

中国无人零售用户行为 研究报告

2017年



海量行研报告免费读

核心发现

用户行为反馈市场现状



无人零售用户覆盖率较低：线下商超是消费者最主要的购物渠道，最近一年在线下商超消费过的用户占比高达**93.4%**，无人零售渗透率**36.5%**，其中所有零售用户中使用过自动售货机的用户占比**29.5%**。



无人零售用户多为教育程度高的年轻白领一族：无人零售用户普遍受教育程度高，本科以上占**76.0%**，相较整体零售用户，无人零售用户30岁以下年轻群体占比更多。中等收入的白领阶层居多，月收入5001-10000的占到**49.0%**，TGI=109.1



饮料零食是在无人店购买最多的商品：**63.4%**的无人店用户曾经购买过饮料**57.7%**的用户购买过零食



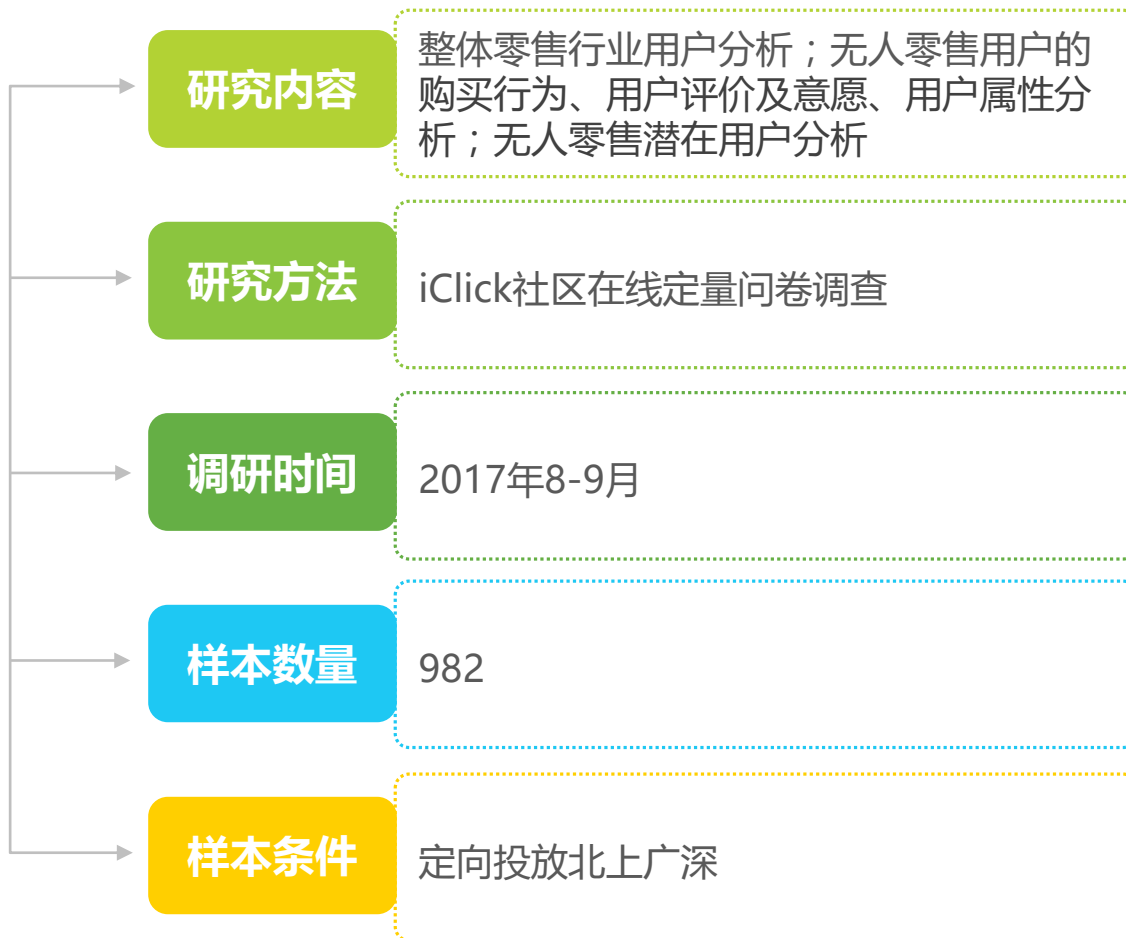
距离很重要：**72.6%**的用户在300米的距离内才愿意尝试使用无人店，仅有**7.1%**用户愿意在距离超过500时尝试使用无人店。



