



# 坐拥地铁流量，为何有人火爆有人愁？



来源：苏宁金融研究院

作者：苏宁金融研究院高级研究员杜娟

互联网经济的崛起让“流量”一词火爆线上，无论是电商零售还是生活服务，亦或是出行住宿、娱乐资讯，即使互联网平台属性千差万别，获取流量却是他们共通的成功密码。

随着线上流量成本持续走高，越来越多的人将目光转移到线下。即使是已经成功的互联网巨头也纷纷开启寻找线下流量的脚步。打造第二增长曲线、线上线下业务协同，成为互联网巨头们的下一站重点。而更加分散的线下流量，不似线上般大规模聚集在某几大平台，也为更多创业者提供机会。

### 一、百亿地铁流量，催生多样化线下业态

在线下众多的流量高地中，“地铁”场景不可忽视。全年上百亿人次的客运量，让地铁站上“流量”金字塔顶端。

中国城市轨道交通协会数据显示，2019年全国37个主要城市共有地铁线路150条，地铁线路总长度5179.6公里，全年地铁客运总量227.76亿人次（未去重）。其中北京、上海、广州分别以全年客运量39.43亿人次、38.69亿人次、32.88亿人次成为前三甲。深圳、成都、武汉、南京的全年客运量也均超过了10亿人次。

如此大规模的客流量，绝大部分是中青年，这一群体正是中国消费市

场的绝对主力，也成为商家竞相挖掘的流量宝库，为此也催生出了多样化的线下业态。

地铁广告是最常见的一种，无论是地铁站内的灯箱广告，还是地铁车厢中的贴片广告，亦或是地铁行进过程中能展示出动效的隧道连续广告。由于地铁相对密闭的环境、客群在等候地铁或车厢停留时相对稳定的关注度，使得地铁广告的触达、传播效果可观。

自动贩卖机也是地铁站标配，其在地铁广告的基础上更进一步，除了通过贩卖机橱窗展示商品，还可直接支付完成转化。商品既包括口罩、水饮等必需品，也有零食、玩具、甚至美妆等非必需品。这里必需品与非必需品之间的转化逻辑完全不同。前者满足地铁人群的应急需求，后者则通过瞬时吸引的方式，通过让人眼前一亮来实现转化。

地铁商业街也很常见，既包括依托地铁出站通道所建的小型商业街，也包括地铁直连周边商场而成的综合商业街，实质上属于周边商圈的一部分。地铁商业街基于位置便利，在地铁客群过道的同时，为其提供饮食、购物、服务，节省客群时间及精力。尤其是在炎热、下雨等不良天气下，减去上到地面的麻烦，成为其吸引客群的独特优势。

还有快捷照相、地铁口餐饮车等也是常见的地铁业态，归纳起来也都是基于地铁流量的生意。

## 二、坐拥地铁流量，为何有人火爆有人愁

但同样是大流量的地铁场景，有些商家生意火爆，有些则差强人意。以商业街为例，成功者如深圳“连城新天地”，得益于深圳地铁1、4号线，日均客流20余万人次，长约1.5公里的商业街已聚集了便利店、餐饮连锁、数码百货、娱乐休闲等多种业态。而差强人意者，如媒体报道汇集四条地铁线及华强北核心商圈的“华强北地铁商业街”，2018年7月以100%的招商率开业，首日客流突破30万人次，但至2019年8月记者实地探访时，空置率已达40%。

影响地铁线下业态成功与否的内外部因素很多，从已有的典型案例看，比较重要的有以下几点：

第一，商品结构及定价策略需契合周边环境，因为周边环境决定了客流属性。如办公楼周边地铁客流以上班族为主，行色匆匆，商品以满足刚需为上；大型商超周边客流以逛街娱乐为主，时尚潮流、高颜值、新奇、网红商品更具吸引力；高校周边主要面向学生、教职工及其家属，适合年轻化、偏低价的服装零售商品等等。

第二，地铁商业要迎合客流的消费心理。与购物中心、电商平台的客群不同，地铁客流没有明确的购物意识，其到地铁场景的主要目的是交通出行，因而带有一定的盲目性，缺乏购物目标也就缺乏定向指引及主观驱动力，需要商家合理运用商品陈设、店铺装潢、宣传标志、促销活动等强势引导来促成转化。

第三，用户触点要符合地铁动线，并考虑用户停留时间。地铁空间大

但客流聚集地段有限，客流从进站到乘坐地铁的路径较为一致，在客流高、低峰期间也会有固定调整。不大会大规模客流脱离动线寻求消费的情形，故用户触点需贴近客流动线才能保证触达率。同时在商品陈设、优惠活动参与、消费结算等方面考虑用户有限的停留时间。

此外，地铁线下业态还受空间面积、宽敞度、整体装潢、与周边商圈的衔接通畅度等等影响，短期还可能受到天气、假期等影响。种种因素中，有些是自身可控，有些则完全是外部因素，只能适应调节。这使得许多经营惨淡的商家即使知道问题所在，但受限于外部因素而无力改变，只能黯然退出。

### 三、互联网打法革新地铁流量转化模式

自互联网平台关注线下流量，在流量获取与转化方面引入了许多新打法，地铁场景是典型代表之一。

互联网打法绕过了原有地铁线下业态受限于外部环境、空间设计、客群动线等因素的不足，借助线上工具脱离了线下物理设施的束缚，更多采用线上地铁客群的形式，在入口上即入口半站而，也更多对准地铁客群的

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_31999](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_31999)

