

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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



“全渠道零售逐渐提升中国消费者的购物旅途与体验，消费者能通过这种方式在网上与线下平台中发掘最新产品与最佳优惠。受益于科技与社会经济的发展，市场上将涌现许多方式前卫的创新零售形式。然而，全渠道零售商近期内应着重发展以消费者为核心的购物体验。鉴于全渠道零售利用诸多触点收集数据，零售商从而能更好地为其顾客服务，在多渠道间打造连贯一致的顾客体验将会是一种挑战。”

— 颜慧诗，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

在不断缩减的城市空间里扩张顾客触点
零售中人工因素的重要性仍在
“现数娱乐购物”对全渠道参与至关重要

全渠道零售利用科技，提升了消费者的购物体验。品牌和零售商仍在探索其间的诸多可行性，消费者渴望尝试承诺能通过便利性、个性化和娱乐化来提升其购物体验的智能功能。

围绕用户体验的创新将成为全渠道零售的关键吸引点，从而让消费者更容易购物，而不是边缘化那些不太玩转科技的顾客。预计消费者会经过一段学习适应的时间，才能完全接受无人便利店、虚拟产品体验或智能设备推荐个性化产品等诸多新零售方式。为了帮助消费者适应无人经济，将“高度接触”与“高科技”相结合不失为明智之举。

较年轻的“数码控”一代将不断经历网上与线下之间界限模糊的试验性购物旅程。互动式的虚拟世界逐渐成为消费者了解产品信息和熟悉品牌的重要渠道，在全渠道销售环境中，这既带来机遇，也带来挑战。成功打通网上和线下体验将为消费者带来其渴望的“娱乐购物”。

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

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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

综述

市场

新冠疫情对全渠道零售的影响

数据1: 新冠疫情对全渠道零售的影响总结, 2020年12月

市场概述

市场增长动力

谁在创新?

消费者

除某些品类以外, 网购被广泛接受

数据2: 了解与购买产品的渠道, 2020年10月

按需跨渠道购物的自由

数据3: 在全渠道零售环境购物的特点, 2020年10月

社交媒体与“娱乐购物”影响购买决策

数据4: 购买前的信息渠道, 2020年10月

新零售服务虽利用率低, 但消费者对其兴趣值高

数据5: 新零售中的服务行为, 2020年10月

零售中的“人”如今仍然重要

数据6: 无人经济下的用户行为, 2020年10月

消费者对全渠道购物的好感

数据7: 消费者对全渠道零售的态度, 2020年10月

我们的观点

议题与洞察

在不断缩减的城市空间里扩张顾客触点

现状

启示

零售中人工因素的重要性仍在

现状

启示

“现数娱乐购物”对全渠道参与至关重要

现状

启示

市场——您所需要了解的

全渠道零售商寻求契合消费者生活方式的方法

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

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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

科技将推动新的全渠道零售形式

以顾客为核心的体验——对全渠道零售至关重要

新颖概念推进未来零售的边界

市场概述

无人经济

无人便利店

数据8: 便利蜂无人便利店的自助结账, 2020年11月

无人售货机

数据9: 盒马鲜生的药品无人售货机, 2020年9月

快速终端机

数据10: 瑞幸自助咖啡机, 2020年1月

智能IoT语音助手

数据11: 星巴克天猫精灵智能音箱, 2019年9月

无人驾驶零售配送货车

数据12: 肯德基自动驾驶餐车, 2020年12月

现实数字化体验

智能虚拟体验试用

数据13: 乔治阿玛尼微信AR口红试色, 2019年7月

以数据提升定制化

数据14: 伊利与小米联合开发的AI定制化乳制品推荐, 2020年11月

通过数字娱乐实现现实数字化生活

数据15: 斗鱼与淘宝联合推出的“618”购物节电竞直播, 2020年6月

现实零售

数据16: 万达美华酒店与京东京造合作, 2020年8月

市场增长动力

AIoT促进扩张

AR和VR提升娱乐导向的购物体验

5G满足数字化群体对即时满足的需求

不断缩减的城市空间中的新零售模式

机遇与挑战

在不同渠道间打造连贯一致的顾客体验

增强消费者对智能零售的信心

构建消费者互动的平台

谁在创新?

万达美华酒店: 万达酒店与(京东)京造联合打造的智能酒店

数据17: 万达美华酒店与京东京造合作, 2020年8月

同仁堂对中药进行二次创造

数据18: 同仁堂的中药新零售概念, 2020年7月

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

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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

罗森装配式便利店

数据19: 罗森预制组装便利店，2020年7月

肯德基的5G无人自动餐车

数据20: 肯德基自动驾驶餐车，2020年12月

电竞直播为Z世代带来“娱乐购物”

