

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“只有时刻谨记消费者的需求，零售行业的科技应用才能获得蓬勃发展。消费者渴望有趣刺激的体验，希望购买决策尽可能简单方便。快闪店是公司提高销售业绩、加强营销能力的有效工具。如果迷你KTV、自动售货机、“幸运盒子/福袋”和迷你健身仓可以识别消费者细分群体，如已婚已育群体和二、三线城市居民，这些就能成为行之有效的零售形式。

- 施洋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 无人商店并非是以消费者为中心的策略型产品
- 快闪店加入战局
- 自动售货机有益于多样化的子市场

除了重点关注社区人口统计数据和购物习惯，无人商店也应该始终将传统便利店视为主要竞争对手；无人商店的科技应用也可以在有效解决消费者问题上进一步加强。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+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邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场概述

谁在创新？

消费者

大多数受访消费者尚未尝试创新零售形式，但表现出浓厚兴趣

数据1：对创新零售形式的兴趣和尝试情况

无人门店在低线城市展现强大前景

数据2：对无人门店的兴趣（按城市线级区分）

加班餐场合最适合自加热的自动贩卖机

数据3：对便当/盒饭贩卖机的兴趣和尝试情况（按工作情况区分）

已婚已育群体是迷你KTV的忠实顾客

数据4：对迷你KTV的兴趣和尝试情况（按家庭构成区分）

美妆中的便利性越来越多

数据5：对便捷式自助补妆间的兴趣和尝试情况（按性别和年龄区分）

迷你健身仓：利用个人时间做运动

数据6：对迷你健身仓的兴趣和尝试情况（按城市线级区分）

创新零售形式是体验式零售的延伸

数据7：新式购物渠道的吸引因素

想消费者所想是创新零售形式的关键

数据8：新式购物渠道的障碍

自助结账与自助点餐是新常态

数据9：对创新零售服务的兴趣和尝试情况

全新体验吸引消费者眼球

数据10：光顾快闪店的原因

智能设备推荐的产品越来越受欢迎

数据11：对产品推荐的态度（按出生年代区分）

熟悉度对年轻消费者意义不大

数据12：对熟悉度的态度

我们的观点

议题与洞察

无人商店并非是以消费者为中心的策略型产品

现状

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

启示

快闪店加入战局

现状

数据13: 外滩的YSL Beauty Club

启示

数据14: 天梭520告白巴士

自动售货机有益于多样化的子市场

现状

启示

数据15: 芝加哥市中心的Farmers Fridge

市场——您所需要了解的

市场概述

市场增长动力与挑战

谁在创新？

市场概述

无人商店——需要更好地了解消费者行为和诉求

基于社区的无人商店

全服务型无人商店

生鲜食品饮料无人商店

自动售货机——兼具潜力大、性价比高的接触消费者方案

迷你KTV——人气新娱乐

便捷式自助补妆间——卫生是关键问题

数据16: Seventeen Beauties内部

迷你健身仓——社区导向的社交空间

数据17: 纯净跑迷你健身仓

数据18: 高端小区里的Parkbox公园盒子

数据19: 超级猩猩健身房

“幸运盒子/福袋”——好奇心驱动

数据20: 心愿先生幸运测试机

快闪店是销售和市场营销的强大利器

数据21: 木九十在久光商场的快闪店

数据22: 能多益在香港的快闪店

数据23: 普拉达 (Prada) 的高档酒吧

数据24: CoCo游戏厅 (Coco Game Center)

市场增长动力

中国物联网生态系统正推进零售革命

AI (人工智能) 和消费者数据正在撼动零售业

房地产行业正在寻求下一个增长机遇

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据25: 地铁站自助设备服务区

政府支持创新零售形式

挑战

谁在创新?

