

D2C

私域流量：D2C零售 - 中国 - 2023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

- 消费者与品牌私域渠道的互动，尤其是品牌的线上私域渠道
- 消费者在品牌私域渠道上的购物花费以及过去12个月购买过的产品
- 对于消费者在品牌私域渠道上的购物体验最重要的方面
- 消费持续关注品牌私域渠道的原因

2020年新冠疫情的爆发进一步推动了私域零售的发展，过去3年里，私域流量运营已成为品牌中最热门的趋势之一。而随着中国进入后疫情时代，品牌应回归理性，了解消费者消费行为的潜在变化以及他们对私域渠道的期望。

面对日趋激烈的市场竞争和消费者日益流动的生活方式，品牌需要更加积极地展示其私域渠道如何能更容易地满足消费者的特定需求。提供有吸引力的内容和简化购买流程将是促使消费者更青睐品牌私域渠道的关键。

此外，消费者对与自己喜爱的品牌互动表现出兴趣。品牌不应仅仅将其私域渠道作为推广产品的地方，而是也应该视其为传递品牌价值和提升消费者忠诚度的机会。



"尽管人们对私域零售的潜力充满热情，但其增长尚未达到预期。后疫情时代，品牌需要重新思考它们的私域渠道策略。在线上 and 线下渠道提供优质的内容和体验以传递品牌价值和理念，应该成为品牌通过私域渠道增强消费者忠诚度的优先策略。同时，品牌可以专注于在私域渠道上发展有潜力成为重复购买者、创新者或KOL（关键意见领袖）的‘高价值’消费者，以进一步利用其私域流量。"

- 许成维，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
- 后疫情时代，消费者回归线下
- 将私域流量整合到全域营销中
- 品牌自播成为主流
- 更智能化的客服将赋能品牌私域渠道
- 公司与品牌
- 在线下门店提供差异化的客户体验
- 提供具有鲜明品牌特色的内容
- 利用兴趣类社区提高客户参与度
- 消费者
- 品牌的线下直营店展现出巨大潜力
数据1: 消费者与品牌私域渠道的互动，2022年
- 内容/信息是吸引消费者使用品牌私域渠道的关键
数据2: 在品牌线上私域渠道的行为，2022年
- 美容及个人护理产品在私域渠道最受欢迎
数据3: 在品牌私域渠道上购物花费（按品类区分），2022年
- 简化购买流程最重要
数据4: 消费者在私域渠道购物时重视的方面，2022年
- 有吸引力的内容是留住消费者的关键
数据5: 持续关注品牌私域渠道的原因，2022年
- 在私域渠道加强品牌与消费者的连接
数据6: 对私域零售的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 利用私域渠道上的高质量内容增强信任度
数据7: 观夏的线上内容和线下体验店，2023年
- 专注于在私域渠道发展“高价值”客户
数据8: 名创优品的共创活动和产品，2023年

市场因素

- 后疫情时代，消费者回归线下
- 将私域流量整合到全域营销中
- 品牌自播成为主流

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



- 更智能化的客服可为品牌私域渠道赋能

市场亮点

- 在线下门店提供差异化的客户体验
 - 李宁
 - 数据9: 李宁线下体验店，2023年
 - 飞利浦
 - 数据10: 飞利浦线下门店的VR体验空间，2023年
 - 提供具有鲜明品牌特色的内容
 - 华米科技
 - 数据11: 华米科技私域渠道上的专业内容和活动，2023年
 - 太二酸菜鱼
 - 数据12: 太二酸菜鱼私域渠道上有吸引力的漫画，2023年
 - 利用兴趣类社区提高用户参与度
 - 泡泡玛特
 - 数据13: 泡泡玛特小程序和微信粉丝群上的评论和留言，2023年
 - 五菱宏光
 - 数据14: 五菱宏光的线下社群活动，2023年

与品牌私域渠道的互动

- 品牌的线下直营店展现出巨大潜力
 - 数据15: 消费者与品牌私域渠道的互动，2022年
 - 数据16: 消费者与品牌私域渠道的互动——购买过，2021vs2022年
- 品牌官方直播需要进一步展现出差异化
- 线上私域渠道在一线城市消费者中更受欢迎
 - 数据17: 消费者与品牌私域渠道的互动——购买过（按城市线级区分），2022年
- 高收入消费者愿意尝试不同的私域渠道
 - 数据18: 消费者与品牌私域渠道的互动——购买过或浏览/逛过（按家庭月收入区分），2022年
- 带有社交属性的私域渠道对女性有吸引力
 - 数据19: 消费者与品牌私域渠道的互动——购买过或浏览/逛过（按性别区分），2022年

在品牌线上私域渠道的行为

- 内容/信息是吸引消费者使用品牌私域渠道的关键
 - 数据20: 在品牌线上私域渠道的行为，2022年
- 较年长的消费者，尤其是男性，更直接并且不太愿意互动
 - 数据21: 在品牌线上私域渠道的部分行为（按性别和年龄区分），2022年
- 利用权益获得三世同堂家庭的推荐

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



- 数据22: 在品牌线上私域渠道的部分行为（按居住成员区分），2022年
- 通过共同价值观吸引高收入消费者
- 数据23: 在品牌线上私域渠道的行为（按家庭月收入区分），2022年

在品牌私域渠道上购物花费

- 美容及个人护理产品在私域渠道最受欢迎
- 数据24: 在品牌私域渠道上购物花费（按品类区分），2022年
- 数据25: 过去12个月内购买者在品牌私域渠道上购物花费的变化，2022年
- 高收入消费者在私域渠道上的花费位居前列
- 数据26: 在品牌私域渠道购买过以下品类的消费者（按家庭月收入区分），2022年

品牌私域渠道需要提升的方面

- 简化购买流程最重要
- 数据27: 消费者在私域渠道购物时重视的方面，2022年
- 增强消费者的售前体验
- 数据28: TURF分析——消费者在私域渠道购物时重视的方面，2022年
- 满足三世同堂家庭的需求
- 数据29: 品牌私域渠道需要提升的部分方面（按居住成员区分），2022年

留存原因

- 有吸引力的内容是留住消费者的关键
- 数据30: 持续关注品牌私域渠道的原因，2022年
- 数据31: TURF分析——持续关注品牌私域渠道的原因，2022年
- 满足高收入消费者的社交需求
- 数据32: 持续关注品牌私域渠道的原因（按个人月收入区分），2022年
- 利用促销与非购买者建立联系，通过情感与购买者建立联系
- 数据33: 持续关注品牌私域渠道的原因，购买者vs非购买者，2022年

对私域零售的态度

- 消费者信任来自私域渠道的信息
- 数据34: 对私域零售的部分态度，2022年
- 在私域渠道增强品牌与消费者的合作
- 数据35: 对私域零售的部分态度，2022年
- 私域渠道可以依靠服务脱颖而出

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。

- 数据36: 对私域零售的部分态度，2022年
- 通过更专业的分享吸引消费者
- 数据37: 对私域零售的部分态度，2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
 - 缩写
 - TURF分析——研究方法
- 数据38: 品牌私域渠道需要提升的方面
- 数据39: 留存原因

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



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)。