数据21: 斗鱼与淘宝联合推出的“618”购物节电竞直播，2020年6月

消费者——您所需要了解的

构建有效的现实数字化全渠道购物体验

探索“高科技到高触点”的渠道特点

通过社交媒体与“娱乐购物”吸引消费者

令消费者触及、了解并对新零售服务感兴趣

有真人元素的无人式服务逐渐发展

扩张全渠道购物体验

购买渠道

购物渠道选择取决于试错风险

数据22: 了解与购买产品的渠道，2020年10月

服饰和鞋类方面，女性与有孩子的家庭的线上流量更高

数据23: 了解与购买服装和鞋类的渠道（按性别和家庭构成区分），2020年10月

有经验的美妆买家更依赖线上渠道

数据24: 了解与购买美妆个护产品的渠道（按性别和个人月收入区分），2020年10月

消费者正逐渐适应网购生鲜食品

数据25: 了解与购买生鲜食品的渠道（按年龄、婚姻状况与城市线级区分），2020年10月

亟待购买非处方药与保健品方面的可靠信息

数据26: 了解与购买非处方药与保健品的渠道（按代际和教育程度区分），2020年10月

科技加持后有望鼓励汽车网购

数据27: 福特与天猫在广州联合推出的超级试驾中心，2018年3月

全渠道购物支持情感体验

数据28: 了解和购买家具与家居饰品的渠道（按代际区分），2020年10月

全渠道零售的特点

按需选择购物渠道的灵活性

数据29: 在全渠道零售环境购物的特点，2020年10月

线上和线下渠道无缝转换通用

数据30: 在全渠道零售环境购物的特点（按年龄区分），2020年10月

数据31: 在全渠道零售环境购物的特点（按家庭构成区分），2020年10月

搭载科技的购物体验带来趣味与便利

数据32: 在全渠道零售环境购物的特点（按年龄和性别区分），2020年10月

个性化增值服务带来更好的购物体验

数据33: 在全渠道零售环境购物的特点（按家庭构成区分），2020年10月

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

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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

购买前的信息渠道

社交购物影响着消费者的购物决策

数据34: 购买前的信息渠道, 2020年10月

互动式的社交平台吸引年轻消费者

数据35: 购买前的信息渠道 (按代际区分), 2020年10月

通过近距离真人互动, 构建消费者的信心

数据36: 购买前的信息渠道 (按性别和年龄区分), 2020年10月

在休闲活动中调动忙碌的消费者产品的兴趣

数据37: 购买前的信息渠道 (按个人月收入区分), 2020年10月

较低线级城市的消费者邻里关系紧密, 对广告的信赖程度较低

数据38: 购买前的信息渠道 (按城市线级区分), 2020年10月

零售服务创新

大部分消费者没尝试过, 但渴望体验“新零售”

数据39: 新零售中的服务行为, 2020年10月

无人零售解决方案吸引忙碌的“科技控”

数据40: 新零售中的部分服务行为 (按个人月收入与家庭构成区分), 2020年10月

较年长的消费者渴望体验无人式服务

数据41: 新零售中的部分服务行为 (按年龄区分), 2020年10月

激励措施促使消费者迈出第一步

数据42: 新零售中的部分服务行为 (按性别区分), 2020年10月

数据43: 新零售中的部分服务行为 (按年龄和个人月收入区分), 2020年10月

定制化的价值对消费者不明显

数据44: 新零售中的部分服务行为 (按性别和代际区分), 2020年10月

对零售服务创新的想法因城市线级而异

数据45: 新零售中的部分服务行为 (按城市线级区分), 2020年10月

无人经济下的用户行为

受访者对无人式服务的使用有限

数据46: 无人经济下的用户行为, 2020年10月

为重度用户加强无人式服务

数据47: 自提柜使用情况 (按年龄和性别区分), 2020年10月

数据48: 在无人便利店购物 (按代际区分), 2020年10月

为家长提供“儿童友好型”无人式服务

数据49: 无人经济下的用户行为 (按性别与年龄和家庭构成区分), 2020年10月

增强消费者使用无人式服务的信心

数据50: 无人经济下的用户行为 (按家庭月收入和城市线级区分), 2020年10月

对全渠道零售的态度

消费者的好感可被进一步加强

数据51: 消费者对全渠道零售的态度, 2020年10月

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

全渠道零售 - 中国 - 2020年12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

利用数据提升购物体验

数据52: 消费者对全渠道零售的态度（按年龄和家庭构成区分），2020年10月

通过定制服务创造额外价值

数据53: 对为定制产品支付更多钱的态度（按性别和代际区分），2020年10月

数据54: 对为了定制产品等待更长的交货时间的态度（按个人月收入和城市线级区分），2020年10月

为产品价值打造便利标杆

数据55: 消费者对全渠道零售的态度（按代际和家庭构成区分），2020年10月

个人产品体验分享成为可靠信息来源

数据56: 对相信零售网站上的客户评论的态度（按年龄和个人月收入区分），2020年10月

数据57: 消费者对全渠道零售的态度（按家庭构成和教育程度区分），2020年10月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更可能使用全渠道零售，并更倾向于线上

数据58: 了解与购买产品的渠道（按消费者分类区分），2020年10月

数据59: 了解与购买产品的渠道（按产品品类和消费者分类区分），2020年10月

独特的购物体验对英敏特城市精英人群而言最为重要

数据60: 愿意为独特的购物体验而付更多钱的意愿（按消费者分类区分），2020年10月

数据61: 对快闪店/限时店的兴趣（按消费者分类区分），2020年10月

有科技加持的购物为英敏特城市精英人群带来便利与趣味

数据62: 消费者对高科技新零售服务的态度（按消费者分类区分），2020年10月

数据63: 消费者对前卫零售科技的态度（按消费者分类区分），2020年10月

英敏特城市精英人群青睐个性化产品和服务

数据64: 消费者对个性化服务的态度（按消费者分类区分），2020年10月

数据65: 愿意为了定制产品付费并等待的意愿（按消费者分类区分），2020年10月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

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