



2024汽车选址洞察报告

典型车企销售渠道布局



快速导读

前言：

2024年，新能源汽车无疑稳居最热门行业之列。这一年，中国汽车市场风云变幻，格局迎来重大重塑。有的车企在激烈竞争中黯然失色，无奈落幕；有的品牌突破困境，实现教科书级别逆袭。

上半场，快速覆盖是握紧主动权的关键；进入下半场，科学布局及开店提质更为重要。

2024年「双销并行」成为车圈潮流，然而传统主机厂车企过去依赖经销商网络，“安步当车”难以承接泼天的流量；新能源车企虽有直营模式“前车之鉴”，但归来仍是渠道新手。

「既要又要」的大形式下，线下渠道网络的**搭建**难度更上一层楼，数智化成为解题核心思路。

本期，我们将目光聚焦于线下销售渠道网络建设，盘点典型新能源车企的2024。

Location基于全国**100+**车企品牌渠道网络数据，持续展开行业洞察，以专业服务和产品为车企科学建立清晰的发展规划，指引渠道扩张方向，以数据驱动的方式进行决策。

本篇报告基于以下几点：

1. 报告基础数据：网点数量、分布以及某品牌门店周边1000m范围其他品牌门店跟随，均来自Location数据中心，参考官网及其它公开渠道，结合邻汇吧全国独家的汽车巡展热度，展示于Location汽车版选址系统，同时应用于邻汇吧快慢闪店场地服务。

2. Location对汽车渠道网络布局持续监测，**含销售、交付、售后的终端场景，部分品牌含充电桩数据。**

本篇报告**聚焦销售职能网点**，可能兼具交付和售后职能（体验店、展厅（慢闪店）、服务中心），但不含独立的交付、售后等职能网点。



扫码了解
Location



目录

CONTENTS



01

乘用车品牌全国网点概况

全国网点数量排行VS销量榜

全国网点热力分布

汽车开店场景进化史

02

典型乘用车品牌选址洞察

大单品的网点策略，特斯拉VS小米

蔚小理你追我赶，抢占机会市场

新势力新星崛起，极氪零跑加速拓店

比亚迪开往区县，深蓝创新渠道组合

03

乘用车品牌数智化布局解析

灵活开店

商场开店影响因素

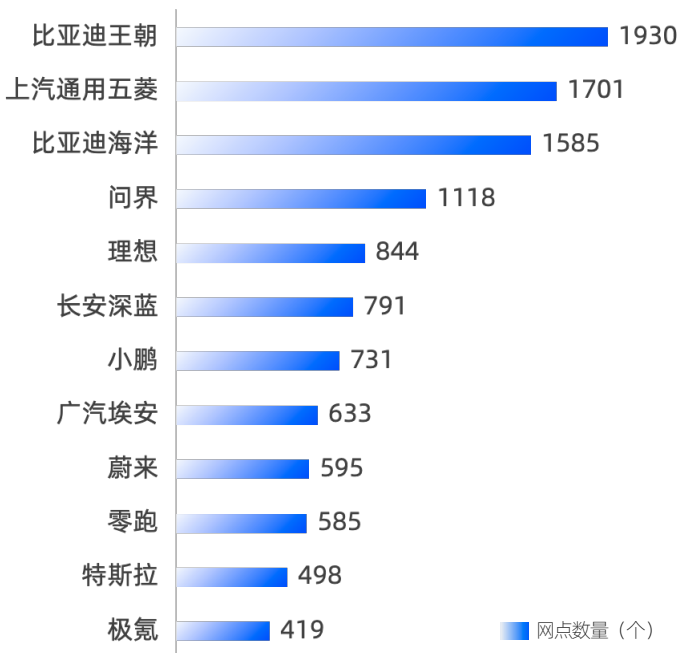
线下渠道布局，让开店可计算

Location数智化选址解决方案

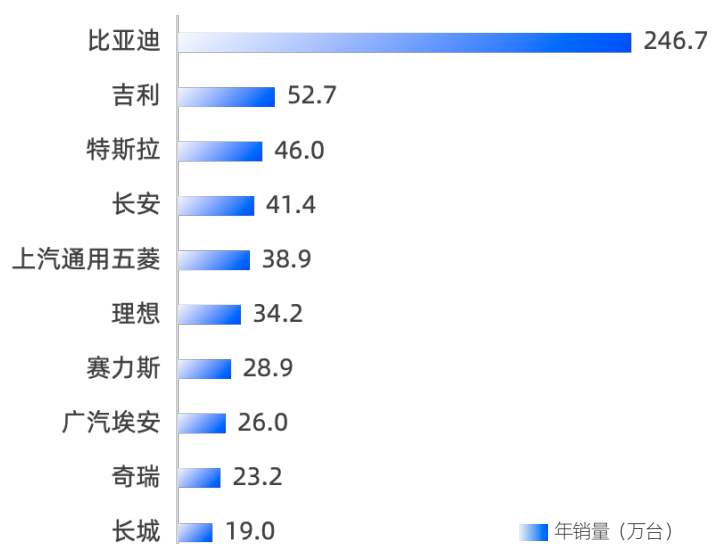
乘用车品牌网点概况

全国门店总数排行

乘用车品牌全国销售网点数量排行



2024年全国乘用车销量排行



注：全年销量数据来源乘联会
 网点数据来源：Location数据中心、地图、官网等公开渠道
 仅选取销售职能网点，可能兼具交付和售后职能，但不含独立的交付、售后等职能网点

渠道重构，双销并行

2024年大量车企品牌退场，但线下网点数量仍展示出增长态势。这些增量的主要来源是自主品牌新能源汽车渠道。具体来看，**新势力加码经销商，传统主机厂新能源探索自营。**

聚焦销售职能网点数量，传统主机厂的新能源品牌维持显著优势：比亚迪稳固榜首地位，其中比亚迪王朝网即将突破2000；广汽埃安、吉利银河加速扩张；新势力三巨头蔚小理“各有千秋”，理想提速，小鹏蔚来提质。整体来看，越来越多车企直营+经销商双销并进。

车企洗牌，强者更强

2024年新能源车企销量同比涨幅显著。中汽协数据显示，2024新能源汽车销量同比增幅超过30%，这背后是新能源汽车渗透率持续提升。

2024年，马太效应在车圈愈发明显，格局演变成为：1头（BYD）+6强（吉利/特斯拉/长安/上汽通用五菱/理想/小鹏）+2新（赛力斯/小米）。



从全国网点分布热力图来看：

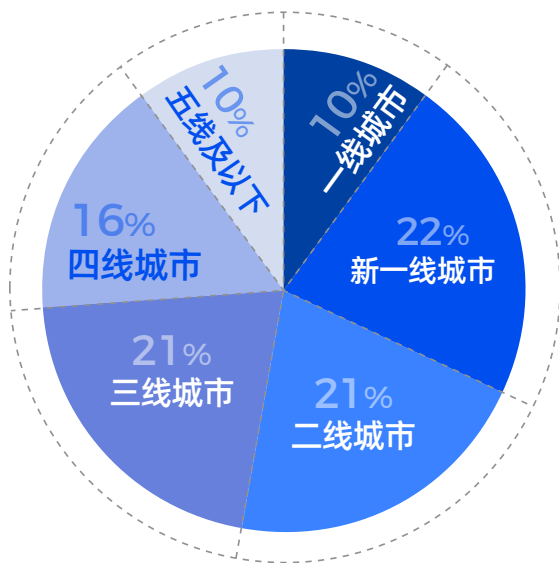
东部沿海及华北地区持续加密，东北、西南、西北地区等「电车荒漠」大幅突破。

尤其是随着电池技术的不断进步，这些区域为电动车企业提供了广阔的发展空间。

图片来自Location数智化选址系统

全国各线级城市汽车销售网点分布

乘用车品牌全国线级分布



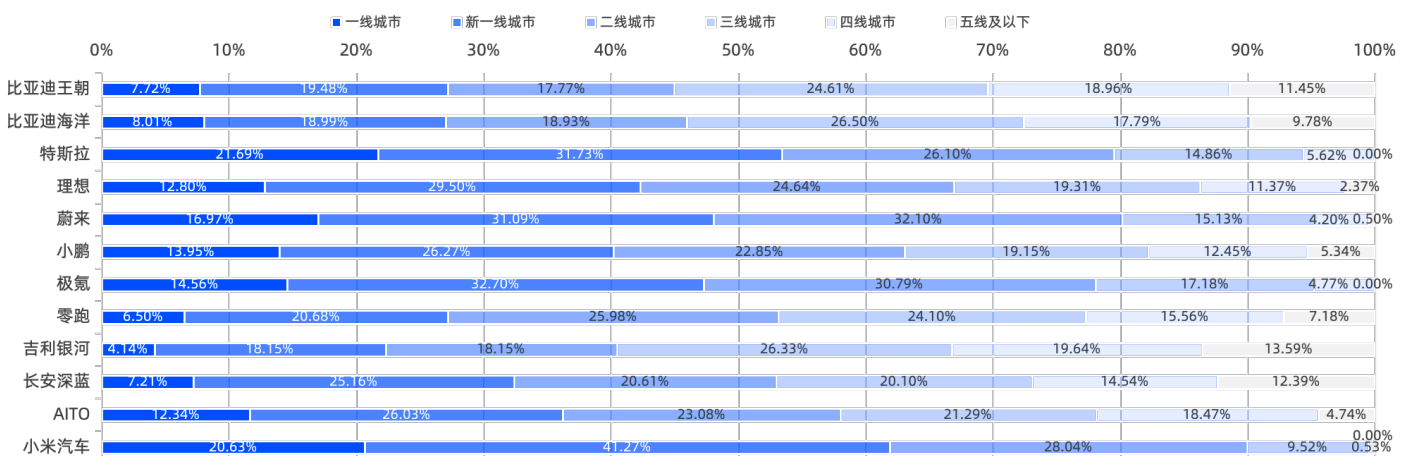
数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