限时独家

数据26: 博柏利电车在香港街头巡游

数据27: 单身婚纱日

混搭是拉动流量的互动型广告工具

数据28: 商场里的泡泡玛特自动售货机

数据29: 上海一所公立大学旁边的泡泡玛特实体店

数据30: 香港的维他水站

消费者——您需要了解的

无人门店对顾客仍是新鲜事物

公司管理人员和自由职业者是自带加热系统的便当/盒饭贩卖机的活跃用户

“幸运盒子/福袋”是孩子的最爱

已婚已育群体是迷你KTV的忠实顾客

美妆中的便利性越来越多

迷你健身仓: 利用个人时间做运动

创新形式

无人门店

大多数受访消费者尚未尝试创新零售形式，但表现出巨大兴趣

数据31: 对创新零售形式的兴趣和尝试情况

无人门店在低线城市展现强大前景

数据32: 对无人门店的兴趣（按城市线级区分）

无人商店可以兼具未来主义与复古特色

数据33: 对无人商店的兴趣和尝试情况（按出生年代区分）

数据34: 一线城市消费者对无人商店的兴趣和尝试情况（按出生年代区分）

孩子可以是决定因素

数据35: 对无人商店的兴趣和尝试情况（按家中是否有孩子区分）

自带加热系统的便当/盒饭贩卖机

加班餐最适合自加热的自动售货机

数据36: 对便当/盒饭贩卖机的兴趣和尝试情况（按工作情况区分）

“幸运盒子/福袋”自动售货机

“幸运盒子/福袋”专为好奇心强的消费者设计

数据37: 对“幸运盒子/福袋”自动售货机的兴趣和尝试情况（按家庭构成区分）

迷你KTV

已婚已育群体是迷你KTV的忠实顾客

数据38: 对迷你KTV的兴趣和尝试情况（按家庭构成区分）

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

便捷式自助补妆间

美妆中的便利性越来越多

数据39: 玛丽黛佳与天猫合作

数据40: 对便捷式自助补妆间的兴趣和尝试情况 (按性别和年龄区分)

迷你健身仓

迷你健身仓: 利用个人时间做运动

数据41: 对健身仓的兴趣和尝试情况 (按家庭收入区分)

低线城市居民喜欢社区集体形式

数据42: 对迷你健身仓的兴趣和尝试情况 (按城市线级区分)

数据43: 对迷你健身仓的兴趣和尝试情况 (按家中是否有孩子区分)

消费者动机

创新零售形式是体验式零售的延伸

数据44: 新式购物渠道的吸引因素

娱乐和流行是扭转低线城市市场的两大因素

数据45: 新式购物渠道的吸引因素

想消费者所想是创新零售形式的关键

数据46: 新式购物渠道的障碍

低线城市居民更实用主义

数据47: 新式购物渠道的障碍 (按城市线级区分)

零售服务创新

自助结账与自助点餐是新常态

数据48: 对创新零售服务的兴趣和尝试情况

低线城市对自助结账与自助点餐持更开放的态度

数据49: 对自助结账的兴趣和尝试情况 (按城市线级区分)

有孩子的家庭更欢迎自助点餐

数据50: 对自助点餐的兴趣和尝试情况 (按家庭构成区分)

虚拟产品体验渐成趋势

数据51: 对虚拟的产品体验的兴趣和尝试情况 (按性别和年龄区分)

在产品推荐方面, 性别起到关键作用

数据52: 对智能设备推荐产品的兴趣和尝试情况 (按性别与年龄区分)

快闪店

全新体验吸引消费者眼球

数据53: LV快闪店

独特性、熟悉的品牌和吸引力是三大支柱

数据54: 知乎快闪店

数据55: 光顾快闪店的原因

社交媒体是信息渠道

数据56: 丝巾混音演出展台, 北京

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

创新零售形式 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据57: 丝巾混音线上程序

数据58: 丝巾混音快闪活动

城市线级左右快闪形式

数据59: 光顾快闪店的原因 (按城市线级区分)

消费者态度

自助服务代表高效与便利

数据60: 对自助服务的态度

借助科技推荐的产品越来越受欢迎

数据61: 对产品推荐的态度

数据62: 对产品推荐的态度 (按出生年代区分)

熟悉度对年轻消费者意义不大

数据63: 对熟悉度的态度

数据64: 对熟悉度的态度 (按年龄区分)

单身人士和没有孩子的夫妇追求新体验，而家庭寻求安全选择

数据65: 对网友点评的态度

数据66: 对网友点评的态度 (按家庭构成区分)

认识英敏特城市精英人群

购物未来主义者

数据67: 对产品推荐的态度 (按消费者分类区分)

数据68: 对自助服务的态度 (按消费者分类区分)

数据69: 对网友点评的态度 (按消费者分类区分)

开明开放的群体

数据70: 对价格的态度 (按消费者分类区分)

数据71: 快闪店参与情况 (按消费者分类区分)

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com