

中国商户私域布局洞察研究 报告

©2022.9 iResearch Inc.



布局图景

商户私域布局历经传统渠道与用户建立弱连接、O2O流量平台实现线下店铺向线上的同步映射逐渐向通过新模式、新工具有效达成私域用户资产管理演进。疫情催化下，线上商户私域布局已然从试水转变为必要。受访商户普遍对私域赋能经营持满意态度，同时反映布局成本呈现上涨趋势。



发展变化

商户私域经营阵地的拓展：私域范畴不断丰富拓展，经营因素驱动品牌多渠道私域布局。**公私域联动成为行业大趋势：**公私域联动必要且重要，具备流量价值、消费价值及经营价值。**代运营类服务商兴起：**依托平台生态与流量利好，基于工具与服务能力，助力商户私域落地运营环节。



经营模式

重心：用户转化、布局成本与公域引流是商户最关注的三项。**渠道：**据商户调研，微信生态、支付宝生态与短视频平台位列商户私域布局渠道前三。**人员：**私域人力投入与经营表现呈正相关。**工具：**小程序类工具成为私域标配。**策略：**聚焦用户引流、留存转化、用户洞察环节的运营差异。



典型案例

结合公开资料，分别选取商超、茶饮、文旅类典型商户私域经营案例，描述其私域布局渠道、私域策略制定与经营效果，以期为市场提供一定参考。

中国商户私域布局图景

1

中国商户私域布局及营销新变化

2

中国商户私域经营模式

3

典型商户私域经营案例分析

4

中国商户私域布局发展图景（1/4）

私域布局已迎来爆发期

中国商户私域布局的进程主要分为四个阶段，每一步跃升意味着线下场景与线上场景连接的进一步增强、商家与客户连接的进一步增强，这也是私域布局的重要价值体现。在不同因素的驱动下，当下渠道侧、运营侧、用户侧均已具备进入行业成熟、爆发期的基础，在共同合力下实现共赢。

中国品牌/商户私域布局发展脉络梳理



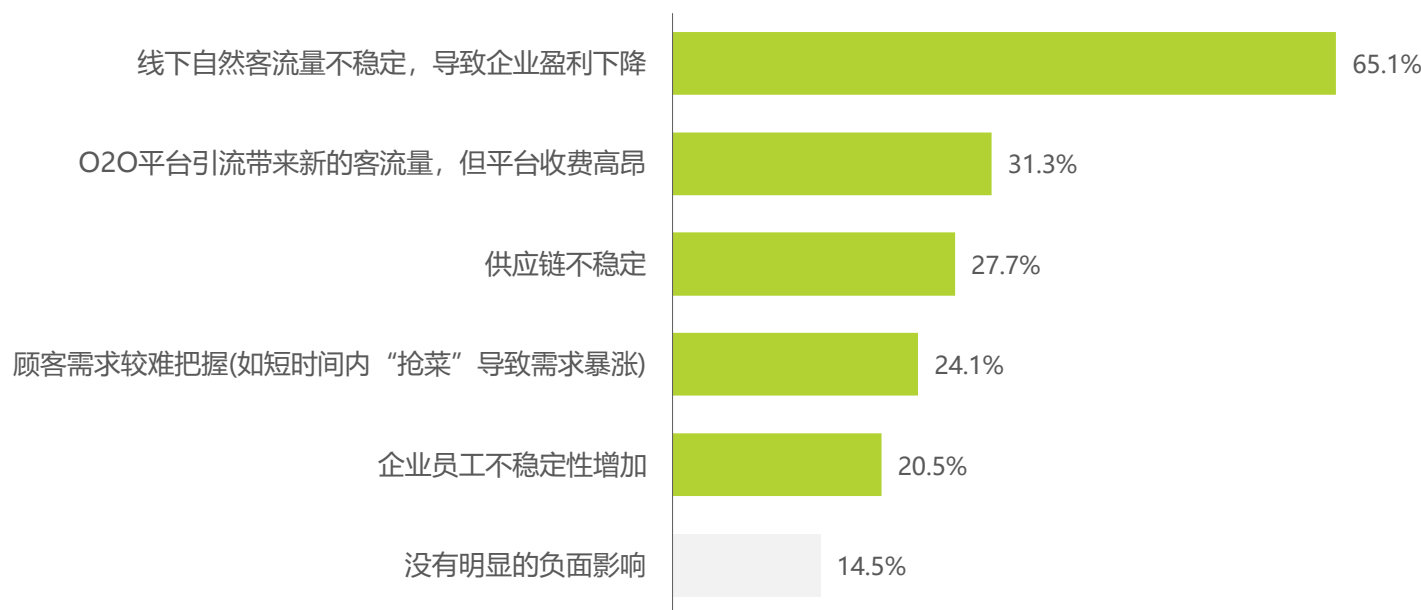
来源：综合公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国商户私域布局发展图景（2/4）

疫情加速推动商户私域布局

调研数据显示，自2020年全国疫情爆发以来，商户在获客、引流、员工稳定性、供应链稳定性、客户需求把握等方面均遭遇了不同程度的冲击，其中线下自然客流量不稳定成商户最大痛点，导致企业盈利下降。同时O2O平台虽为品牌及商户带来新客流，但平台高昂的收费很大程度上削弱了商家的收益。因此，近两年私域流量成为诸多线下品牌及商户的主阵地。

疫情对中国品牌/商户产生的影响



样本：N=123，于2022年7月通过网络调研获得。涉及题目“疫情对贵品牌/商户产生了哪些负面影响？”

