

市场调研及可行性分析

一、市场调研与分析

随着中国经济社会的快速发展，各高校的扩招力度不断加大，大学数量不断增加，大学生作为社会特殊的消费群体，消费水平在不断的提高。与此同时，现代人的环保观念日益加深，低碳绿色生活深入人心，具有观赏，美化环境，净化空气的小盆栽消费规模必然也将极大的扩增。据华南农业大学的调查数据显示，学生对于养殖盆栽有兴趣的占 91.5%，购买动机则是为了装饰，净化空气和防辐射。这说明大学生盆栽市场的潜力和未来发展的前景是比较乐观的。对此，我们还展开了市场调研。（图示如下）

表 1 对盆栽的兴趣调查表

题号		比例
1	对于盆栽有兴趣	91.5%
2	愿意在寝室内养殖盆栽	89.0%

由上表可知，消费者对盆栽的需求量极大，市场潜力大。

表 2 盆栽存在的问题

题号	问题	比例
3	希望盆栽具有美化环境，能融入自己的元素，防辐射，净化空气等功能	92.68%
4	对于盆栽的培养技术知道一点，但不多	87.37%
5	不愿意购买盆栽，一般是出于盆栽价格太高，没时间和精力打理	89.0%

由上表可知，消费者对于产品的要求与我们店产品选择和设想方向一致，我们店将会物美价廉创意实用，专业化的服务来吸引更多消费者。

二、目标市场的分析与定位

城建职业学院现有在校生 16000 多人（不包括成教），职院学生多为省内学生，经济状况较好。根据我们的实地考察，校内和附近的商贸城都没有花店，学生购买花卉盆栽都要坐 8 路公交车到几公里外的市中心购买。**得天独厚的地理位置：**花店地处学校人流最密集的 2 区广场，且 2 区是全校女生宿舍的集中地。所以这是一个有潜力的市场，并且有广大的顾客群体。这样庞大而多样的市场，其

消费心理，购买习惯，收支水平等因素都存在很大的差别，导致同类产品的需求和购买行为具有特殊性。 因此，我们做出以下目标市场选择。（图示如下）

主要消费群体	次要消费群体
①女生文静，文雅，细腻，爱漂亮，爱花。男生豪迈，潇洒，粗犷，爱玩。所以女生会购买小盆栽作为装饰摆放在寝室内的几率比较大。另外，根据城建职院男生比女生多的情况，所以我们会针对性的采购一些适应男生消费需求的产品来销售	②盆栽具有观赏性，趣味性，实用性，如果用于馈赠，意义深刻。所以我们会销售一些特殊意义的盆栽供消费者购买，比如，恋爱中的男（女）生，在一些特别的日子想送礼物给老师的学生，朋友之间表达祝福和感谢。所以我们将这样的一类 群定为次要的消费人群 ③其次学校里面的各个协会，各种社团，还有传统的节目活动也是我们的次要消费对象。因为协会，社团装扮办公室是必须的，我们的盆栽可以为其装饰，从而提升整体环境的档次。对于学校的各种活动，我们店可以采取租赁盆栽的经营模式为之服务