高线城市（二线及以上）车企销售网点占比稍有下降，下沉市场（四线及以下）占比则不断提升。

一是大多车企加速开拓下沉市场，二是部分经营状况不佳的车企批量关店，而这些门店几乎都位于高线城市。

具体来看，由于品牌调性及产品定位的区别，不同车企的网络规划战略差异显著：特斯拉固守高线，比亚迪下沉区县，小鹏理想优化布局，小米高歌猛进。

典型乘用车品牌网点全国线级分布



乘用车品牌网点概况

专属汽车商圈聚合及定义

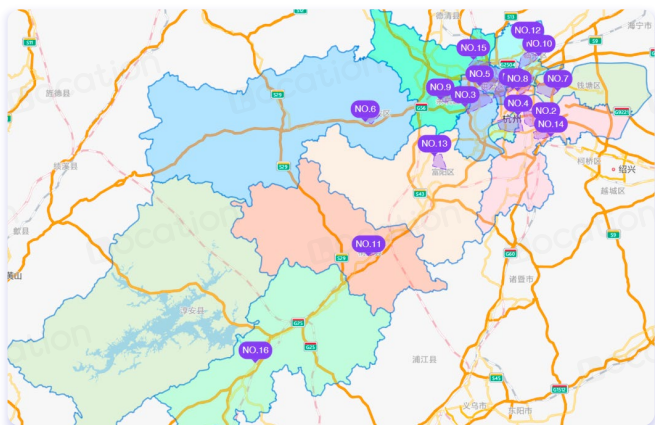
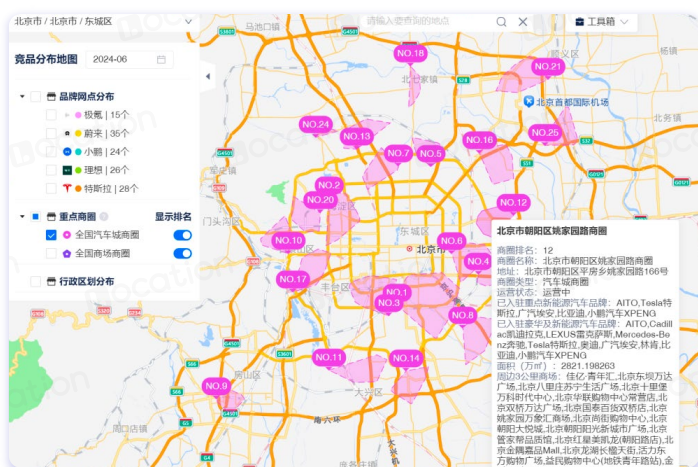


基于10年汽车线下服务经验及大数据沉淀，通过大数据和模型挖掘，Location划定全国**873**个适合汽车经营的汽车商圈，不局限于常见的**汽车城及购物中心场景**，探索更多适合车企开店的**机会区域**。

● 基于商圈聚合提效车企线下选址

基于某行业或某细分品类在一个位置密集聚集的逻辑，结合满足行业开店特征的相关属性，进行商圈行业分类聚合，Location提供汽车商圈推荐服务，**经头部车企实践验证，网规效率提升100%**。

商圈聚合



图片来自Location数智化选址系统

● 汽车品牌常见开店场景

| | | |
|-----------------------------|--|--|
| <p>核心商圈 购物中心</p> | <p>当前车企迅速拓展销售渠道网络的核心场景，通常也称「商超店」，利用商场的高流量优势，将新能源汽车直接展示在日常购物、休闲的环境中。含「旗舰门店」「快闪店」「慢闪店」等。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 高客流量 ○ 优质客群 ○ 灵活选择 |
| <p>汽车 商圈</p> | <p>围绕1km-3km半径范围汽车品牌网点聚集，在不同级别/线级城市，按照不同的半径范围及最少网点聚合出汽车商圈。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 租金适中 ○ 客群聚集 ○ 议价能力 |
| <p>产业 园区</p> | <p>传统主机厂4S店及新能源交付中心通常开在这些区域。过去4S店前店后厂，展厅和维修车间连在一块，既能销售也能维修，随着功能逐渐拆解，目前主要提供交付及维修服务。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○ 位置偏远 ○ 客群精准 ○ 租金便宜 ○ 空间舒适 |

选址洞察 | 特斯拉、小米

典型品牌
全国网点分布

特斯拉：确保店效，暂缓拓张

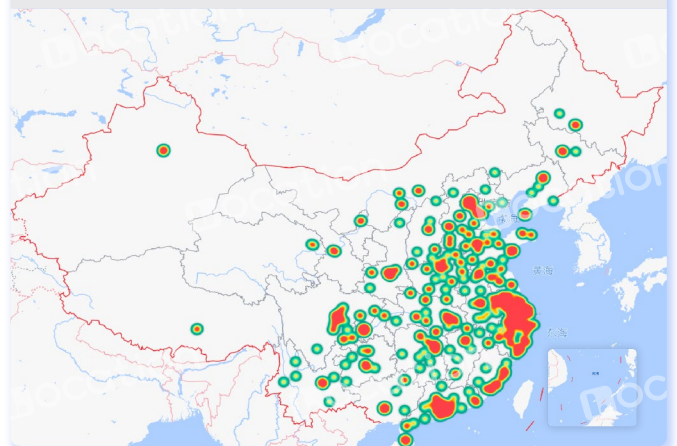
销售网点数量 **498**

覆盖城市 **122**

特斯拉销售网点热力图



特斯拉全功能网点热力分布



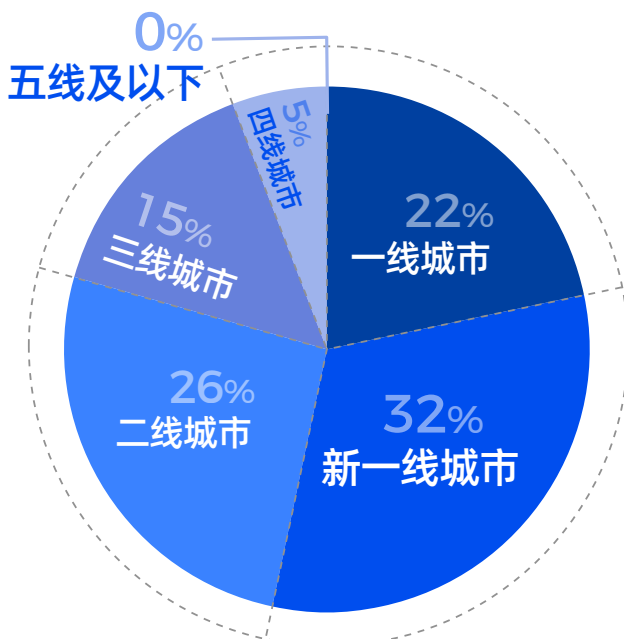
(含交付、售后、钣喷中心等)

