



责任耀齐鲁 2019消费风尚榜

大数据描绘济南消费力量

壹点智库《2019济南商圈消费图鉴》重磅发布

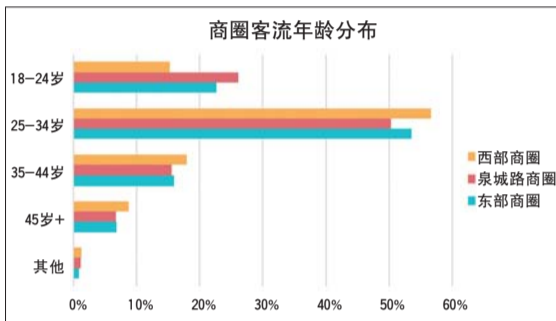
前言

国家统计局数据显示,2019年,中国消费趋势指数持续保持高位。而与之相应的,济南人在诸多领域都展现出了日益强劲的消费能力。商圈是一个城市的商业聚集地,也是一个省市消费情况的透视镜。近年来,万达、恒隆、世茂、和谐广场等大型城市购物中心的崛起,撬动了城市活力,提升了市民幸福指数。2019年,济南城市商业版图持续扩张更新,以万象城为代表的全新商业项目入驻济南,填补了经十路东部片区的商业空白,济南由此形成西部老商圈、泉城路核心商圈、东部新兴商圈三足鼎立的商业版图,每一个商圈的消费人群、消费能力和消费偏好都各有特色,其中也折射出济南人当下的生活状态和消费观念。

2019年末,齐鲁晚报风尚齐鲁全媒体中心、齐鲁晚报大数据运营中心联合壹点智库商业整合营销研究中心,聚焦济南三大主力商圈新老商业综合体所在区域,利用大数据对客流进行采样分析,全面梳理20万+样本数据,发布《2019年济南商圈消费图鉴》。

调研机构:壹点智库商业整合营销研究中心 壹点大数据运营中心 风尚齐鲁全媒体中心 报告撰写:齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 许昱洲

85后、90后已成逛街“主力军”

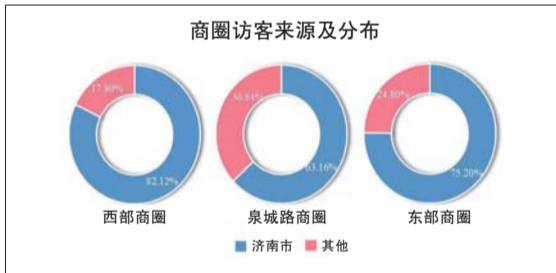


从三大商圈客流年龄分布来看:25-34岁青年在各大商圈客流中均超过半数,成为逛街的主力军;其次为18-24岁和35-44岁人群。

85后、90后们经历过职场打拼,进入了生活、经济双独立阶段,普遍更“会花钱”,为自己和家庭安排上理想生活。成长于经济高速发展时代的95后也进入社会,“爱逛敢买”开始享受生活,有着巨大的消费潜力。

每个年龄层的人都有不同的消费习惯,爱逛的商圈也不一样。从地域来看:自东向西商圈客流的年龄层逐渐增大。泉城路商圈、东部商圈18-24岁的客流占比较高,聚焦时尚、潮玩的商圈吸引了一大批济南的年轻人;在西部商圈中,35-44岁和45岁+的客流比重较大,传统商圈聚集了更多的中老年客群。

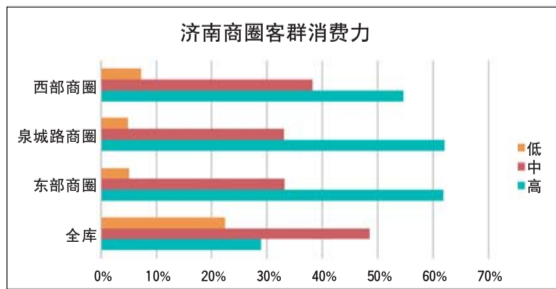
泉城路是外地人打卡热门地



去年开始,“泉城”济南一不留神变成了网红城市,聚集了众多网红店铺的泉城路商圈随之成为外地游客的必逛地。

本次调查也充分印证了这一点,外地游客爱逛泉城路,西部商圈济南本地人占大多数。商圈访客来源显示:几大商圈中,泉城路商圈的外地游客中占比最高,达到36.84%,其次是东部商圈。而在西部商圈中本地访客占比较高,为82.12%。

