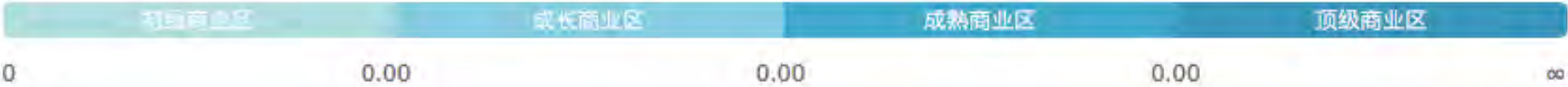
上月总消费额指数

上月总消费频次

上月平均客单价指数

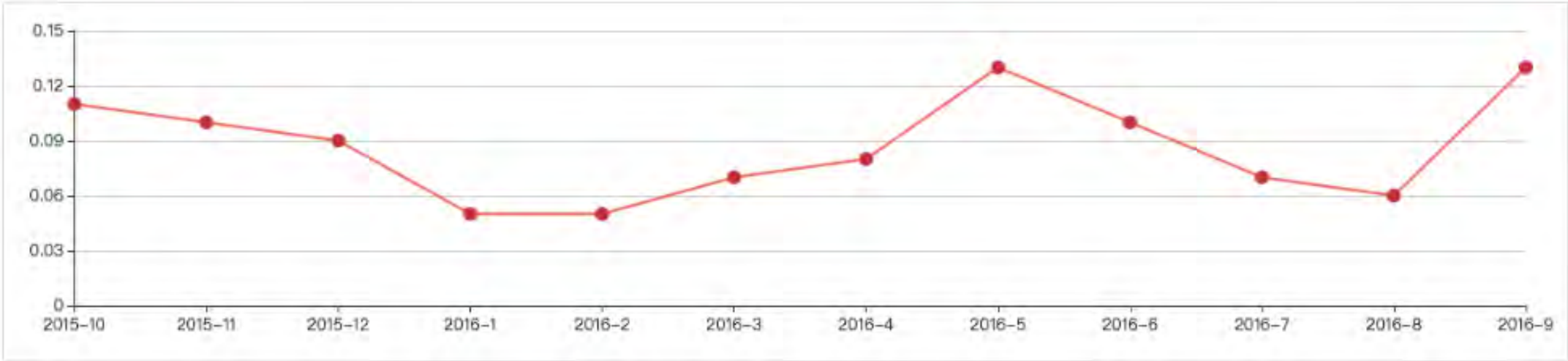
华堂商场亚运村店

上月总消费额指数:0.13

