

# 德邦物流市场调研与选址

开店靠的是什么？

是位置，位置，还是位置。

——李嘉诚





选铺跟着麦当劳、肯德基走，肯定没错



麦当劳，肯德基如何选址？



i'm lovin' it

1, 市场调查和资料信息收集

2, 对不同**商圈**中的物业进行评估

3, 投资回报与风险评估



1, **商圈**的划分与选址

2, 聚客点的测算与选址



德邦的选址效果如何？



**广告有遮拦，广告效果差**



**无人气，无货量**



**绿化带过宽，人员、车辆进出不方便**





上海松江工业园区营业部

**广告位置好，效果好**



深圳龙岗区坂田营业部

**广告效果好，停车位好**



深圳宝安区西乡营业部

广告效果好



顺德大良营业部

有人气，广告效果好



1、选址时应该注意些什么？

---

2、选址时如何做市场调研？

---

3、如何应用调研的数据？

---





## 1. 选址原则与要求

---



## 2. 区域市场调研

---



## 3. 选址技巧

---



## 4. 选址的误区

# 选址原则与要求

# 一、选址原则与要求



# 一、选址原则与要求

## 1、找点资源投入最小化

小区	开点数	平均找点补贴
福州营业区	3	1730
郑州金水营业区	3	1080
南通开发营业区	3	450
全国	254	1006

注：2010年下半年开点中选取的有数据的样本

投入的少说明找点人员规划市场准确，反之模糊

# 一、选址原则与要求

## 2、找点时间最短化

小区	开点数	平均找点时长
合肥营业区	2	102
云南营业区	2	40
江门营业区	2	19
全国	254	40

注：2010年下半年开点中选取的有数据的样本

找点时长短，说明找点人员定位市场准确，反之不准

# 一、选址原则与要求

## 3、新点盈利最大化

小区	开点数	平均前三月点均
广州天河营业区	3	67627
广州越秀营业区	2	94326
广州东平营业区	2	152430
全国	226	94941

注：样本为2010.6.1-2010.10.15新点

新点盈利高，说明找点人员市场调研充分，反之不充分。

# 一、选址原则与要求

要求——新点选择范围合理



范围

**新点选择范围过大，导致投入的资源和时间扩大化**



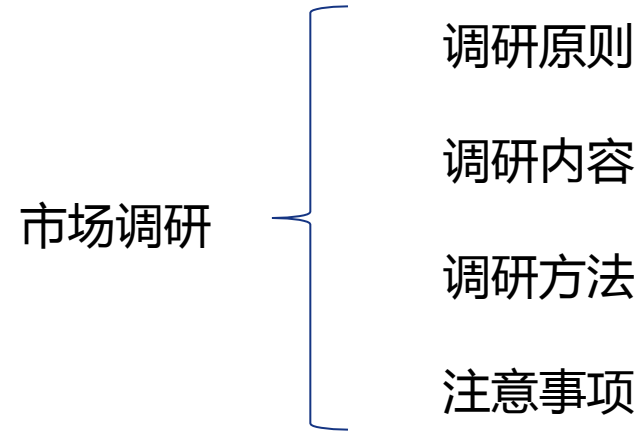
范围

**新点选择范围过小，导致选择面小，影响新点成长**

合理的新点选择范围也是能让找点人员在最短的时间内找到具有优越市场环境的范围，这也是做好市场调研评估的重要目的之一。

# 区域市场调研

## 二、区域市场调研



市场调研——为找点人员提供选址决策所必须的资料

