

金山大卖场 市场调研汇报

华东理工大学金山校区会计学系

2023, 8, 11

说 明

金山烟草糖酒有限公司金山大卖场（下简称“金山大卖场”）是一家建筑面积为 16000m²，地处金山区石化卫清路欧洲商业城。拟于 2023 年春节前后正式开张。由于农工商大卖场、联华超市等具有一定规模的超市已落户石化地区，同步乐购也故意向进军石化，因此，金山大卖场必须考虑确定所经营的商品品种构造、对的地市场定位，故委托华东理工大学金山校区会计学系进行市场研究，以获得第一手市场信息资料。

本汇报从如下几种方面分析和解释调查成果：(有效答卷 761 份)

1. 居民在超市/大卖场的购置习惯分析
2. 居民对石化地区既有的超市/大卖场经营状况的态度分析
3. 居民去大卖场购物的倾向分析
4. 居民在超市/大卖场购物月平均支出分析
5. 居民对金山大卖场确定经营方向的期望

最终对金山大卖场的未来的经营思绪提出几点提议。

本次市场调研所选用的样本数为 800 个，其中用于记录的有效答卷为 761 份。由于样本的覆盖面有限，故调研成果难免会存在着一定的局限性。

目 录

一、 概述

二、 金山大卖场基本状况简介

三、 研究目的

四、 研究措施

五、 研究成果

六、 研究提议

七、附录

一、概述

本次调查的重要目的是理解石化及周围居民在大卖场购物的消费偏好和购置习惯；理解居民对既有超市/大卖场所提供的商品及服务的意见；理解居民对大卖场服务的期望，以有助于金山大卖场进行合理的经营定位。其研究成果概述如下：

1. 居民构成

根据金山烟草糖酒有限公司的经营规划及未来的金山大卖场的有效辐射范围，重要考虑石化、金卫、山阳、朱行和钱圩等五个地区的居民。居民总人口数 181,351 人，这五地区居民将可成为金山大卖场的重要消费群体。五地区的居民详细构成状况见下表：

地区	居民家庭数（户）	居民人口数（人）
石化	24,950	68,552
金卫	10,537	31,066
山阳	13,801	37,589
朱行	8,601	26,470
钱圩	5,989	17,674
总计	63,878	181,351

（注：记录数据来源于金山公安局，截止到 2023 年 7 月）

2. 居民在超市/大卖场的购置习惯

（1）93.8%（714 人）被访问者表达习惯去超市/大卖场购物；6.2%（47 人）的被访问者表达不习惯去超市/大卖场购物。

（2）对于到超市/大卖场购物的相隔时间的调查成果为：5.7%（43

人)的被访问者表达“每天一次”; 29.8% (227人)的被访问者表达“二、三天一次”; 27.2% (207人)表达“每周一次”; 37.3% (284人)表达“不定期”。

3. 居民对石化地区既有的超市/大卖场的见解

(1) 对石化地区既有的超市/大卖场的经营品种的见解: 2.0% (15人)非常不合理; 7.0% (53人)不合理; 46.8% (356人)一般; 41.7% (317人)合理; 2.6% (20人)非常合理。

(2) 认为目前石化地区的超市/大卖场的经营品种一般/不合理/非常不合理的商品的见解是: 15.1% (87人次)食品; 18.2% (105人次)日用品; 31.0% (179人次)服饰; 14.4% (83人次)家电; 8.7% (50人次)小朋友用品; 10.6% (61人次)家居用品; 2.1% (12人次)其他。(注: 本信息并不规定所有被访问者完毕, 经记录有577人次参与本信息的调查。因此, 比例的计算基础是577。)

(3) 导致石化地区超市/大卖场的经营品种不合理的原因的见解是: 31.2% (174人次)价格贵; 36.7% (205人次)品种少; 23.3% (130人次)布局不合理; 7.5% (42人次)质量差; 1.3% (7人次)其他。(注: 本信息并不规定所有被访问者完毕, 经记录有558人次参与本信息的调查。因此, 比例的计算基础是558。)

4. 居民去超市/大卖场购物的倾向

(1) 有231人(30.4%)被访问者表达二三天一次; 218人(28.6%)被访问者表达每周周末一次; 而有196人(25.8%)被访问者表达不定期去大卖场购物。

(2) 有 621 人次的被访问者表达接受金山大卖场所提供的免费班车的时间为周六和周日；而只有 230 人次的被访问者表达接受免费班车的时间为周一~周五。

(3) 居民去超市/大卖场最重要购置的商品的倾向，有 38.4%（292 人）表达是“食品”；46.5%（354 人）表达是“日用品”；4.6%（35 人）表达是“服饰”；至于重要购置小家电、小朋友用品、家居用品或其他商品总计只占 10.5%。

(4) 对于购置食品意向的类别分布为：33.1%（252 人次）购置“生鲜食品”；36.4%（277 人次）购置“冷冻食品”；24.6%（187 人次）购置“熟食品”；58.2%（443 人次）购置“休闲食品”；26.0%（198 人次）购置“点心制品”；32.9%（250 人次）购置“调味食品”。

(5) 69.4%（528 人次）的被访问者表达最愿接受金山大卖场的促销方式是“定期提供特价商品”，另一方面“实行会员制，享有会员权益”的占 29.4%(224 人次)；

5. 居民购置力及消费支出

(1) 41.3%（314 人）的被访问者表达月收入在 1000 元以下；35.3%（269 人）表达月收入在 1001~1500 元；12.1%（92 人）表达月收入在 1501~2023 元；5.1%（39 人）表达月收入在 2023~2500 元；2.8%（21 人）表达月收入在 2501~3000 元；3.4%（26 人）表达月收入在 3001 元以上。