图片来自Location数智化选址系统

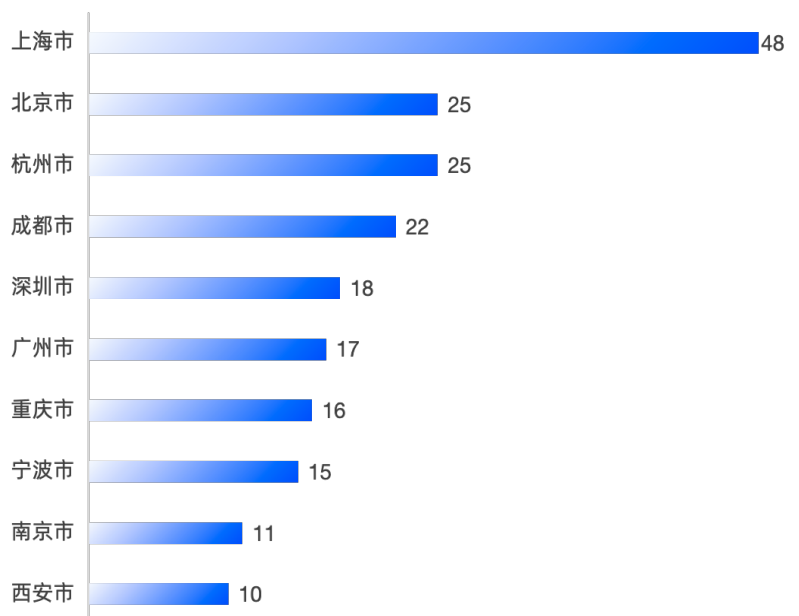
特斯拉2024年的销售网点拓展整体放缓，主线为小范围优化调整，比如关闭部分头部城市核心商圈门店，增加区域中心型商圈门店，确保销售网点的**单店效率**。

特斯拉在高线城市「饱和式」开店，低线城市采用「一家店」覆盖全城客户的打法。

特斯拉销售网点数量线级城市分布



特斯拉销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 高线城市相对饱和，低线城市单店支撑

从线级城市的分布来看，尽管特斯拉在新一线及以上城市网点数量占比仍超过50%，但这一比例较年初有所下降，主要原因在于新市场的首店进驻，形成一个「稀释」作用。从具体数量来看，全国范围内，特斯拉销售职能网点覆盖122座城市，其中仅有一个销售网点的城市高达53个；值得注意的是，特斯拉网点排名前20的城市网点总量达到了283，占比接近总数的一半。这种“贫富差距”佐证了特斯拉极高的单店效率。

伴随价格下调，发力下沉市场：

尽管多年未推出新产品，但通过焕新车型和价格调整，特斯拉积极适应市场动态。面对小米汽车的强劲冲击在内的中国汽车市场新格局，同时基于新车型推出的相关计划及趋势，特斯拉将逐步加强下沉市场的渠道建设，以保持其在中国市场的领先地位。

注：销售网点是指销售职能网点，可能兼具交付和售后职能（体验店、展厅（慢闪店）、服务中心），但不含独立的交付、售后等职能网点。

小米汽车：单品明星，1+N

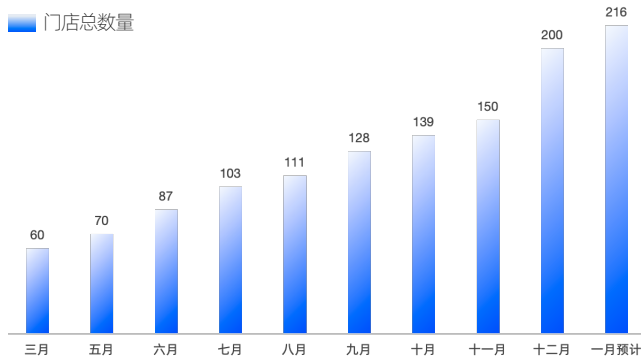
小米汽车网点热力图



图片来自Location数智化选址系统

网点数量 200

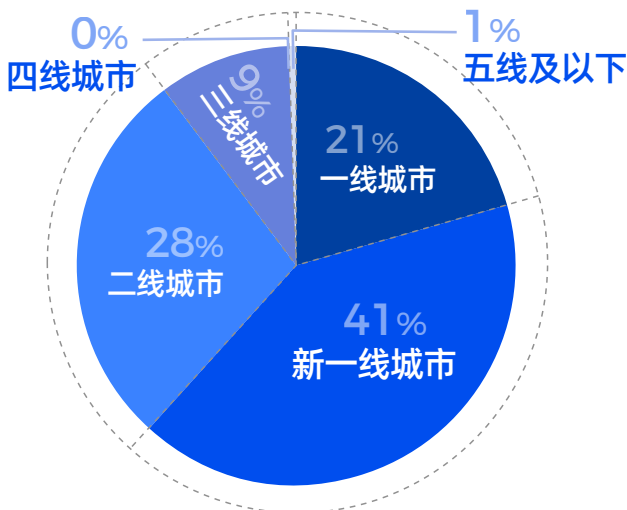
覆盖城市 58



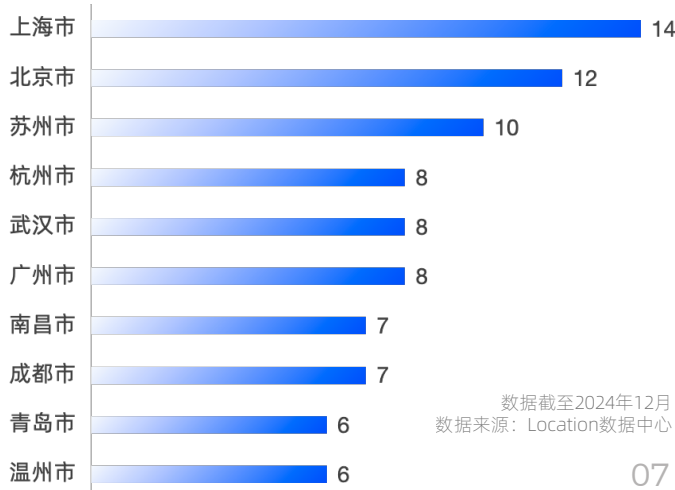
截至12月31日，还有29家小米汽车服务中心/小米汽车授权服务中心已经开业

2024年，小米在全国的网点数量达到了200家，仅包含具有销售与交付功能的门店。小米的销售网点重点进驻高线城市的核心商圈和商场，部分城市充分利用原有的小米之家进行扩展，借助高客流量的优势提升销售量及品牌曝光度。

小米汽车网点数量线级城市分布



小米汽车网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月
数据来源：Location数据中心

● 服务体系完善

在扩展销售&交付功能门店的过程中，小米同时积极开设服务中心与授权服务中心，为消费者提供全方位的售前、售后服务。

● “天使单” 占比高

2025跨年的围炉直播中，雷军透露小米SU7有30%的车主为“天使单”（未去线下体验就下单的订单），这既体现了小米强大产品带动力和营销能力，也催促着小米完善渠道网络布局。

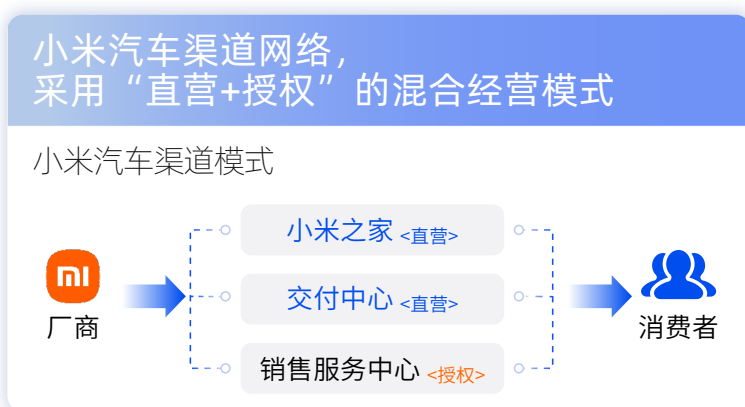
● 网点分布：聚焦高线，启动下沉

目前小米汽车聚焦高线城市的品牌形象店建设和销售&交付网络布局，北京、上海、广州、深圳等城市的核心商圈已陆续开设了小米之家汽车销售专区或体验中心，提供产品展示、试驾等服务。整体来看，2024年，小米高线城市网点数量占比高于60%。

