

提升零售购物体验 - 中国 - 2021

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费者购物旅程中数字化体验的利用情况
- 数字化购物更普遍的品种
- 提升消费者购物体验的重要因素
- 可能影响线下购物体验的主要障碍
- 多了解产品的信息渠道
- 对购物体验的态度，例如科技vs真人服务、个人数据分享

新冠疫情提升了人们对线上购物渠道的利用程度。随着情况得到控制，客流量向线下回归。消费者信心也得以恢复，对非必需商品的需求增加。品牌和零售商开始注重改善购物体验，以此换取消费者更多关注和青睐。就争夺购物者份额而言，购物体验，而不仅仅是产品，将成为竞争日益激烈的领域。

消费者越来越期盼彰显个性，这意味享受个性定制将是权利而非特权，甚至可谓购物体验的一部分。46%的被访消费者认为个性化服务是提升购物体验最重要的因素之一，排名位列所有调研因素之首。更有趣的是，二线或以下城市消费者对个性化服务的期待要高于一线城市消费者，这对品牌和零售商而言是重要的信息。

零售业的未来在于为消费者创造全方位的沉浸式体验。商业运作中的社交元素、游戏化运营和新科技应用越来越多。日渐重要的嗅觉元素将是打造全方位消费体验的重要一环。

市场蕴藏发展商机，而零售业也面临各种挑战。一大挑战是商家如何在利用客户数据打造更个性化购物旅程的同时，避免被视为侵犯或不尊重数据隐私。随着越来越多的零售商投资于直接面向消费者的流量，这一点尤为重要。



“科技发展为体验提升注入动力。由AR和AI代表的科技提供独特的元宇宙购物体验，让实体店购物活动更具沉浸感。私域流量管理正在得到更多关注。一些零售商已经开始转变思维，关注老年人和宠物主人等特定客群。”

— 张鹏俊，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 公司与品牌
- 消费者
- 数字化赋能定制服务和沉浸式体验
数据1: 过去6个月使用过的数字化购物服务，2021年
- 数字化渗透率不同的群体期待各异
数据2: 使用数字化购物服务购买的商品/服务，2021年
- 消费者要求个性化服务和方便
数据3: 提升购物体验的重要因素，2021年
- 对于线下购物，消费者期待更多空间和一致性
数据4: 可能影响线下购物体验的因素，2021年
- 各年龄组信息来源不同
数据5: 信息来源，2021年
- 年轻消费者不太愿意为提升购物体验牺牲隐私
数据6: 对于购物体验的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 元宇宙对品牌意味着什么？
- 现状
- 启示
数据7: 古驰虚拟鞋，2021年
- 尊重用户数据隐私，加强提供定制化推荐的能力
- 现状
- 启示

市场因素

- 消费者信心保持强劲，对非必要支出的兴趣提高
数据8: 对改善未来财务状况的信心，2019-2021年
数据9: 相比上个月消费者花费更多的方面，2020-2021年
- 线上购物渠道利用情况保持稳定，线下重获客流
- 无缝对接不同APP，带来更佳线上消费体验
- 社交元素融入购买旅程
- 科技推动购物体验提升

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

重点企业的表现

- 顶级地产商通过商业项目寻发展
- 万科
- 凯德集团
- 太古地产
- 互联网巨头聚焦体验提升
- 阿里巴巴
- 京东

流行趋势

- 沉浸式体验是关键触点之一
- 宜家借助社交元素，将空间变为体验店
数据10: 改造后的宜家上海徐汇店，2021年
- 顾家家居融入游戏化元素，以沉浸式剧本杀形式在线下推出新产品
数据11: 顾家家居在线下推出产品系列，2021年
- 借助科技，XR技术为观众带来沉浸式虚拟体验
数据12: 3D虚拟场景中的主播，2021年
- 玛娅运用嗅觉元素，保持线上线下订购体验相一致
数据13: 玛娅为线上订单创造沉浸式体验，2021年
- 重塑空间，吸引流量
- 消费者期待线下购物旅程提供无界体验
数据14: 上海瑞虹天地太阳宫，2021年
- 将自然绿意作为设计语言
数据15: 上海南翔印象城MEGA，2021年
- 复古风潮正当红
数据16: 凯德北外滩来福士怀旧场景，2021年
数据17: 超级文和友在广州开业，2021年
- 满足对宠物友好等多元需求
数据18: 深圳龙华星河Coco City提供宠物友好的购物体验，2021年
数据19: 星巴克在上海徐汇区新开设的宠物友好门店，2021年

按服务类型区分的数字化购物体验

- 不同服务处于成熟、主流和新兴阶段
数据20: 过去6个月使用过的数字化购物服务，2021年
- 年轻消费者并非总是最热衷于数字化创新
数据21: 对过去6个月数字化购物服务选择“用过，但以后不会再用”和“没用过，也没兴趣尝试”的整体比例（按代际区分），2021年
- 零售商微信购物群更受欢迎，区域差距仍然存在
数据22: 过去6个月使用过的部分数字化购物服务（按城市线级和区域区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

按品类区分的数字化购物体验

- 不同的数字化购物依赖程度
数据23: 使用数字化购物服务购买的商品/服务，2021年
- 数字依赖者vs数据抵抗者
数据24: 前五大提升购物体验的因素（按品类数字化服务购买情况区分），2021年
- 数字依赖者仍担心数据分享
数据25: 对于为提升体验而分享个人数据的态度（按品类数字化服务购买情况区分），2021年

提升购物体验的因素

- 在未来，个性化将是一种权利，而非特权
数据26: 提升购物体验的重要因素，2021年
- 为宠物主人提供更暖心的购物体验
数据27: 提升购物体验的部分重要因素（按居住成员区分），2021年
- 利用主题营销，为互动体验增加线下流量
数据28: 提升购物体验的重要因素——期待主题营销活动的比例（按年龄和城市线级区分），2021年

影响线下购物体验的因素

- 无论对于商店环境还是人际互动，消费者都期待更多空间
数据29: 可能影响线下购物体验的因素，2021年
- 尊重个人空间和权利对Z世代消费者格外重要
数据30: 可能影响线下购物体验的部分因素（按代际区分），2021年
- 低线城市消费者的期望提高
数据31: 可能影响线下购物体验的部分因素（按城市线级区分），2021年

信息来源

- 在购买旅程中，社交元素的重要性与日俱增
数据32: 信息来源，2021年
- 不同年龄消费者获取信息的渠道各异
数据33: 信息来源（按年龄区分），2021年
- 品牌官方渠道或许是瞄准个性化追求者的切入点
数据34: 信息来源（按提升购物体验的因素区分），2021年

对于购物体验的态度

- 产品和体验都重要
数据35: 对于购物体验的态度，2021年
数据36: 对于购物体验的态度（按代际区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



- 消费者现在是品牌大使
- 消费者面临在隐私和个性化购物体验之间做取舍的难题
数据37: 对于分享的态度，2021年
数据38: 对于为提升购物体验而分享个人隐私数据的态度（按年龄和个人月收入区分），2021年
- 消费者青睐科技，表明AI/科技驱动的服务和沉浸式体验具有商机
数据39: 对于由科技手段和由真人提供服务的态度，2021年
数据40: 对于由科技手段和由真人提供服务的态度（按代际区分），2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。