

“点击”团购营销市场 “图解”城市消费风向

□ 稿件采写 沈 文

策划语

长三角人爱吃爱旅行，北方人喜欢绿色，珠三角人最实在，西部人充满浪漫细胞，中部人五花八门。2012年，第一季度消费季，各大城市生活又呈现出什么特征呢？4月19日，聚划算(www.juhuasuan.com)公布2012年第一季度全国42个城市团购消费指数，团购人次达337万，节省8.47亿元，并以地图的形式展现中国不同城市本地化生活服务消费偏好和特色。这对于处于营销白热化的团购市场来说，是一次全新的检视与总结。

特色篇

捕捉 42 个城市生活风向 一季度生活团购达 337 万人次，节省 8.47 亿元

每天，在全国的42个的城市白领们，早上8点开始准时上聚划算，追逐时尚新奇特的高品质生活，从餐饮美食、旅游酒店、生活超市、休闲娱乐到生活服务。每天，平均团购服务超35万人次，原价超过1110万元，通过聚划算节省了820万元。每天，发表3万次点评，分享超过1万次购物体验，影响超过5万人次的消费者。

A、长三角人爱吃，也爱旅行

从长三角人团购人次占比方面显示，爱吃是长三角的共性，而细致的偏好则有不同。上海人大多是吃货，团购人次前三名的都与吃有关，有近22%共7.5万人次参与了新鲜果蔬团购，紧随其后团购休闲零食的有42万人次、团购地方菜系的有3万人次，水产鲜肉和蛋糕甜品所占购买比重也都较高。宁波人都是美食达人，爱外出品尝。有近18.7%宁波人酷爱吃自助餐，共有22万人次参与了自助餐的团购，自助餐、西餐和日韩系菜肴的团购都排名全国第二。嘉兴和南京超爱吃零食，有63.4%的嘉兴人酷爱休闲零食，共有47万人次参与了团购，而在南京也有31%近58万人次参加了零食团购。杭州人吃得比较均衡。有6%共1.88万人次团购水产鲜肉同时杭州人

也爱出去吃，21.2%共5.6万人次参与了当地餐饮美食团购。而从长三角人旅游团购交易额占比方面显示，上海、宁波、绍兴和杭州所在城市占比都惊人地在24%-22%之间，上海人旅游花费815万，杭州人则高达964万，显然长三角人更爱旅游。

B、北方人喜欢绿色

从北方人团购人次占比方面显示，有近16%北京人酷爱吃新鲜果蔬，有6.1万人次参与了果蔬团购；天津人团购的城市占比全国最高到37%，有2.68万人次参与了果蔬团购；有25%的大连人也偏爱于新鲜果蔬，共计团购1.1万人次。

在冬春季节，明智的北方人大多选择绿色果蔬来补充水分，以抵抗北方的干燥天气。绿色，看着好吃，吃着新鲜！

C、珠三角人最实在

不论从团购人次占比方面，还是以团购交易额占比方面都显示，珠三角用户偏爱生活超市类商品，注重实在的生活选择。从团购人次占比来看，生活超市类佛山56%、东莞53%、深圳45%、广州39%，且以日用百货、粮米油盐、音



像制品为主，泛珠三角城市福州有87万人次，占总团购人次的67%。普遍高于全国平均37%的占比。

从团购交易额占比来看，排名前三的是佛山、东莞和深圳，所在城市占比分别高达43%、41%、37%，远高于全国平均19%的占比。

D、西部人充满浪漫细胞

什么是浪漫的事，每个人心目中各有不同，在团购纬度，电影演出、鲜花、游乐游艺、景点门票和摄影写真就是浪漫的事务。从团购人次占比方面显示，西部人都充满浪漫细胞，只是方式和场所各有不同。