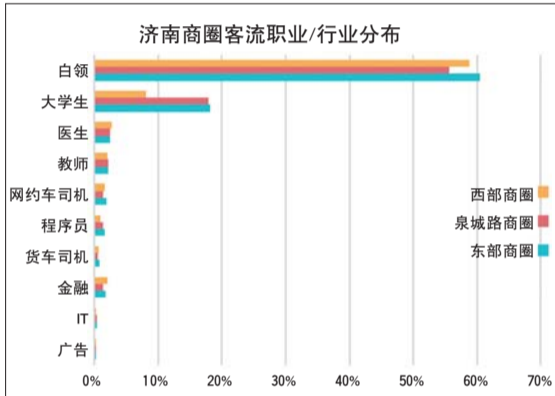
高消费人群偏爱东部、泉城路商圈



(注:全库消费力是根据居住区域、消费场所、手机型号、APP使用偏好等得出的全网消费水平,本报告数据主要针对商圈客群即逛街一族展开)。

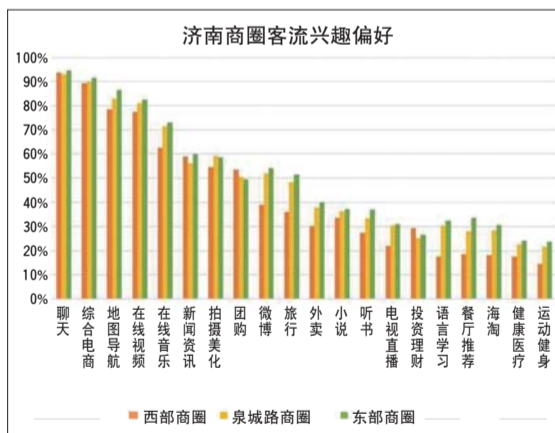
从逛街人群的消费力来看:三大商圈中,高端和低端消费人群均高于全网消费水平,低端消费人群占比均不到10%。东部和泉城路商圈客流消费力差异不大,高端消费人群占比较高,均超过了60%;而西部商圈低消费和中等消费人群占比较高,将近半数。由此可见,济南人整体的消费实力不容小觑,高端消费人群更青睐东部商圈和泉城路商圈。

白领是济南商圈最大客群来源



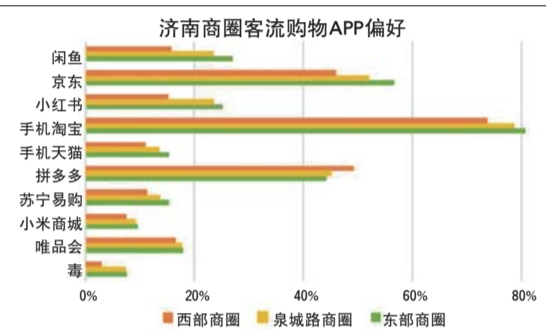
经济基础决定上层建筑,但财务不自由也可以过得潇洒。商圈客流职业分布显示:白领是主要客群来源,占各大商圈50%以上的比重。住房不用合租、上班不挤公交、想吃车厘子就买……这是职场白领总挂在嘴上的人生梦想,却不能阻挡他们爱逛能买的心。其次是大学生群体,占泉城路和万象城商圈客流的15%+,这大概就是所谓比你年轻的人还比你更有钱有时间。

社交、购物需求强劲 休闲方式多样化



你手机里使用频率最高的应用软件,透露出你的兴趣偏好。对三大商圈客流的兴趣偏好TOP20进行排序,可以看出济南消费者普遍对聊天、电商的需求最高,现在逛街最主要的功能属性就是购物和社交,这与逛街人群的喜好是完全吻合的。调查数据中我们可以看到,济南消费者的娱乐方式有点“宅”,喜欢看视频、听音乐、刷新闻,当然拍摄美化的爱美之心是人皆有之。一个有意思的发现是,泉城路商圈的客群对“拍摄美化”类软件的偏好度是最高的,这与该区域年轻消费群体占比高、网红打卡点密集密不可分;而西部商圈的消费者则对团购和投资理财类APP的依赖程度更高。