● 渠道策略：N+1线上线下的融合

借助**小米之家**在下沉市场已有的布局和渠道资源，将汽车销售业务融入其中，利用小米之家的品牌影响力和客户流量，快速打开市场。

同时，与当地的经销商、服务商建立合作关系，共同拓展销售网络，提高市场覆盖范围。



展望2025年，YU7上市在即，小米汽车将基于**数智化选址系统**，在市场布局上持续发力，冲击领先地位。

通过专属开店模型的打造，测算市场容量、进行开店区域推荐及排序

数据可视化

网络规划

基盘管理

可视化展示多维度数据，包括：城市信息、竞品分布、人口、客流、客群、房价、商圈分布、专属粉丝、汽车销量等，提高选址效率和准确性

辅助网络规划，对所有门店进行管理及科学评估，同时提供门店相应的商圈详情分析，提高选址成功率

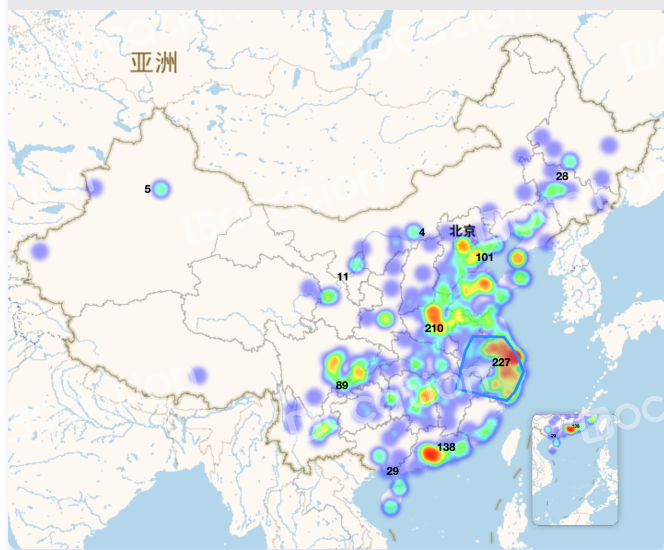
选址洞察 | 「蔚小理」

理想汽车：坚持直营，聚焦优化

销售网点数量 **844**

覆盖城市 **204**

理想汽车销售网点热力图



图片来自Location数智化选址系统

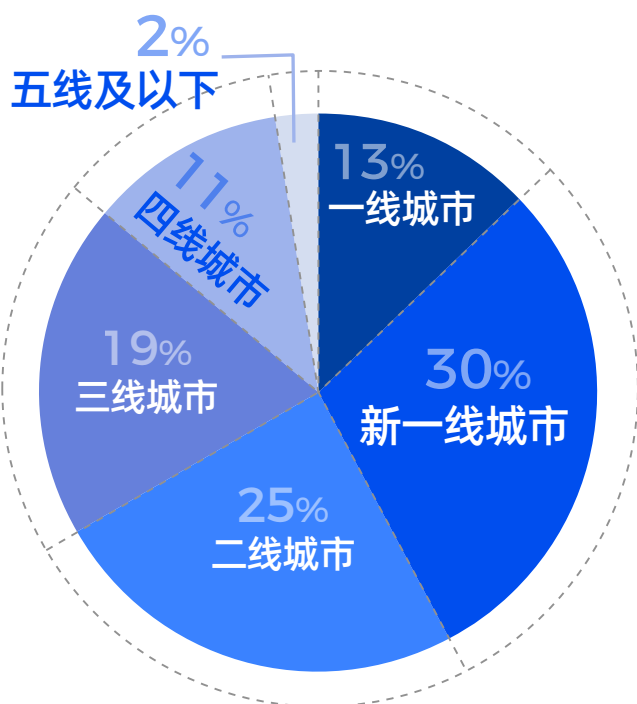
注：仅包含销售职能网点（零售中心、慢闪店等）；不含独立的交付与售后职能网点

坚持直营，扩大市场，聚焦优化

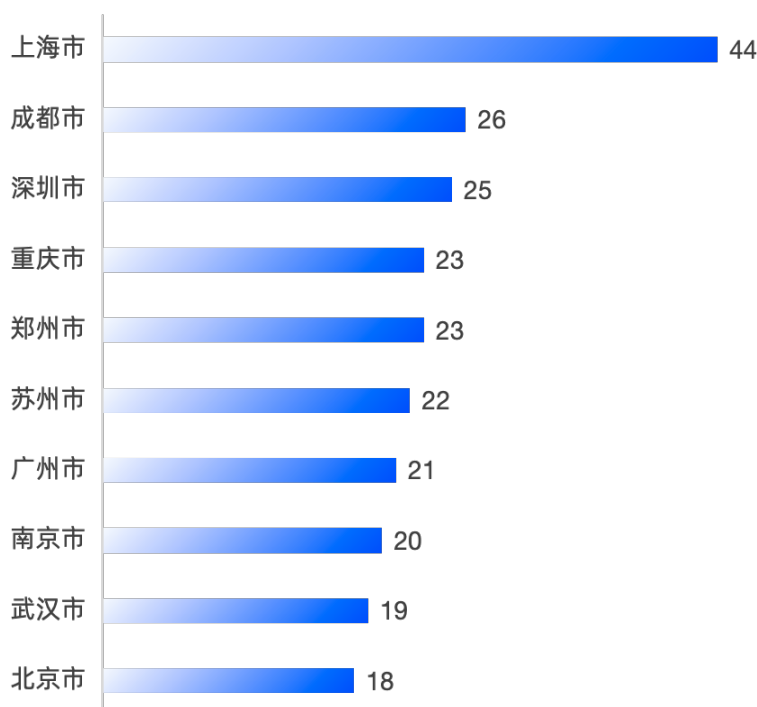
直营战略：2024年，理想汽车成功登顶国产新势力销量榜单，同步增长的还有全国网点数量。与其他已开放经销商模式的新势力不同，理想汽车坚守直营策略，开拓新城&网点加密，提升品牌影响力和服务能力。

扩大覆盖：理想2024年积极扩大在三线城市和一些关键的四/五线城市的覆盖范围，以提高品牌在低线城市的知名度和市场份额。

理想汽车门店数量线级城市分布



理想汽车门店数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 三端融合，数智化选址

理想2024年正式启动三端阵地融合，将零售、交付、服务三端的规划、营建融合在一起。**基于大数据选址系统的策略制定和店址选择，建立销售网络、优化门店分布及确定开店顺序等。**

● 零售空间精细化管理

2024年1月，理想汽车在一线城市开设了首批旗舰级零售中心，选址城市核心商圈及头部汽车城。

旗舰级零售中心集合理想汽车售前售后两端直营业务的综合中心，在“家庭科技”的品牌价值基础上、突出新能源企业前沿的零售展厅和高效的服务体验。

同时，理想汽车逐步关闭表现不佳的商超门店，转而在汽车城设立销售中心，以降低核心商圈的门店运营成本。考虑**主入口/主中庭和临街优选铺位**等黄金位置，保障门店的可视性、可达性、停留性。

零售空间精细化管理

| 网点类型 | 渠道定义 | 城市层级 | 图片参考 |
|---------|-------------------------|------------------|--|
| 旗舰级零售中心 | 国家级 区域级 | 一线/新一线 优质省会城市 |  |
| 零售中心 | 城市级 | 一线/新一线 |  |
| 慢闪店 | 购物中心多经点位/ 高铁站/地铁站等场景 | 一线/新一线 |  |
| 快闪店 | 主题形象等 | 一线/新一线 |  |

选址洞察 | 「蔚小理」

小鹏汽车：渠道变革，加速覆盖

小鹏汽车销售网点热力图



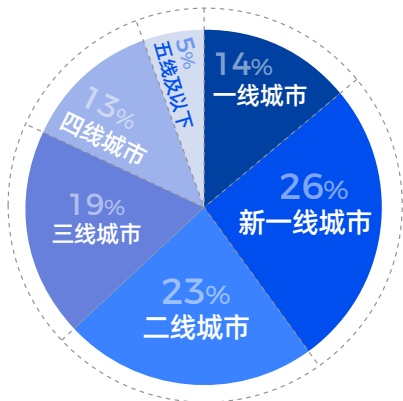
图片来自Location数智化选址系统

销售网点数量 **731**

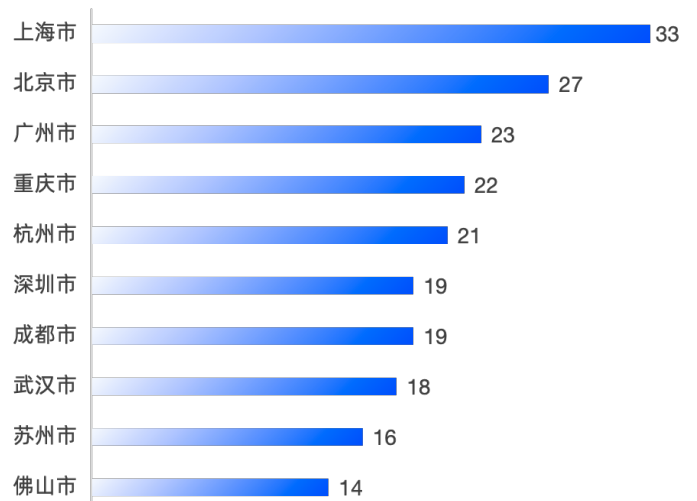
覆盖城市 **227**

2024年，小鹏汽车实施“木星计划”。**优化渠道模式和线下布局**，扩大销售网络覆盖，加速下沉至三线及以下城市。同时，巩固华南、华东市场，并探索东北、华北市场。

小鹏汽车销售网点数量线级城市分布



小鹏汽车销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

调整渠道模式比例，加速网络布局

小鹏打造结合“自建自营、授权经营、线上线下”的多元化新零售模式。具体来看，扩大代理经销商的门店规模，拓展三四线城市及以下的下沉市场，优化效率低下的直营门店，提高整体运营效率和资源利用效率。

