瑞幸咖啡

品类：咖啡 · 人均客单：¥13 · 商圈：同安

5km 大商圈辐射圈 · 客户版

生成日期：2026-11-21

总的一句话结论（5km 大商圈辐射圈）

5km 大商圈含 29 家同类与 3 座商场，想拉顾客专程跑 5 公里来吃，必须有强记忆点招牌菜。



同类竞争（5km）

29 家

近邻 ≥296 · 泛餐饮 ≥600

价格带位置

样本不足

有效 0 家

客群结构

居住主导型

写字楼 26 · 住宅 ≥255

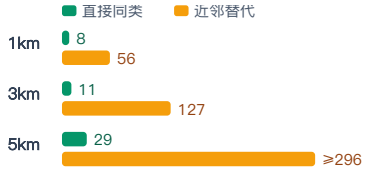
交通与配套

轨交 0 / 公交 158

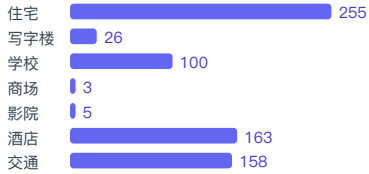
商场/学校/酒店/影院 271 处

价格带标尺：当前圈层有效样本不足（0 家，覆盖率 0%），已自动降级为低可信度。

1 / 3 / 5km 餐饮竞争对比



5km 周边 7 类客群与配套载体



核心数据逐项解释（含大白话翻译，已脱敏不含同行店名）

C1 · 大商圈存量格局 — 可信度：高

5km 内直接同行 29 家、泛餐饮 ≥600 家

大白话：顾客愿意专门坐车跑 5 公里来吃，只会挑片区排名前几的特色店，普通大众口味很难跨出 3 公里。

C2 · 商业枢纽与可达性 — 可信度：高

5km 汇集商场 3 座、轨交 0 站、影院 5 家、酒店 163 家

大白话：这片大商圈配套相对分散，更适合扎根本地熟客，别指望跨区打卡流量。

C3 · 片区宏观结构 — 可信度：中

5km 宏观呈居住主导型，住宅 255 处、写字楼 26 栋

大白话：站在 5 公里全局看，这决定你是走“网红/目的性聚餐店”路线，还是踏实深耕门口 1–3 公里刚需。

老板选址与经营决策引导（精简实操版）

1. 门店模型：5km 内已有 3 座商场分流大聚餐，非商场铺位慎做重装修大店，先用小而美单品跑通回本。
2. 跨区引流：若想吃 3–5 公里种草客流，必须在点评/短视频做出 1 道高辨识度招牌菜。
3. 拍板底线：5km 只看片区大盘，最终签租约仍要以 1km 步行实测与月租承受比为准。