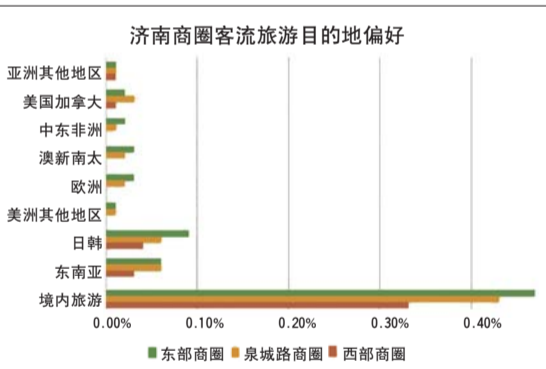
淘宝、京东、拼多多成最爱用的购物软件TOP3



手机淘宝、京东、拼多多分列济南消费者购物APP的TOP3,可见近来拼多多发展势头之猛。从商圈人群来看,各大购物APP基本都是东部商圈使用率较高,泉城路商圈次之,西部商圈较低,仅拼多多APP是西部商圈使用率最高,说明西部客群的价格敏感度更高。

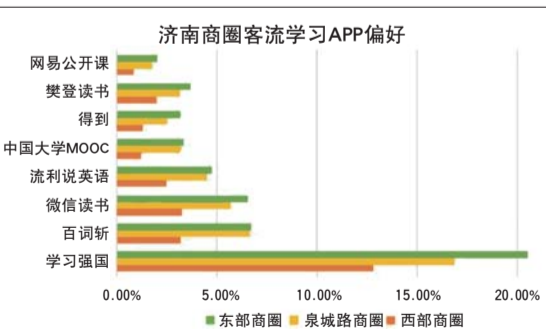
截至2019年6月,CNNIC统计我国网络购物用户占网民整体的74.8%,网络购物市场保持较快发展。今年电商平台竞争激烈,通过加速渠道下沉,引入直播带货、工厂电商、社区零售等新模式来吸引消费者。而线上与线下两种购物方式的发展,互补多于竞争,渐渐相互融合。

旅游消费旺盛 境内游是首选



从客流最近的行为可以看出,东部商圈的出游人群比例最高,泉城路商圈次之,西部商圈最低。旅游目的地的选择上,境内旅游仍是首选,游历祖国的大好河山符合大多数人的选择。在忙碌的工作与生活之余,说走就走的旅行是济南消费者追求的诗和远方。

碎片化学习正流行 东部客群“最好学”



空闲时间里,济南消费者很多都有看书学习的习惯,抓紧用线上的碎片时间进行短平快的学习,用自我提升来对抗焦虑与迷茫。从商圈分布来看,东部商圈的访客线上学习的积极性更高,泉城路商圈次之,西部商圈较低。

结论

综上所述,济南三大商圈呈现出以下消费特点:

- 1、从年龄层上看,85后、90后普遍经济独立,成为消费主力军。
- 2、从地域分布上看,泉城路商圈的外地游客中占比最高,其次是东部商圈,而在西部商圈中本地访客占比较高。
- 3、从消费层次上看,东部和泉城路商圈客流消费力差异不大,高端消费人群占比较高,而西部商圈低消费和中等消费人群占比较高,将近半数。
- 4、从人群职业特征上看,白领是主要客群来源,占各大商圈50%以上的比重;其次是大学生群体,占泉城路和万象城商圈客流的15%+。

从中折射出的济南人的消费观念和偏好呈现出以下特点:

- 1、从商圈客流兴趣偏好来看,济南消费者休闲娱乐方式多样化,对社交、购物需求最高。
- 2、从购物APP使用偏好来看,电商平台竞争激烈,手机淘宝使用率最高,超过60%,京东、拼多多位列2、3名,发展势头迅猛。同时,西部商圈客流更偏好使用平价的拼多多。
- 3、从客流出游行为来看,东部商圈、泉城路商圈、西部商圈出游比例依次降低,境内旅游仍是济南人首选。
- 4、从商圈客流学习行为来看,济南消费者习惯利用碎片时间提升自我,东部商圈访客线上学习的积极性更高。