用户期待更便捷的付款流程：**39%**的已有用户希望“拿了就走”，潜在用户中，**41.8%**的用户希望“拿了就走”

研究说明

无人零售用户研究



整体零售用户分析

1

无人零售用户分析

2

无人零售潜客分析

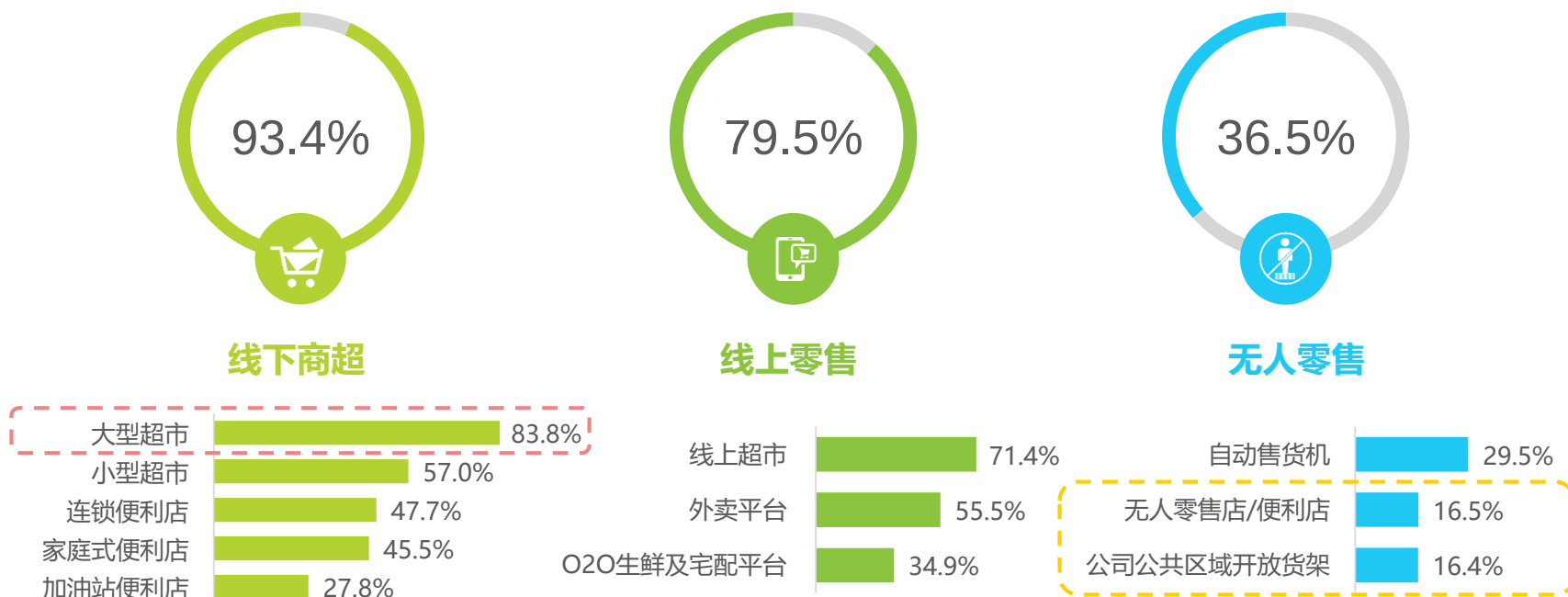
3

线下商超是消费者最主要的购物渠道

无人零售渗透率较低

最近一年在线下商超消费过的用户占比高达93.4%，其中大型超市是最主要的零售场景，83.8%的消费者最近一年曾经在大型超市有过消费。通过线上零售渠道进行过消费的用户占比79.5%。而通过无人零售进行过消费的用户仅占36.5%，无人零售渗透率较低，其中使用过自动售货机的用户占比29.5%，相对无人零售店/便利店、开放货架而言，自动售货机已有一定的用户基础。