20万以下车型+下沉市场拓展，教科书级别逆袭

2024年小鹏加速进驻新城，截至12月底，小鹏已在125个城市达成单城单店布局，城市覆盖率与市场占有率同步提升。伴随MONA M03等20万以下新车型问世，小鹏发力下沉市场。仰仗精准定位、多元产品和高效营销，小鹏稳步扎根，上演逆袭好戏。

大数据赋能，锚定汽车商圈

作为新势力头部品牌，小鹏在**门店选址数智化**上先声夺人。可视化呈现竞品网点的数量与开闭店状况，助小鹏洞察行业动态；商圈标准界定及推荐模型构建，赋能销售网络布局与门店优化。

选址洞察 | 「蔚小理」

蔚来：网点持续优化，探索「荒漠」区域



图片来自Location数智化选址系统

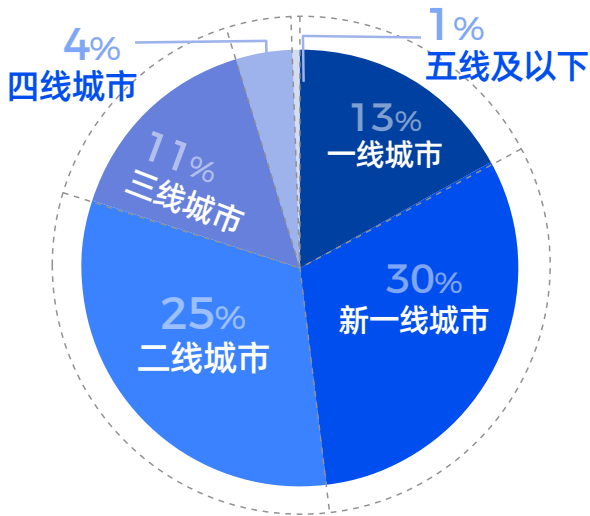
销售网点数量 **595**

覆盖城市 **122**

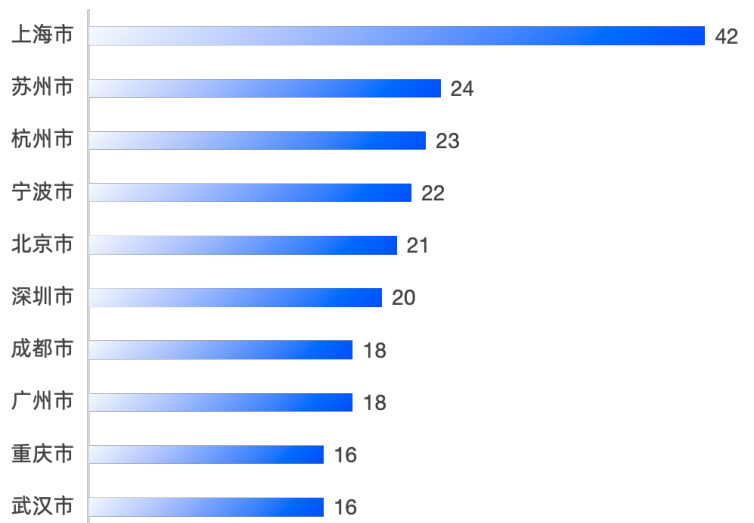
2024年，蔚来汽车聚焦网络深度优化升级，多维统筹：**完善补能、深耕下沉市场**。

从渠道建设来看，蔚来同样采用直营与合作相结合的模式，与优质经销商合作，践行**「双销合一」**的渠道重构，进一步拓宽市场覆盖版图。

蔚来汽车销售网点数量线级城市分布



蔚来汽车销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 聚焦高线城市，创造愉悦生活方式

蔚来特别聚焦于一二线城市及限牌城市，建立多个「蔚来中心」。从线级城市的分布来看，新一线及以上城市为蔚来贡献了近50%的门店。

● 关注北方市场，抢占电车“荒漠”

与此同时，蔚来在2024年逐渐将目光投向其他电动汽车品牌相对忽视的市场。例如，蔚来2024年6月在哈尔滨开设新的蔚来中心，并表示将基于补能网络的拓展，进一步布局北方市场，特别是抢占被称为“电车荒漠”的东北地区。

选址洞察 | 极氪、零跑

极氪：高线核心商圈，低线加速渗透



图片来自Location数智化选址系统

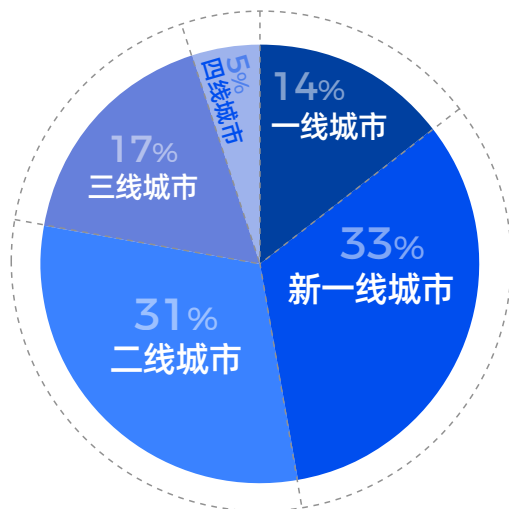
销售网点数量 **419**

覆盖城市 **113**

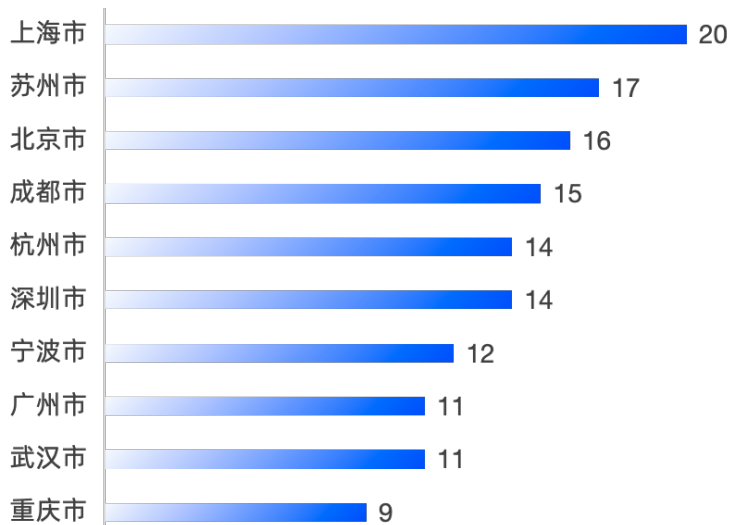
极氪2024年发力线下渠道布局，追赶「蔚小理」，通过多种店型和创新的渠道模式，攻克三四线空白市场。

对比2024年初的网点覆盖，极氪重点探索积极开拓华北及中部的新城，提升品牌的网络密度，覆盖更多客群。

极氪汽车销售网点数量线级城市分布



极氪汽车销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 进驻三四线城市

过去，极氪几乎只在高线城市开店，2024年极氪特别关注三四线城市开拓。截至2024年底，极氪三四线城市的覆盖完成率达到60%，加速挖掘市场潜力，提供销量贡献，同时提升品牌的大众知名度和影响力。

● 多样化店型

一二线城市，极氪重点发展**极氪中心**和**极氪家**。提供售前服务的同时提供高标准的后服务，满足消费者对豪华体验的需求。

三四线城市，极氪主要发展**极氪空间**，以更灵活和经济的方式覆盖更多市场。这种布局方式有助于降低运营成本，同时快速扩展市场覆盖面。

选址洞察 | 极氪、零跑

零跑：快速下沉，多店型协同发展

销售网点数量 **585**

覆盖城市 **233**

2024年新能源的绝对黑马，零跑当仁不让，销量对比2023年**猛增100%**。



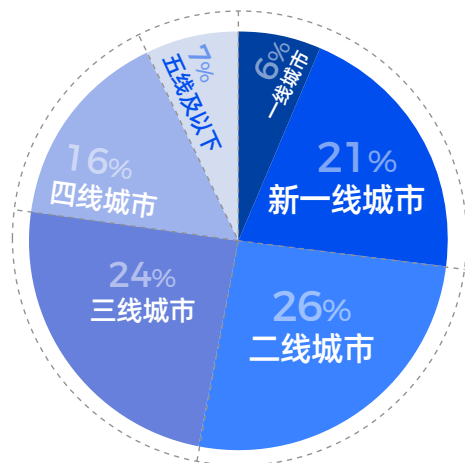
图片来自Location数智化选址系统

● 扩张迅速，多店型协同发展

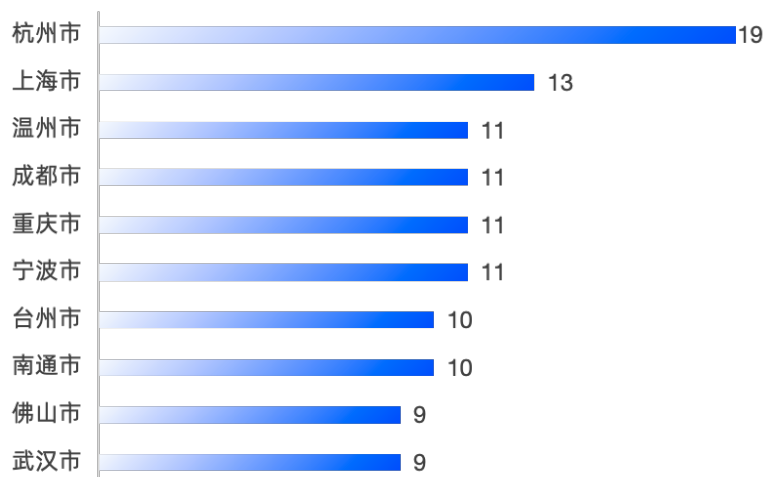
零跑汽车在国内市场的门店数量持续增加，和小米汽车类似，零跑同样采用**“1+n”**模式，包括零跑中心、体验中心和服务中心等多种类型门店。