成都人的浪漫，从城市占比前两位来看，有近15%共2.5万人次去看电影演出，还有8%共1.2万人次选择景点公园。

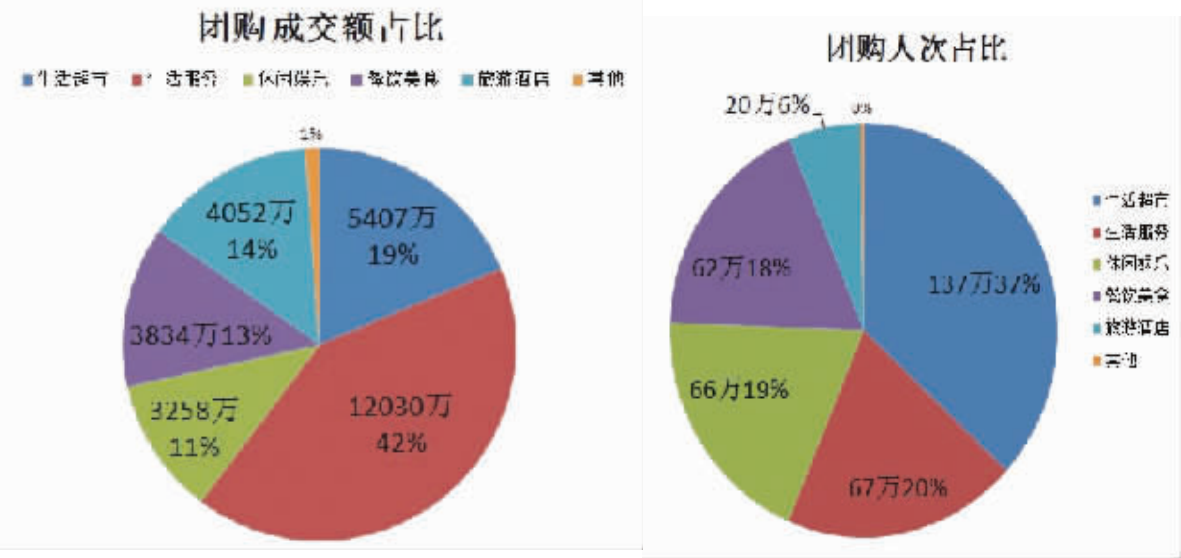
重庆人的浪漫，跟他们的性格一样火辣而直接。有近16%共2.3万人次团购了电影演出，同时有11%送上了1.5万束鲜花，主要是青年男性的表达方式。另外有22%团购了水产鲜肉、8%团购了粮米油盐、7%团购了新鲜果蔬，主要是年轻女性团，共团购消费了5.1万人次，深谙：抓住男人的心，要先抓住男人的胃。

西安、贵阳、昆明和乌鲁木齐除了电影演出之外，还喜欢带着另一半去游乐游艺和摄影写真，团购人次占比

都排在前三。

E、中部地区五花八门

从团购人次占比方面显示，中部地区生活特点五花八门。石家庄最爱酒水饮料，有146%的团购了1.8万人次。而郑州荣登最好学城市，有近31%郑州人酷爱教育培训，共有2万人次参与了教育培训。而最爱美食被南昌人摘得桂冠，有83%共有5.5万人参与了餐饮美食团购，其中72%共4.8万人选择了地方菜系，还有7%南昌人还爱吃西餐。太原是文艺青年聚集的城市，有39%的消费者选择了音像制品，占比全国排名榜首。



个性篇

成都不负休闲消费之都美誉 电影演出是最爱

聚划算成都站数据显示第一季度有17.5万人次团购了原价4445万元的服务，为此节省了3300万元，团购人次位列全国第4名。从成都人团购人次占比方面显

示，有近15%成都人酷爱电影演出，共有2.5万人次观看了电影演出。与老一辈的茶馆喝茶摆龙门阵不同，成都的年轻人更爱去电影院和景点公园，而手机二维码也成春季出游踏青

之必备。从单品团购方面，第一季度最热卖单品当属“平乐古镇20元通用代金券”，共计有9861人次购买了该团购。

趋势篇

聚划算 用数据总结今年首季团购趋势 以新鲜果蔬、粮米油盐为主的消费占比 37%

一季度有337万人次团购了服务，比去年同期增加了45倍。按一级类目团购人次占比方面，以新鲜果蔬、粮米油盐为主的生活超市占比高达37%，共有137万人次参团，上海、北京、福州团购消费了17万、14万和87万人次，在所在城市占比排名则显示嘉兴70%、福州67%、佛山56%、东莞和石家庄都为53%，分别团购消费了52万、87万、0.5万、1.3万和1.69万人次，实实在在的城市。

生活服务占20%，郑州以55%城市占比占据榜首，总计团购3.5万人次。其中教育培训服务就占据了31%，团购2万人次，显示其深厚的文化底蕴。同样的历史文化古都北京和杭州也分别团购了54万和24万人次。