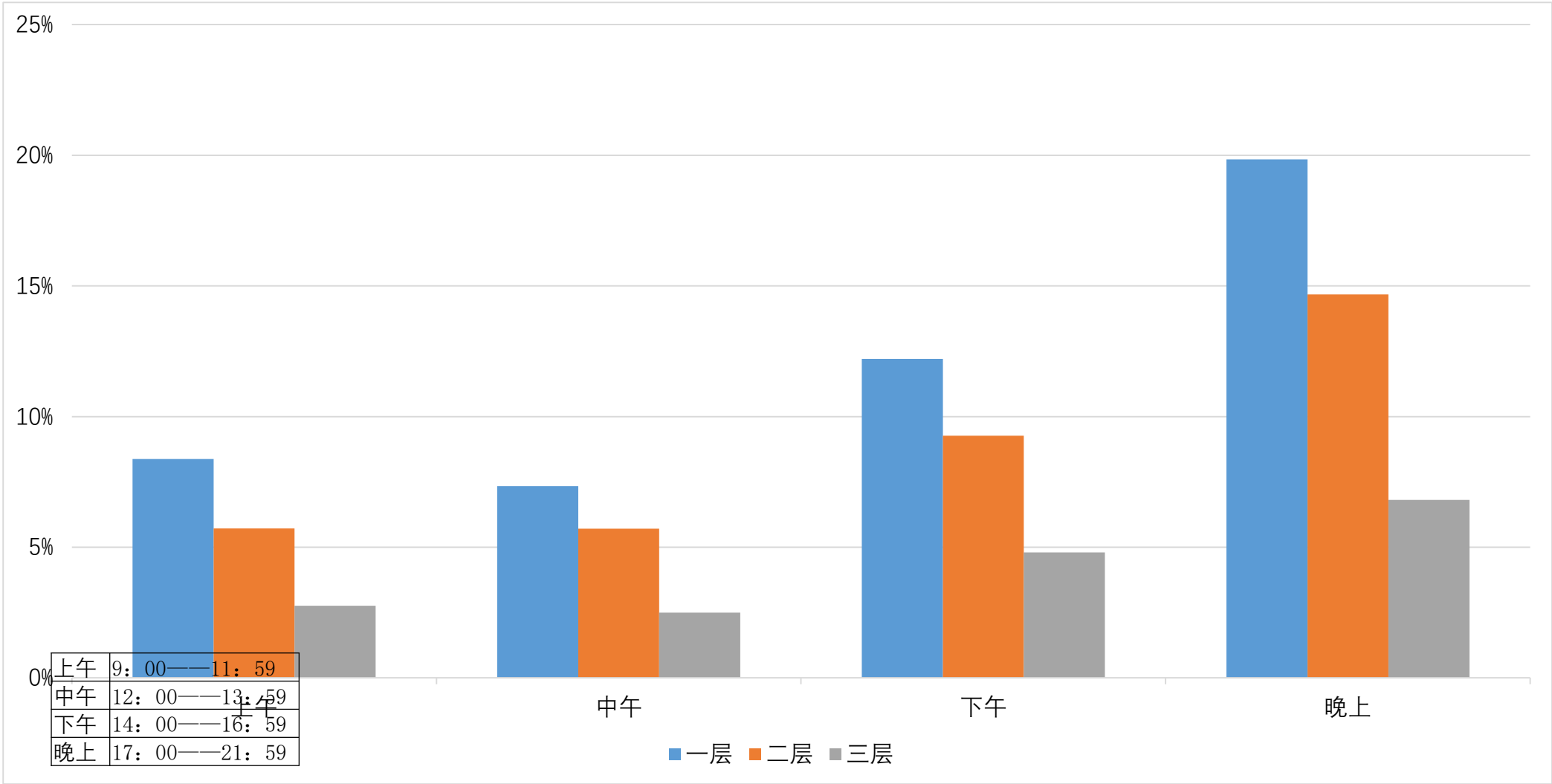


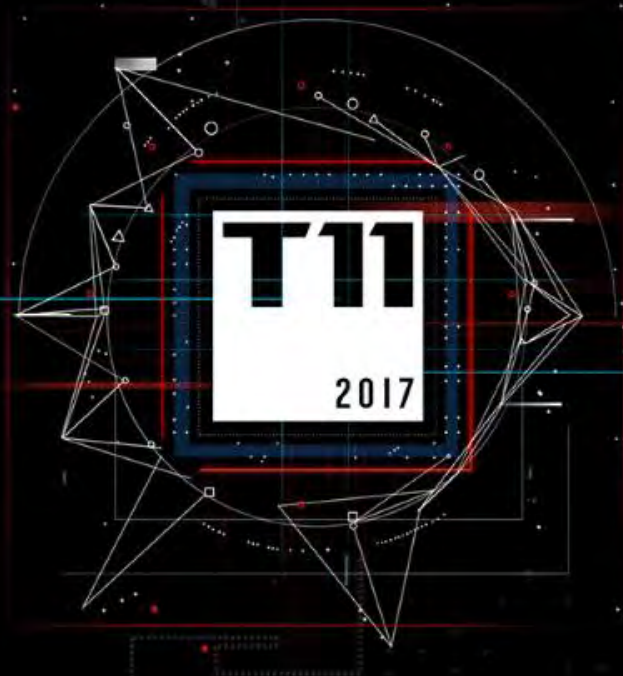
过去12个月总消费指数趋势

2015-10 ~ 2016-9



主要商场各楼层客流变化趋势





THANKS