2017年中国零售用户消费场景分布



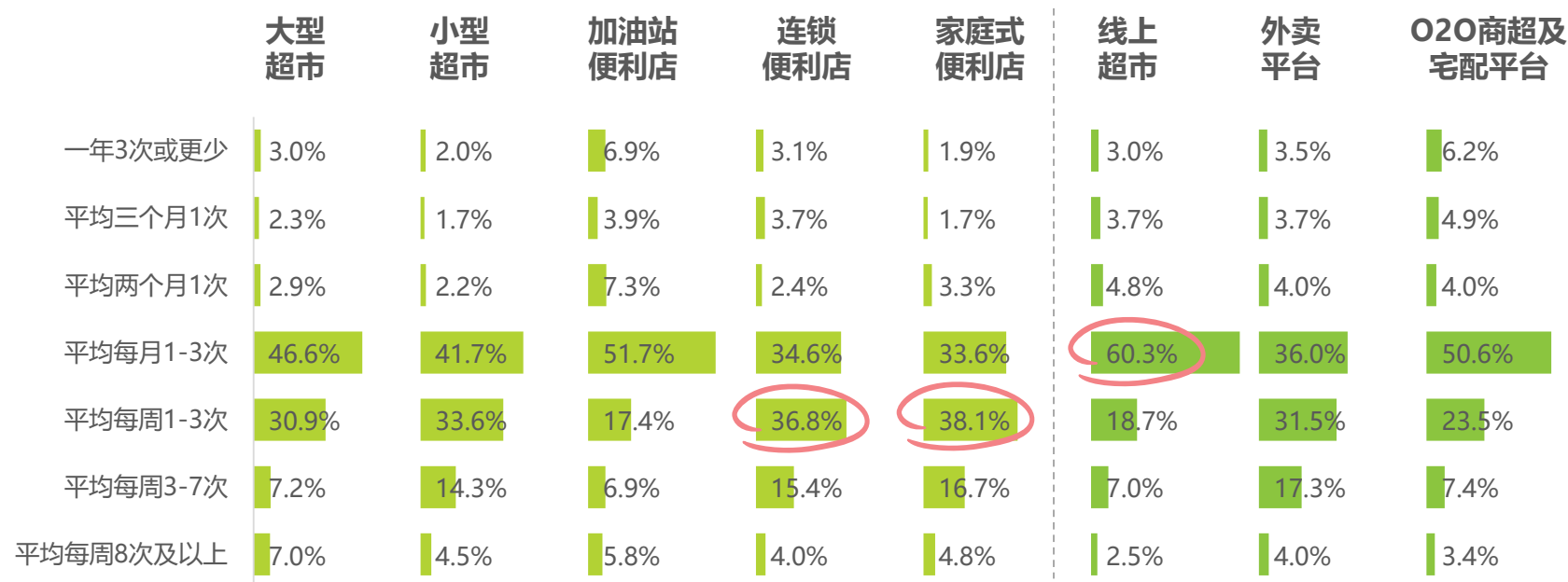
来源：A2：请问最近一年，您是否在以下门店或平台进行过消费？使用过请勾选。
样本：整体零售用户N=982；于2017年8-9月通过iClick网上调查获得。

便利店消费频次相对较高

线上超市消费频次较低

从消费频次来看，零售用户在连锁便利店、家庭式便利店的消费更加频繁，平均每周在连锁便利店、家庭式便利店消费超过1次的用户占比均超过50%。高达60.3%的用户平均每周在线上超市的消费不足一次，相对其他渠道频次更低。