## 二、区域市场调研

### 1、调研原则

什么人？

什么时间  
？

什么地点  
？

调研的对象是谁？

要获得怎样的结果  
？

有哪些途径获得结果？

会遇到什么困难？

如何解决这些困难  
？

## 二、区域市场调研

### 2、调研内容

物流市场环境调研

物流市场需求调研

竞争对手调研

品牌效果调研



## 二、区域市场调研

### 物流市场环境调研



交通情况

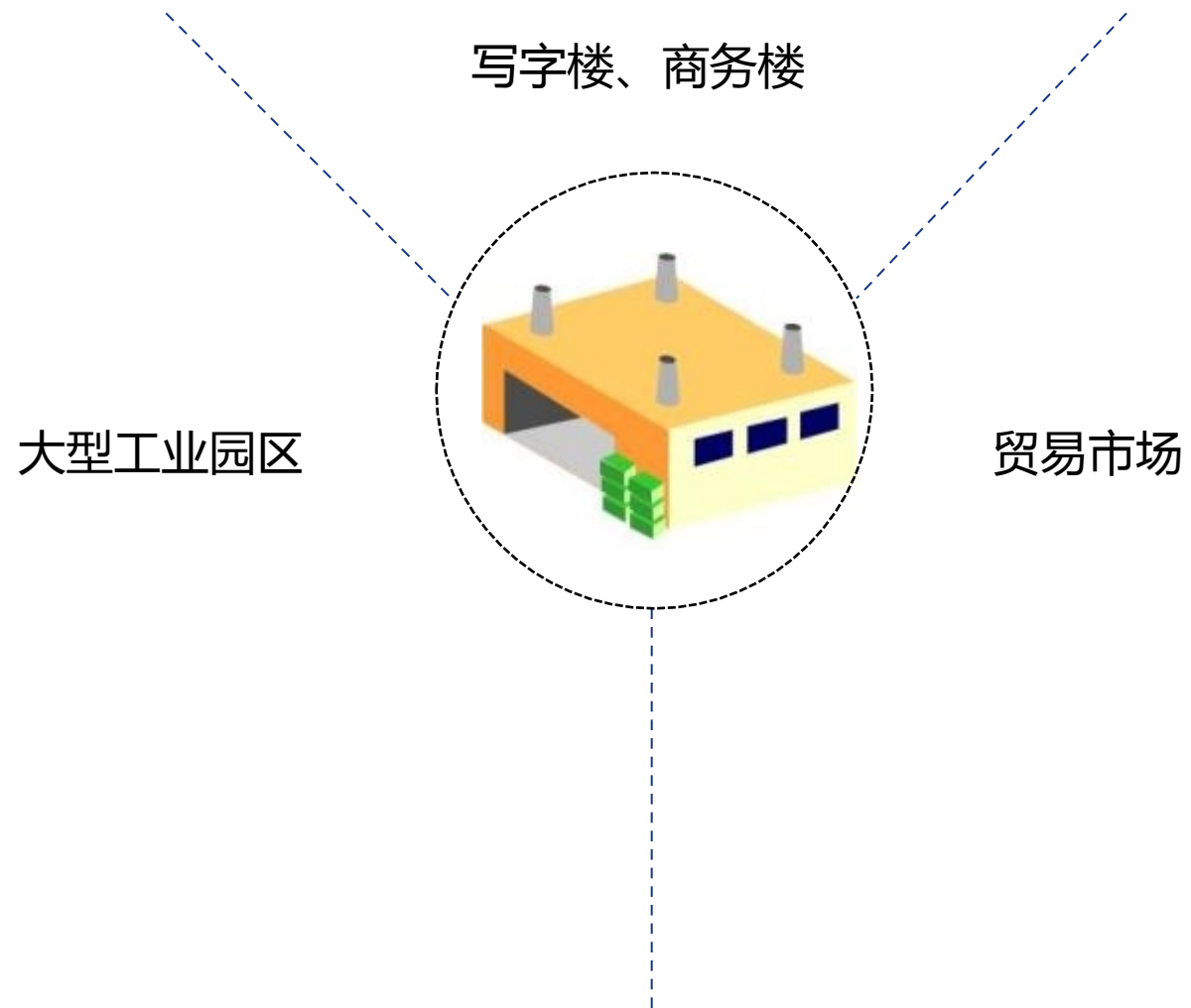
公共基础设施的建设

政府政策

政府的政策一般有利于推动物流市场的发展

## 二、区域市场调研

物流市场需求调研



## 二、区域市场调研

### 物流市场需求调研

#### 可运输产品的市场

---

食品制造业

纺织业

纺织服装、鞋、帽制造业

皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业

家具制造业

印刷业和记录媒介的复制

文教体育用品制造业

橡胶制品业

塑料制品业

仪器仪表及文化、办公用机械制造业

饮料制造业

医药制造业

工艺品及其他制造业

---

按照不同的市场活动内容进行工业分类，共有39类，其中上表是我们公司运输的工业行业，作为重点的考察对象。

## 二、区域市场调研

### 物流市场需求调研



### 五公里市场信息表

部门名称（必填项）：\_\_\_\_\_。

填表人：\_\_\_\_\_。

**说明：**本表各项（工业区除外）均为调查**五公里**区域范围内市场情况；工业区可根据实际情况拓宽调查范围，最远不超十公里！

一级项目	二级项目	备注		实际值			
商务楼 写字楼 情况	商务楼、 写字楼数	商务楼（写字楼）数					
	企业数	商务楼（写字楼）内企业数（任取5栋，不足5栋，按实际算）		商务楼（写字楼）名称	企业数		
工业区 情况	工业区数	10公里内工业区（加工区、开发区等）的数目					
	企业数	工业区内企业数		工业区 名称	企业数	货车流量	
						面包、金 杯车数	长度不超7.5 米的货车数
	货车流量 （辆/20分 钟）	工业区内货车流量最大道路的任意路口 （省、县）道、公路 <b>除外</b> 周一至周五的任意天15:30到19:30 任意 <b>20分钟</b> 内双向货车流量（测该路口 两交叉道路的货车流量之和）		面包、金杯 车数			
长度不超7.5 米的货车数							
		国道总条数					



DAQU=2611

## 二、区域市场调研

竞争对手调研



竞争对手的竞争策略

最大竞争对手与主要货源、线路

竞争对手**数量、面积、人数、收入与货量**