零跑中心一般位于城市汽车销售服务交付聚集的核心商圈，功能集销售、交付、服务等于一体；体验中心一般位于城市商超、城市展厅及卫星店等汽车销售聚集的核心商圈，主要以销售、品牌展示为主。

零跑汽车销售网点数量线级城市分布



零跑汽车销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 高覆盖，强匹配

零跑汽车已在全国多个城市建立了网点，不仅覆盖了高线城市的核心商圈，还积极向三四线城市渗透。这种布局策略与产品的目标客群高度匹配，直接体现在销量数据的显著提升上。

● 门店布局助力崛起，崛起促进门店布局优化

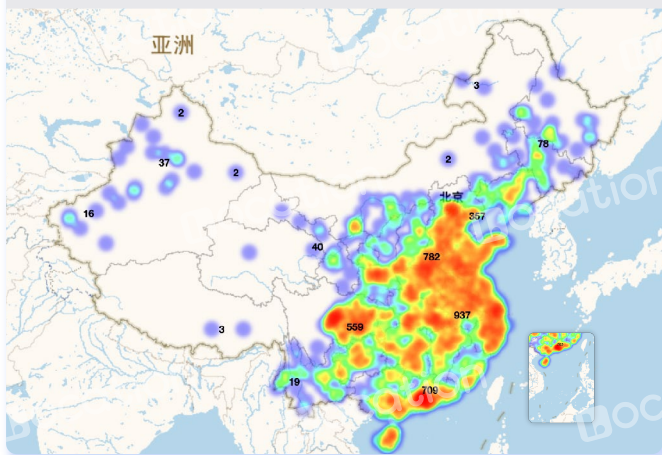
零跑汽车通过广泛的门店布局，有效提升了品牌知名度和影响力，为消费者提供了便捷的购车、试驾和售后服务体验，从而促进了销量增长。随着2024年销量和品牌影响力的提升，零跑汽车拥有更多资源和信心进一步优化门店布局，加速国内扩张，形成良性循环。

选址洞察 | 比亚迪、长安深蓝

比亚迪：遥遥领先的网点覆盖

传统车企持续借力打力

●●● 比亚迪网点热力分布 (含王朝、海洋双线)



比亚迪王朝销售网点数量

1930

覆盖城市

334

比亚迪海洋销售网点数量

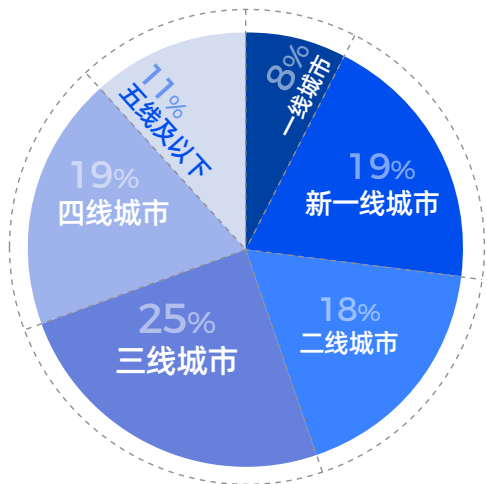
1585

覆盖城市

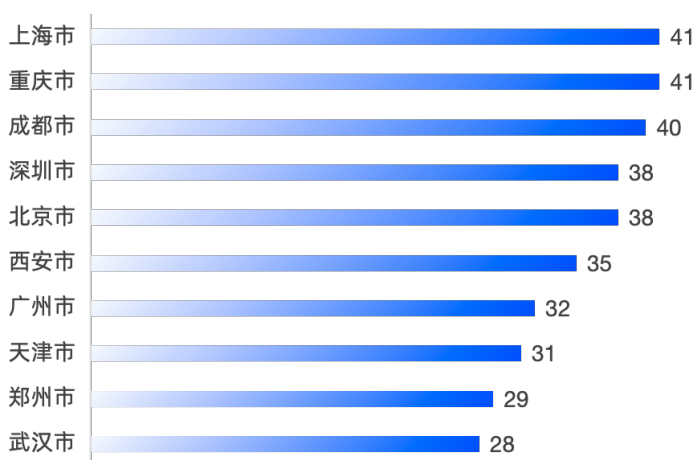
332

图片来自Location数智化选址系统

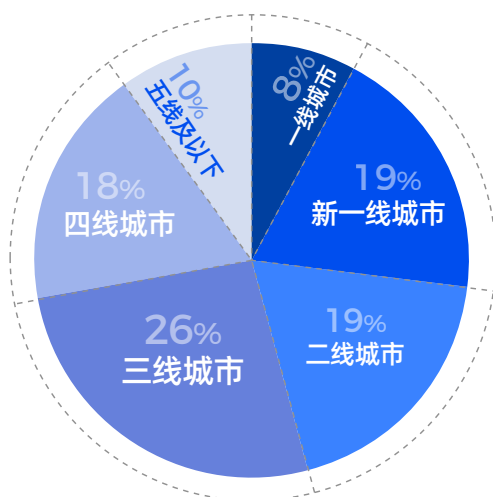
比亚迪王朝销售网点数量线级城市分布



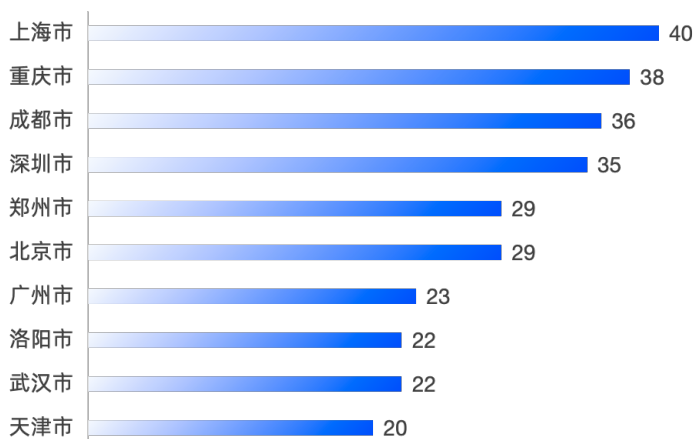
比亚迪王朝销售网点数量城市分布TOP10



比亚迪海洋销售网点数量线级城市分布



比亚迪海洋销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

- 网点覆盖全国范围
- 深度渗透各线城市
- 整体布局相对均衡



- ✓ 大面积曝光，提升品牌影响力
- ✓ 触达更多客群，提升消费体验
- ✓ 深入多场景，实现品效结合

比亚迪依靠其密集且深入的销售渠道，拥抱广大消费者。但从趋势来看，王朝网和海洋网高速增长的势头正在减缓。在完善的城市网点覆盖基础上，比亚迪并不激进加密，选择继续下沉开发县级市场。

● 重点开发县级下沉市场

王朝网和海洋网2024年重点开发县级市场，通过开设面积更小、成本更低的门店增加销售渠道，吃掉更多燃油车市场份额。尤其是比亚迪王朝网，在2024年将销售网络布置得更细、更密，离县级市场更近。