2017年中国零售用户消费频次



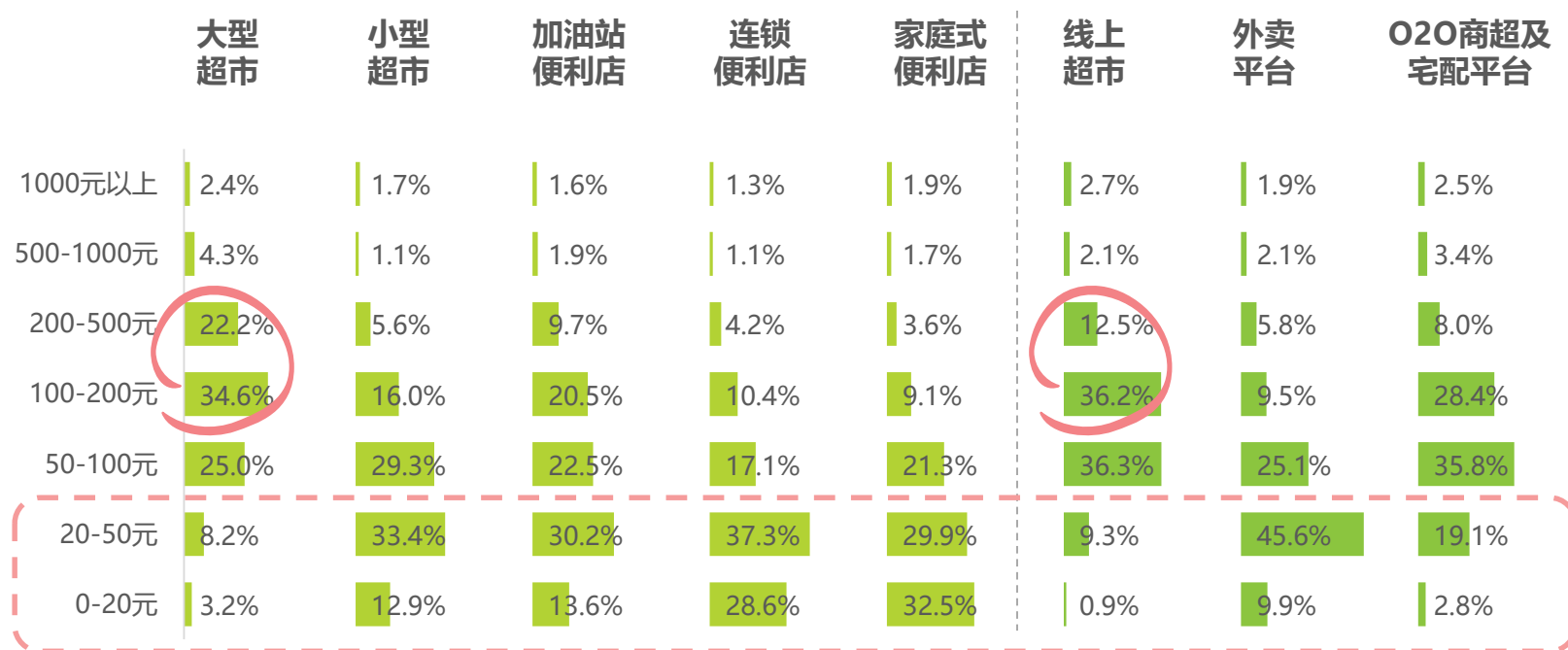
来源：B1：请问最近一年，您在以下门店或平台一般多久消费一次？
样本：整体零售用户N=982；于2017年8-9月通过iClick调研获得。

大型超市、线上超市客单价更高

便利店、外卖平台客单价多分布在0-50元

从消费金额来看，用户在大型超市、线上超市的平均单笔消费金额要高于其他渠道。大多数用户在小型超市、加油站便利店、连锁便利店、家庭式便利店的单笔消费金额都低于50元。

2017年中国零售用户消费金额



来源：B2：最近一年，您在以下门店或平台消费时，平均每笔消费金额是多少？
样本：整体零售用户N=982；于2017年8-9月通过iClick网上调查获得。

整体零售用户分析

1

无人零售用户分析

2

无人零售潜客分析

3

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21387

