体验式零售 - 中国 - 2022年

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

- 不同品类购物体验的重要性
- 影响消费者线下购物体验的主要因素
- 消费者偏好的线下购物体验
- 对购物中心的主要期待
- 消费者感兴趣的购物中心的主题场景
- 对购物体验的态度

对于整个零售市场和消费者而言，2022年都是充满挑战与不确定性的一年。由于新冠疫情反复和经济低迷，2022年1-11月的商品零售总额同比增长0.5%，远低于2021年的同期增速（12.8%）。

从消费者的角度来看，收入增速放缓直接影响了他们的购买力和短期内改善财务状况的信心，其中"非常有信心"的占比从2022年2月的36%持续下跌至2023年1月的20%。

鉴于消费者更为保守的消费态度，购物体验（尤其是线下体验）有望成为吸引其注意力和鼓励消费的关键领域。在后疫情时代，品牌和零售商应该意识到消费者线下购物方式的潜在变化，并通过提升其购物体验来提供附加值。此外，购物已然成为大多数消费者放松心情和缓解压力的一种方式。品牌和零售商应创造更多趣味和新颖的体验以供消费者在购物时探索和享受。

"尽管取消了疫情管控措施，但是品牌和零售商仍面临挑战——整体低迷的经济形势、更为审慎的消费态度，以及后疫情时代持续变化的线下购物方式。确保消费者在线下购物的安全和舒适（如干净卫生的环境、不那么拥挤）对品牌和零售商至关重要。"

– ——姚嵘妍，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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

体验式零售 - 中国 - 2022年

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.

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
- 零售市场增长面临压力
  数据1: 中国商品零售总额和实物商品网上零售额，2016-2022年
  数据2: 中国商品零售总额和实物商品网上零售额的同比增速，2016-2022年
- 消费者收入增速放缓且财务信心下滑
- 后疫情时代线下购物方式的变化
- 公司与品牌
- 建立更深的文化联结
- 拉近城市生活与自然的距离
- 提供线上线下的一体化体验
- 为消费者提供享乐时刻
- 鼓励消费者与品牌/零售商共创
- 消费者
- 购物体验的重要性因品类而异
  数据3: 购物体验的重要性（按品类区分），2022年
- 对人际空间与整洁环境的关注度上升
  数据4: 影响线下购物体验的因素，2021年 vs 2022年
- 令人放松的场景化体验具有吸引力
  数据5: 偏好的线下购物体验，2022年
- 购物中心差异化受到高度期待
  数据6: 对购物中心的期待，2022年
- 潮流与高科技主题最有可能激发消费者兴趣
  数据7: 感兴趣的购物中心的主题场景，2022年
  数据8: TURF分析——感兴趣的购物中心的主题场景，2022年
- 打造放松和安全的线下购物体验
  数据9: 对购物体验的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 帮助解决后疫情时代的线下购物困境
  数据10: 优衣库确保线下门店安全的措施，2022年
- 让消费者在娱乐场景中自行探索
  数据11: 让消费者自行探索的话梅篮市，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

体验式零售 - 中国 - 2022年

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.

市场概述

- 零售市场增长面临压力
  数据12: 中国商品零售总额和实物商品网上零售额，2016-2022年
  数据13: 中国商品零售总额和实物商品网上零售额的同比增速，2016-2022年

市场因素

- 消费者收入增速放缓且财务信心下滑
  数据14: 中国全国居民人均可支配收入，2016-2022年
  数据15: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心，中国，2022-2023年
- 后疫情时代线下购物方式的变化
  数据16: 后疫情时代偏好的线下购物方式，2023年
- 全渠道提供无缝体验
- 购物可作为缓解压力的方式
  数据17: 减压的方法，2020-2022年

市场亮点

- 建立更深的文化联结
  数据18: 话梅在重庆的"洞穴工厂"零售空间，2021年
  数据19: 花西子融合中国传统文化的首家实体店，2022年
  数据20: 上海K11购物艺术中心，2022年
- 拉近城市生活与自然的距离
  数据21: 重庆光环购物公园，2021年
  数据22: 上海天安千树购物中心，2022年
- 提供线上线下的一体化体验
  数据23: 优衣库线下门店"直播间"，2022年
- 为消费者提供享乐时刻
  数据24: 小红书"小红薯慢闪店"，2022年
- 鼓励消费者与品牌/零售商共创
  数据25: 名创优品与消费者共建皮克斯IP主题店，2022年

购物体验的重要性

- 购物体验的重要性因品类而异
  数据26: 购物体验的重要性（按品类区分），2022年
- 提升年长群体的购物体验
  数据27: 体验更重要——化妆品、非处方药与保健品（按年龄区分），2022年

影响线下购物体验的因素

- 对人际空间与整洁环境的关注度上升
  数据28: 影响线下购物体验的因素，2021年 vs 2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.

- 年轻消费者的要求尤其高
  数据29: 影响线下购物体验的因素（按年龄区分），2022年

偏好的线下购物体验

- 令人放松的场景化体验具有吸引力
  数据30: 让消费者自行探索的话梅篮市，2022年
  数据31: 偏好的线下购物体验——进入特定场景体验（按家庭构成区分），2022年
- 提供线下配套服务以吸引更多男性消费者
  数据32: 偏好的线下购物体验——体验配套服务（按性别与年龄区分），2022年
- 年轻一代热衷于放松并在线下探索新商品
  数据33: 偏好的线下购物体验——所有被访者 vs 18-24岁被访者，2022年

对购物中心的期待

- 购物中心差异化受到高度期待
  数据34: 对购物中心的期待，2022年
- 结合特色业态以应对不同需求
  数据35: 对购物中心的期待——特色业态（按性别与年龄、家庭构成和居住成员区分），2022年
- 室外体验，有何不可
  数据36: 对购物中心的期待——室外延展空间（按性别和居住成员区分），2022年

感兴趣的购物中心的主题场景

- 潮流与高科技主题最有可能激发消费者兴趣
  数据37: 感兴趣的购物中心的主题场景，2022年
  数据38: TURF分析——感兴趣的购物中心的主题场景，2022年
- 借力当地文化值得探索
  数据39: 感兴趣的购物中心的主题场景——被主题场景吸引的被访者 vs 所有被访者，2022年
- 户外/自然元素吸引三世同堂家庭
  数据40: 感兴趣的购物中心的主题场景——户外/自然（按居住成员区分），2022年
- 游戏主题为年轻消费者带来了放松和娱乐
  数据41: 部分感兴趣的购物中心的主题场景（按年龄区分），2022年

对于购物体验的态度

- 线下体验对购物来说必不可少
  数据42: 对购物体验的部分态度，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

体验式零售 - 中国 - 2022年

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.

- 放松是提升购物体验的关键
  数据43: 对购物体验的部分态度，2022年
- 确保后疫情时代消费者购物的安全与舒适
  数据44: 对购物体验的部分态度，2022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

互动式数据手册

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

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.** 。

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有