● 优化现有门店布局

在一二线城市，对现有门店进行优化升级，提升服务质量和用户体验，同时根据市场需求和销售数据，对部分门店的位置和规模进行调整。

长安深蓝



销售网点数量 **791**

覆盖城市 **284**

长安深蓝作为传统主机厂的新能源品牌，过去的开店逻辑在于跟随传统油车，辅以快闪布局。

稍显乏力的单店销量促使其加速创新。2024年长安深蓝侧重优化渠道组合与布局，**同时创新渠道拓展。**

图片来自Location数智化选址系统

● 优化渠道组合与布局

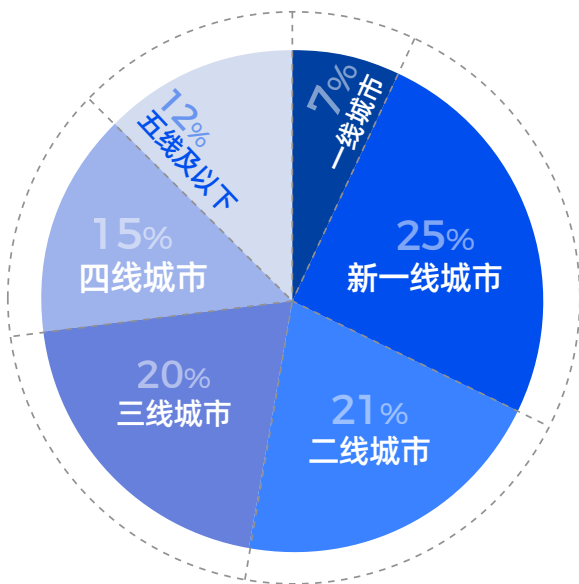
以城市展厅和服务中心为主，辅助 4S 店、独立交付中心等**多种渠道类型协同发展**，形成多样化的渠道组合，降低经销商建店投入。城市展厅一般位于城市核心商圈、购物中心等人流量较大的地方，方便消费者看车和试乘；服务中心主要布局在交通便利、易于到达的区域，为车主提供售后维修、保养等服务。

● 创新渠道拓展：长安多品牌交付中心

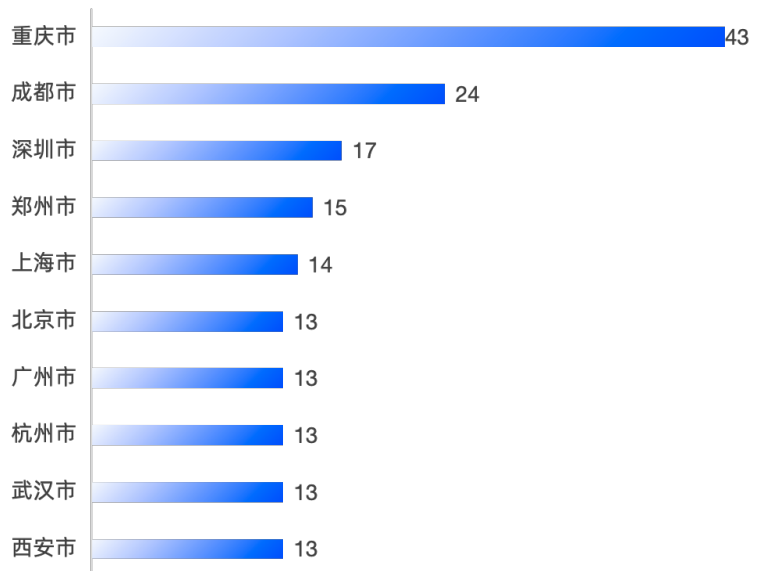
利用长安多品牌交付中心，实现资源共享和协同发展，提高交付效率和服务质量。

| | |
|--------|--|
| 户外移动展厅 | 采用户外移动展厅，如 BOX 展厅，灵活布局市区 / 县城的汽车商圈、住宅楼 / 办公楼底商、商场户外等地，低成本快速触达潜在客户。 |
| 小型合伙人店 | 利用合伙人的资源和渠道优势，扩大品牌影响力和销售网络。 |
| 直营店 | 尝试开设直营店，掌握销售和服务的主动权，直接了解客户需求和市场反馈。 |

长安深蓝销售网点数量线级城市分布



长安深蓝销售网点数量城市分布TOP10



数据截至2024年12月；数据来源：Location数据中心

● 更大范围覆盖

深蓝汽车基本覆盖了 1~4 线城市。在一二线城市，巩固和优化现有门店，提升品牌形象和服务质量；在三四线城市，加快布局速度，通过小型门店、合伙人店等形式，满足当地消费者的需求，提升市场覆盖率。

乘用车品牌数智化布局解析

车企选址需要哪些数据

竞品分布

全品牌汽车门店位置数据，洞察行业动向，辅助开店决策

○ 全国100+品牌，70000+网点

含门店名称、所属行政区划、商圈名称、经纬度坐标、品牌、是否新能源品牌、经销商集团、门店类型及门店业务功能等（销售、交付、机修、钣喷）

汽车商圈数据

划分商圈类型，洞察商圈环境，寻找潜力商圈

○ 1000+汽车商圈，10000+商场商圈

含汽车商圈类型、所属城市区划、商圈名称、围栏范围、所含品牌明细及门店数量等

商业商场数据及业态清单

评估商场业态，匹配精准客群

○ 13000+商场

名称、省市、地址、坐标、等级、客流、商业面积、汽车门店数、汽车品牌数

○ 6400+（3万方以上）商场

项目名称及地址、月均客流、经纬度、面积、项目类型、项目定位、商业面积、开业时间、楼层、开发商、运营商、连锁名称、业态配比及楼层分布等

社会经济数据

分析城市经济发展，判断城市进驻优先级

○ 城市基础信息：

城市和区县维度GDP、人口及平均房价等

乘用车品牌数智化布局解析

汽车开店特征分析（以购物中心为例）

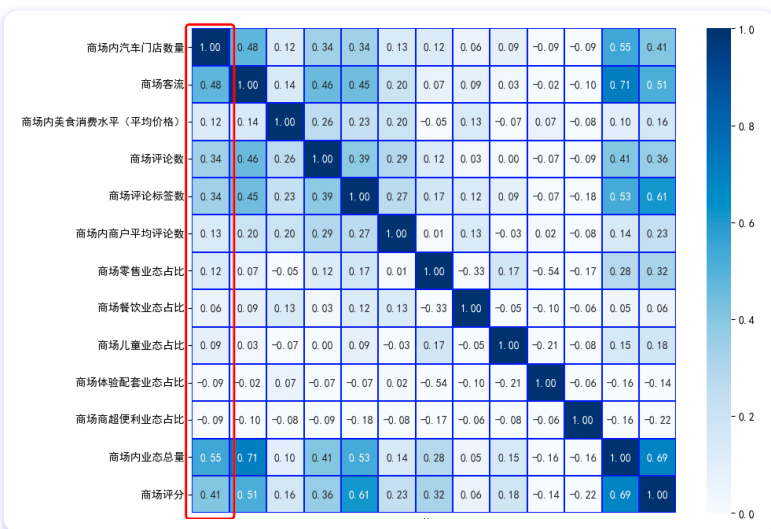
Location选取12000+个商场样本，从全量特征中找到关键影响汽车商场开店的因素。

● 特征参考：

| | |
|-------------|---|
| 人口类数据 | 例如，周边1000m居住人口 |
| 人群消费类数据 | 美食消费水平（平均价格）；周边1000m范围小区平均房价 |
| 商场客流数据 | 商场围栏内客流 |
| 商场点评数据 | 商场自身评分、商场评论标签数、平均商户评价数 |
| 商场业态类数据 | 商场内零售、餐饮、儿童、体验配套、商超便利类占比 |
| 商场评分数据 | 邻汇吧基于全国商场的长期深入合作研究出的一套商场评分体系评分参考（商场特征及周边特征） |
| 商场快慢闪活动数据 | 商场内合作的汽车快慢闪活动数据，Location选址系统针对汽车行业定义-汽车巡展热度（综合活动场次、合作品牌、活动数等） |
| 周边门店数量及存续数据 | 周边一定范围内的汽车销售开闭店数据 |
| 周边配套数据 | 周边一定范围内的充电站、汽车服务相关、汽车养护/装饰、洗车场、小区、公司等数据 |
| 其他 | 全域大数据（自有数据+三方数据+系统自采） |

● 商场自身特征起主要影响，周边特征影响不显著

通过深度的模型解析和指标研究，将商场汽车品牌门店开店数量作为目标值，探索这些特征及分类与其之间的关系，找出影响商场汽车开店关键因素。



门店与商场特征的相关性分析结果

I 正向影响因素

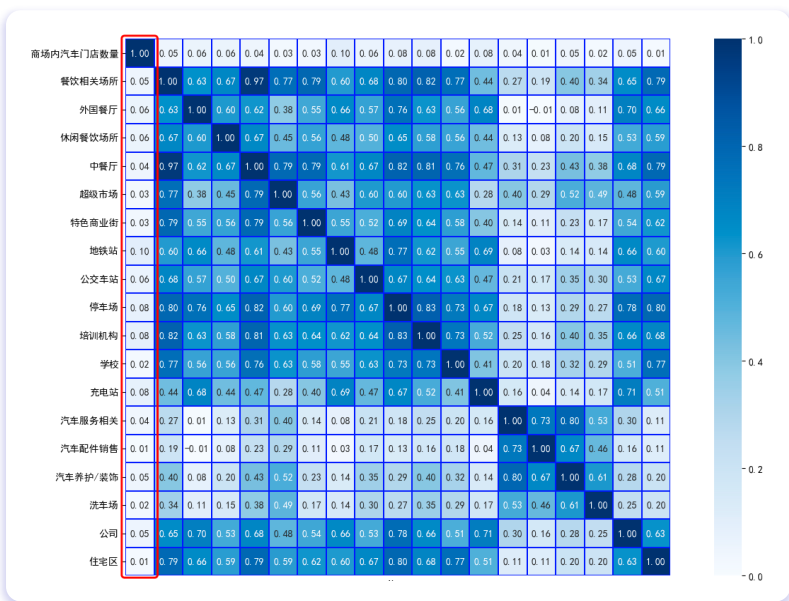
商场客流： 高客流量利于品牌门店曝光、目标客户触达、潜在客户挖掘；更精细的点位级客流监测分析有利于品牌门店经营与销售转化。