## 二、区域市场调研

### 竞争对手调研

 网点参照表（德邦后进入地区华宇情况）							
区域	网点名称	面积 (M <sup>2</sup> )	月租金 (元)	人数	月出发营业额 (万)	月出发货量 (吨)	月到达货量 (吨)
西城区	增光	50	3000	11	20	55	70
密云县	密云县	70	1500	7	18	150	100
平谷区	平谷	40	1000	4	10	80	50
延庆县	延庆	20	750	4	4	30-50	10
门头沟区	门头沟	30	500	3	2	20	35

## 二、区域市场调研

### 竞争对手调研

 网点参照表（德邦后进入区域佳吉经营情况）							
区域	网点名称	面积（M <sup>2</sup> ）	月租金（元）	人数	月出发营业额（万）	月出发货量（吨）	月到达货量（吨）
密云县	密云佳吉檀西路办事处	30	1000	6	15	100	80
平谷区	平谷佳吉二环路办事处	130	1000	5	13	80	100

## 二、区域市场调研

### 品牌效果调研



- 到达货情况
- 德邦品牌知晓率
- 了解德邦后发货意愿
- 客户选择比例（德邦，华宇，佳吉，新邦）



## 二、区域市场调研



如何收集数据？

## 二、区域市场调研

### 3、调研方法



1、人员访问



2、电话访问



3、邮寄访问



4、网上访问

---

## 二、区域市场调研

### 1、人员访问



可以咨询工业企业的管理者，或者朋友、亲戚动用一切可以利用的人进行调查。主要用于**同行调查**。

## 二、区域市场调研

### 2、电话访问



可以上阿里巴巴网站或者地区黄页上搜索企业的信息，然后直接电话拜访。或者打电话给工商局或统计局获取自己想要的信息。

## 二、区域市场调研

### 3、邮件访问



也可以上阿里巴巴网站上搜索企业的信息，然后一方面给对方发送email，同时给对方用德邦信封邮寄信件。

## 二、区域市场调研

### 4、网上访问



上一些论坛或者统计局网站或者其他官网进行数据搜索

## 二、区域市场调研

经济学家  
www.jjxj.org

经济学家论坛：

---

优点：拥有大量的省份，  
城市区域的经济宏观资料，  
数据非常全面但下载需要  
论坛币，

---

缺点：论坛币难搞

## 二、区域市场调研



人大论坛：

优点：拥有次于经济学家论坛的省份，城市区域的经济宏观资料，数据非常全面但下载需要论坛币，且论坛币好搞。

缺点：数据量不够大



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/708033044024006051>