休闲娱乐占19%，北京6.5万、南

京4.9万、成都4.8万和杭州4.6万成为第一季度的四大休闲之都，南京人光洗浴就团购了2.9万人次，金额达200万，显示南京人最懂得享受。

餐饮美食占18%，南昌、保定、宁波在所在城市占比分别为83%、62%和43%，绝对量方面北京9万、杭州6.4万、南昌5.5万和宁波5万，成就了好吃的名声。

旅游酒店占6%，显然一季度是旅游的淡季，上海仅有3.6万、杭州2.1万和北京2万人次的出行。一季度服务团购消费2.89亿，比去年同期增长了29倍。按一级类目团购所占交易额方面，以摄影写真、教育培训和通讯话费为主的生活服务占比高达42%，团购消费了1.2亿元。郑州、南通、潍坊所在城市占比分别高达77%、76%、

70%，而按实际交易额杭州、上海、深圳超千万，分别消费了1.918万、1.483万和1.016万元。

生活超市占19%，佛山、东莞、深圳所在城市占比分别高达43%、41%、37%，显然珠江人最为务实。

酒店旅游占14%，上海、宁波、绍兴和杭州所在城市占比都惊人，在24%-22%之间，上海人旅游花费815万，杭州人则高达964万，显然长三角人更爱玩。

休闲娱乐占13%，第一季度哪里最懂休闲？南京和哈尔滨城市分占榜首。

餐饮美食占11%，北京、杭州、宁波、成都，分别消费了690万、625万、328万和200万元，都是美食达人聚集的城市啊！

“趁虚而入” 中国家电企业抢攻日系品牌在华市场

受经济不景气、内需不旺、政策补贴退出等因素影响，今年家电市场开局惨淡，空调、冰箱等家电销量均出现较大幅度下滑。

不过，记者近日在广交会看见，除了规模较小的企业人流稀少以外，家电馆里如美的、长虹、海尔等知名品牌展位的销售人员仍然忙得不亦乐乎。有知名家电企业告诉记者，趁日本家电企业衰退的机遇，将加大自主品牌建设力度，开拓外销市场，抢占日本企业释放出来的市场份额。中国对外贸易中心副主任、广交会新闻发言人刘建军也表示，经济大环境不佳“倒逼”企业转变外贸方式，引导企业转型升级。

家电馆“冰火两重天”

中国商业联合会发布的数据显

示，2012年1-2月全国百家重点零售企业家电市场零售额同比增长1.11%，增速同比下降16.68%。家电出口也不乐观，其中空调和彩电成重灾区，统计数据显示，彩电内销、出口自2012年以来连续两个月下滑，内销跌8%，出口跌3%，而空调出口已出现连续6个月的下滑，预计今年第一和第二季度将分别萎缩24.6%和18.0%。

海外市场疲软，从广交会家电馆的客流量上也得到印证。杭州华日电冰箱股份有限公司外贸部负责人表示，以前广交会期间，家电区总是人满为患，今年客流量大约减少了1/4，欧美客户尤其减少得厉害。

不过，记者还发现，客流量减

少的说法在TCL、海信、长虹等中国名牌企业上不适用，这些展位上客商一波接一波，同时，这些企业均声称其今年一季度出口销售同比增长。如长虹表示其增长幅度为32%，海信增长幅度为23%，康佳增长9%。“由于今年家电形势确实严峻，全球家电需求预计下降15%-20%，一些国外客商担心付了款后收不到货，所以更愿意选择抗风险能力强的家电厂，造成出口订单集中到几家大型家电品牌手中。”TCL海外业务中心总经理栗相军对记者表示。

日本家电收缩战线带来机遇

“一方面，企业再像过去一样单纯依靠OEM加工，已经很难提价，在成本上涨、市场萎靡的双重打击下，不能长久维持，逼迫企业做自

主品牌。另一方面，日本品牌收缩战线，给了中国企业迅速打造自主品牌的空间。”青岛海信国际营销股份有限公司市场部副总监张烨表示，近年来海信坚持在海外投放大量资源建设自主品牌，目前已经初步尝到甜头。

渠道方面，康佳集团股份有限公司经营管理部副总经理邓志斌表示，康佳集团计划与台湾地区渠道商合作，成立合资公司，利用其固有渠道，以较低风险迅速打开该地区的市场。此外，还有不少参展企业表示要利用高端产品，与韩国企业竞赛，在本届广交会上，3D电视、智能电视都成为家电馆里的明星产品。

(新快报)



重庆大江研发生产国内首辆消防车亮相高交会

4月12日，第十届中国重庆高新技术交易会暨第六届中国国际军民两用技术博览会在重庆国际会展中心开幕。本次高交会、博览会以“军民融合·创新发展”为主题，重庆大江工业公司自主研发生产的全国首辆装甲消防车、桥梁检测车也同时亮相高交会，引来多方关注，深受好评。

马占超 摄影报道