(2) 54.0%的被访问者表达其/其家庭月购物支出在 500 元以下；38.3%的被访问者表达其/其家庭月购物支出在 501~1000 元；（此信息来自于 2023 年 4 月的实地调查的成果）

(3) 其/其家庭月购物支出中的超市/大卖场购物支出状况调查成果为：100 元如下为 8.1% (62 人)；101~200 元为 19.1% (145 人)；201~300 元为 27.3% (208 人)；301~400 元为 16.3% (124 人)；401~500 元为 10.1% (77 人)；501~600 元为 10.1% (77 人)；601~700 元为 3.5% (27 人)；701 元以上者为 5.5% (41 人)。

6. 居民对金山大卖场经营格局及范围的期望

(1) 26.5% (202 人次) 被访问者表达最但愿金山大卖场能丰富供应生鲜食品；其他依次为熟食品 (20.2%，154 人次)、休闲食品(31.5%，240 人次)、日用品 (37.2%，283 人次)、家电 (15.4%，117 人次)、服饰 (25.8%。196 人次)、家居用品 (22.7%，173 人次)、文化用品 (24.0%，183 人次)、其他 (2.9%。22 人次)

(2) 74.5% (567 人) 的被访问者表达但愿未来的金山大卖场的经营格局是“集餐饮、超市和专业店、休闲一体”；其他依次为：15.2% (116 人)“集餐饮、超市和专业店一体”；9.7% (74 人)“单一超市功能”。

上述调查成果意在有助于为合理调整经营构造的决策提供一定的信息。

7. 调研成果的局限性

本次调研重要在 181351 目的总体中抽取 800 个样本，由于样本覆盖面有限，同步重要采用的马路站立式访问，少数被访问者的不配合，也许会导致部分信息失真。

二、金山大卖场经营状况简介

金山烟草糖酒有限企业金山大卖场（下简称“金山大卖场”）地处金山区石化卫清路欧洲商业城，建筑面积为 16000m²，分三层，拟于 2023 年春节前后正式开张。金山大卖场一诞生，就面临着巨大的竞争压力。首先，面对着近方圆 1 公里范围内具有一定规模的及相称不错的人气指数的农工商大卖场、联华超市，；另一方面，乐购也故意向进军石化，基本选址与金山大卖场属同一区域，若乐购一旦建成，将是金山大卖场最重要的竞争对手，因双方会瓜分同一区域的顾客资源。再次，金山大卖场的现址对面即为瑞鑫百货有限企业，其与金山大卖场同属于金山烟草糖酒有限企业，为此金山大卖场的经营范围和经营格局在一定程度上受到了限制，如对于所引进的专业店必须与瑞鑫百货所经营的商品档次、品种等有较大的差异，否则会影响双方的经营效果。

三、 研究目的和详细目的

研究的重要目的是理解石化及周围居民在大卖场购物的行为习惯、消费量及对未来金山大卖场的消费倾向。

详细目的之一：理解各区域居民的基本购置能力及消费状况；

详细目的之二：理解居民对石化地区既有的超市/大卖场的见解；

详细目的之三：理解居民去金山大卖场购物的态度；

详细目的之四：理解居民对金山大卖场经营格局及范围的期望

研究措施

1. 研究设计

本研究项目采用描述性的研究设计，由于这种措施能决定某件事出现的频率并且强调多种变量之间的联络。

2. 资料搜集

(1) 第二手资料搜集

运用金山区公安户籍部门的资料获取人口资料；

运用 2023 年 4 月瑞鑫百货的实地调研资料获取居民家庭月购物支出；

(2) 原始资料搜集

通过派员在重要居民活动或商业点进行现场站立式问卷提问的措施获得原始资料。选择这种措施的目的在于问题简朴、轻易回答、轻易表格化和分析，并且能消除研究人员所引起的偏见。同步与其他问卷调查方式比较，能提高问卷的回收率和信息的采集质量。

为使被访问者较易配合，大部分问题采用选择题形式，既易回答又便于编码和表格化。

访问员是华东理工大学金山校区各专业的学生，学生素质很好，能保证访问工作的顺利完毕。

(3) 样本选择

调查中的样本以石化为主，覆盖金卫、山阳、钱圩及朱行的居民及流感人口。样本容量为 800 个。详细样本来源见表 1。

调查实行时间选在 7 月 26 日（星期六），采用完全随机抽样措施。

3. 现场工作

调查工作的全面展开是于 2023 年 7 月 26 日星期六进行。由于考虑到天气较热，入户访问会给被访问者带来不便，故所有采取顾客外访问。规定所有访问员都佩戴校徽。调研采用让被访问者当场答卷、访问员当场收卷的站立式访问的措施。所有答完问卷者都可获得一份小礼品，以示对他们的谢意。

另有 200 份问卷通过其他途径散发给各单位。

调查问卷表发出 800 份，回收 795 份。其中 34 份因填写的信息不完整被剔除，其他问卷质量很好。有 761 份被用于该课题的成果分析。

表 1

	访问地点	份数
马路访问	麦当劳门口	50
	肯德基门口	50
	瑞鑫百货门口	50
	农工商超市门口	50
	贸中广场	50

其他 区域	朱行	100
	山阳	100

	钱圩	100
	金卫	50
其他	各单位工大学生	150
	金山医院	50

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/557103034003006122>