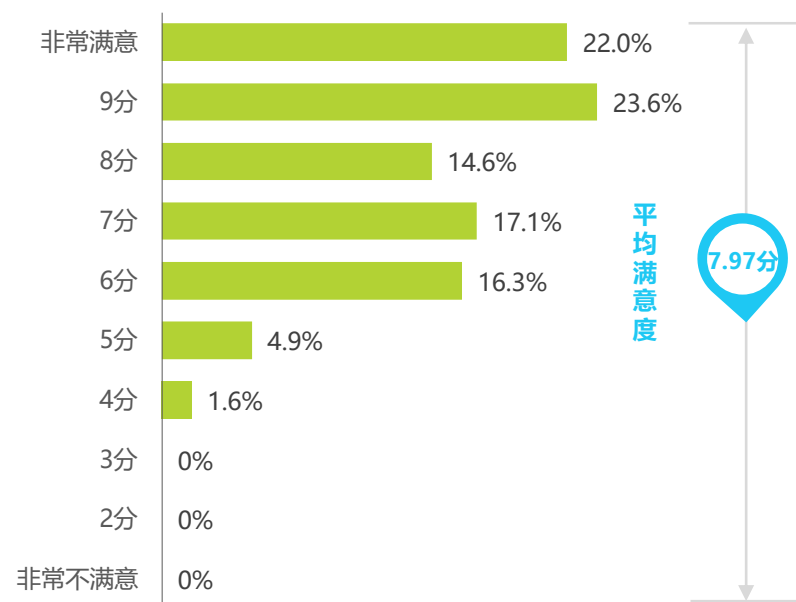
来源：品牌/商户调研，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国商户私域布局发展图景（3/4）

近8成商户对私域效果满意，新客、会员增长效果最显著

调研数据显示，近8成商家对私域布局的效果表示满意，平均满意度高达7.97分，**新客获取与会员增长的效果最显著**。可见私域布局从多维度提升商家经营能力，助力完成获客、运营及转化闭环，即通过多渠道引流—>基于用户画像留存促活—>优化销售管理链路，助力增长与转化—>沉淀用户资产、全域运营用户，输出用户洞察，强化风控管理。

2022年中国商户私域布局带来效果满意度



2022年中国商户私域布局带来经营效果提升情况

效果维度	各指标获得「增长」的商户占比
PV/UV（线上店铺页面访问量）	43.9%
新客获取数量	56.1%
会员数	51.22%
用户活跃度（如在社群中发言、参与活动情况）	41.46%
用户转化率	43.9%
用户复购情况	47.15%
GMV（交易总额）	49.59%

样本：N=123，于2022年7月通过网络调研获得。涉及题目“请您对贵品牌/商户私域布局带来的效果满意程度按照0-10分进行打分（0分代表非常不满意；10分代表非常满意）”
来源：品牌/商户调研，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

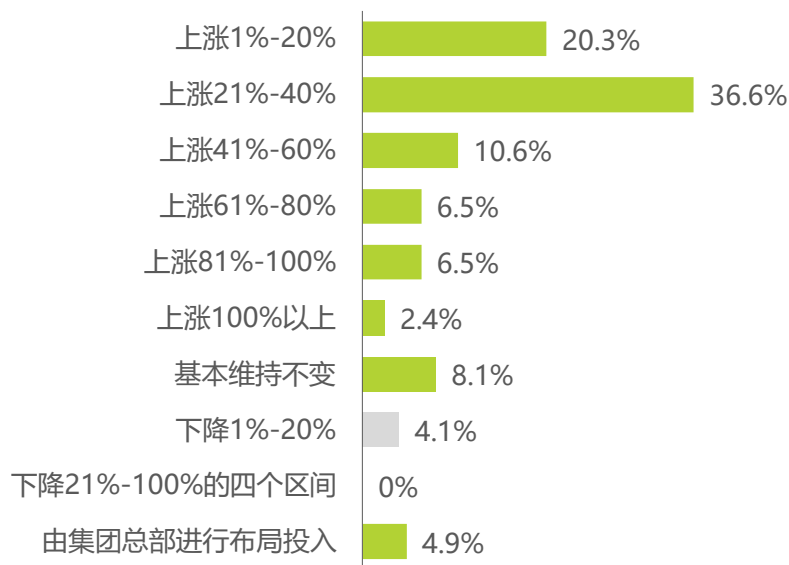
样本：N=123，于2022年7月通过网络调研获得。涉及题目“结合您所在店铺的运营情况，贵品牌/商户在布局私域后，以下维度呈现哪些变化？”
来源：品牌/商户调研，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国商户私域布局发展图景（4/4）

私域布局成本水涨船高，平均涨幅最高达40%

调研数据显示，超8成商户认为私域成本较布局之初呈现上涨，平均涨幅最高达40%，主要来自开发成本、人员和营销投入。艾瑞认为，私域初期红利逐渐消退，商家需更好平衡收益与成本，粗放的模式不再适用，未来需构建更综合、专业的私域运营能力，即具有数据与产品相结合的私域布局能力、不同平台精细化运营能力，及快速试点并全面推广的能力。

2022年中国商户私域布局成本较布局之初的涨幅/降幅情况



2022年认为各项成本上涨的商户占比



46.0%
的商户认为该
项成本上涨



42.1%
的商户认为该
项成本上涨



47.4%
的商户认为该
项成本上涨

样本：N=123，于2022年7月通过网络调研获得。涉及题目“请问贵品牌/商户目前在私域布局上的成本投入水平，较布局之初的涨幅/降幅为？”
来源：品牌/商户调研，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

样本：N=123，于2022年7月通过网络调研获得。涉及题目“贵品牌/商户预计2022年私域运营各项预算变化情况是？”
来源：品牌/商户调研，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国商户私域布局图景

1

中国商户私域布局及营销新变化

2

中国商户私域经营模式

3

典型商户私域经营案例分析

4

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_46717