商场业态：【业态总量以及商场零售、餐饮、儿童业态占比】业态组合定位目标客群，考察业态的互补性和竞争性选择入驻。

商场点评：【商场评论标签数、商场评论数】量化消费者的体验与偏好，展现商场的核心吸引力与消费氛围，有助于评估品牌与商场的匹配度。

商场评分：综合商场特征与周边特征的各项指标对全量商业体评分，直观理解商场核心竞争力和排名地位，为选址决策提供科学参考。

商场快慢闪活动数据：【快慢闪需求量（订单数）、快慢闪场次（活动天数）、快慢闪合作品牌数量】快慢闪店选址逻辑与门店趋同，商场历史快慢闪活动数据。



门店与商场周边特征的相关性分析结果

I 正向影响因素

周边2000m范围汽车门店数量：

分析周边汽车门店密集度，评估竞争态势、容量规模和发展潜力，有利于制定适合当地市场的渠道布局策略。

I 不显著影响因素

周边2000m范围居住人口、周边1000m范围小区平均房价：周边人口数量密集度，周边房价水平相对对商场内汽车门店影响不是很大。

商场周边配套（2000m范围内）：周边配套的环境特征（包括不同餐饮类型、商业街与/市场、地铁站/公交站、学校/住宅/公司/培训机构）与**周边配套的汽车氛围**（包括停车场、洗车场、充电站、汽养护装饰/车服务/配件销售门店）都对商场汽车门店的影响较小。

商场周边特征指标与门店数量有一定相关性，但不构成显著影响关系；其中，商场周边**2000m范围内汽车配件门店、洗车场、学校以及住宅数量**对汽车开店几乎没有影响。

周边汽车销售门店的存续时间：商场周边无论是新开不到一年的门店，还是持续经营一年以上的门店，对商场内汽车开店并无显著影响。

汽车商场门店主要受商场自身特征影响，而非周边环境特征的影响，因此，汽车商场开店的关键，是**找到好的商场以及适合某品类的商场**。品牌判断商场准入性，还需结合商场整体定位和品牌调性的匹配度、以及品牌目标市场精准聚焦商场客群。

乘用车品牌数智化布局解析

Location数智化选址解决方案



扫码了解Location



依托全域全场景的时空数据和深度学习算法能力，为企业提供竞品分析、网络规划、加盟管理、门店拓展等选址开发全流程服务，建设品牌私有的流量价值计算能力，提供数据驱动的科学选址策略。

核心价值 | 全流程助力车企高质量开城辟店

高精数据 >>> 大数据算法驱动科学选址决策

300+城市基础数据

- 城市经济
- 商业
- 人口
- 交通概况
- ...

多维度分布数据

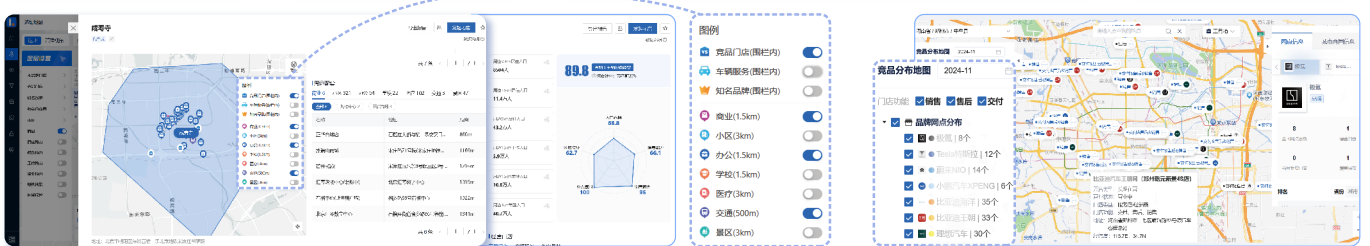
- 主流商场
- 开店品牌
- 人口热力
- 7000W+ POI

汽车行业数据

- 竞品网点
- 开店类型 (门店/慢闪店)
- 门店类型 (服务店/经销商)
- 门店功能 (交付/售后/销售)
- 热力分布
- ...

商圈数据

- 1000+ 汽车城
- 12000+ 购物中心
- ...



客群画像 客流数据 POI信息 已入驻重点新能源汽车品牌

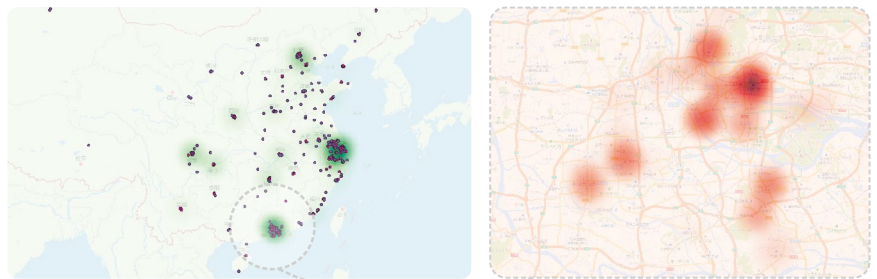
图片来自Location数智化选址系统

巡展热度 >>> 独家能力辅助选位

基于邻汇吧10年线下车企服务经验及数据沉淀

- 快/慢闪店渠道布局
- 快慢闪店热度评估
- 快慢闪店与门店分布关系追踪
- 巡展热度

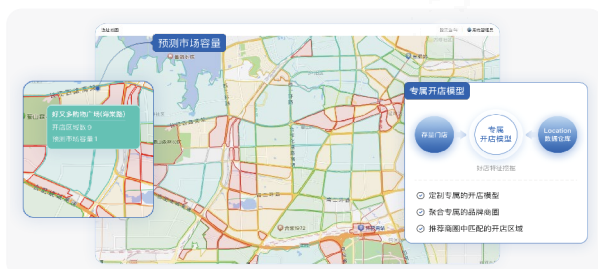
结合分布规律，确立拓展目标，实现巡展业务与线下门店业务双提升。



图片来自Location数智化选址系统

专属模型 >>> 结合品牌个性定制私有化模型

- 汽车商圈定义及划分
- 汽车行业开店区域推荐标准版
- 品牌私有化开店模型
- 开店优势区域清单



图片来自Location数智化选址系统

便捷拓店 >>> 流程标准化, 决策高协同

从选址到开店各步骤数字化，提高效率



图片来自Location数智化选址系统

● 解决方案 | 深耕汽车行业的网络规划模型



● 产品能力 | 多位一体的数智化选址系统

| Location - 品牌连锁门店智能决策引擎 | | | | | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------|-------------|---------|---------|-----------------|---------|------|--------|-------|
| 🏠 企业管理 | | 📊 战略规划 | | 📍 招商加盟 | | 🌐 拓展开发 | | 📁 信息留存 | |
| 应用 层面 | 企微/钉钉/飞书 | | APP/小程序 | | 招商系统 | | OA | CRM | 其他 |
| | PC端 | | | | APP端 | | | | |
| 业务 流程 | 提升开店效率 / 提高开店成功率 / 延长门店生命周期 | | | | | | | | |
| | 数据洞察&可视化呈现 | | | | 选址拓店(网络规划&拓店管理) | | | | |
| | 300+ 城市 | 12000+ 购物中心 | 自有门店 | 人口&人口热力 | 网络规划 | | 拓店管理 | | |
| 1000+ 汽车城 | 7000W+ POI | 竞品门店 | 客流&客群画像 | 模型定制 | 商圈规划 | 计划分配 | 点位勘察 | 店铺评估 | 绩效管理 |
| 底层 能力 | 数据 | | | 模型 | | | 工具 | | |
| | 点位数据 | 三方数据 | 自采数据 | 开店模型 | 店铺模型 | 销售额预测模型 | 系统工具 | 计数工具 | 客流监测机 |



如果你需要选址规划和拓店管理
或探讨更多基于全域大数据、点位级真实客流和选址模型的数智选址方案
欢迎联系我们



【申请体验】



【Location公众号】



【客流计数】



【市场合作】

服务热线：4001-028-028
市场合作：MKT@linhuiba.com