

中国零售私域数智化增长 白皮书

©2022.5 iResearch Inc.



发展背景

数字化消费规模逐年递增，网上零售额在社会消费品中的贡献率近30%。伴随零售业态的发展，技术应用程度不断纵深，经营、成本、疫情等因素驱动品牌私域布局。**私域数智化**是私域的高阶发展阶段，基于完善的数字化架构，智能技术进一步赋能洞察、营销与运营环节，实现企业增长。



增长痛点

道：缺乏成熟完备的方法论体系，团队内存在认知不齐的现象，复合型人才缺乏。**场**：受限於场的生态与技术环境，营销及运营成本高，数据回流欠丰富，品牌较难与平台实现生态共建。**器**：缺乏整体规划导致系统冗余或工具效用重合。**术**：运营目标庞杂，执行层面临挑战。



增长策略

选平台：去中心化平台具备数据沉淀及生态优势。**用工具**：厘清需求，整体规划，技术服务商功能覆盖全链路，私域建站赋能数据沉淀与转化，一物一码链接线下场景与线上流量，SCRM与MA聚焦用户精细化运营及营销，CDP为私域数智化后链路赋能。**重运营**：以CLV为目标，构建量化目标体系，善用智能模块。**贯渠道**：实现渠道的联动与打通，私域数智化反哺全域经营。



未来趋势

企业侧：一方数据资产内在优势及应用优势并存，是体验升级、精细运营等的基础，具有长期价值。**平台侧**：基于品牌对私域基建的需求，去中心化平台兼具流量及技术壁垒，是私域数智化的重要渠道。**技术侧**：智能技术的进步加之品牌目标的深化，未来技术将向预测、决策方向纵深。

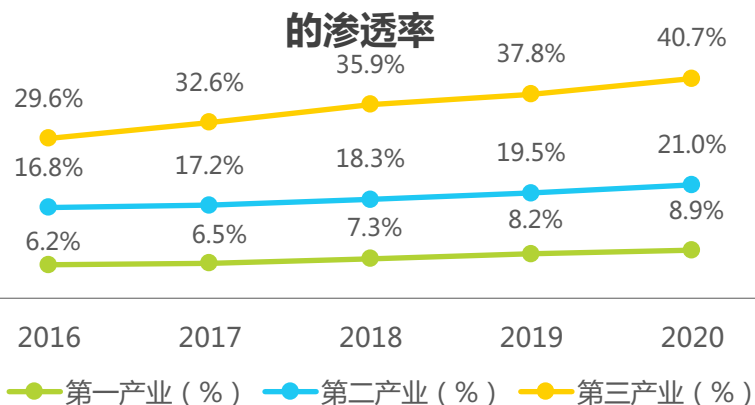
中国零售私域数智化的发展背景	1
中国零售品牌主私域数智化布局及增长痛点	2
中国零售私域数智化布局及增长策略	3
中国零售私域数智化增长发展趋势	4

中国数字经济发展现状

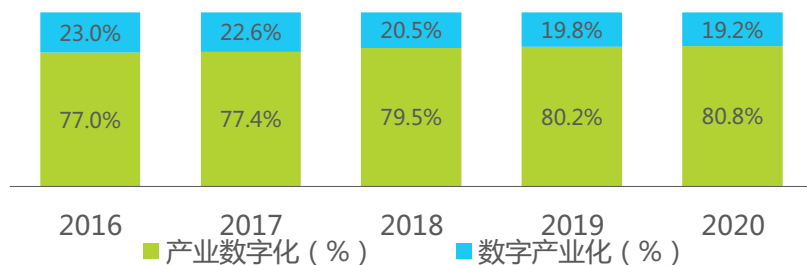
产业数字化发展蓬勃，数字化消费规模可观

2020年我国数字经济规模为39.2万亿，在GDP中的贡献率达38.6%，数字经济在三大产业的渗透率逐年提升，其中第三产业的数字化渗透率最高。从数字经济内部结构看，产业数字化占比占据绝对优势，数字技术赋能传统行业产能增长。同时，数字化消费潜力逐年提升，中国网上零售额近五年CAGR达16.1%，在社会消费品总额中占据重要地位。

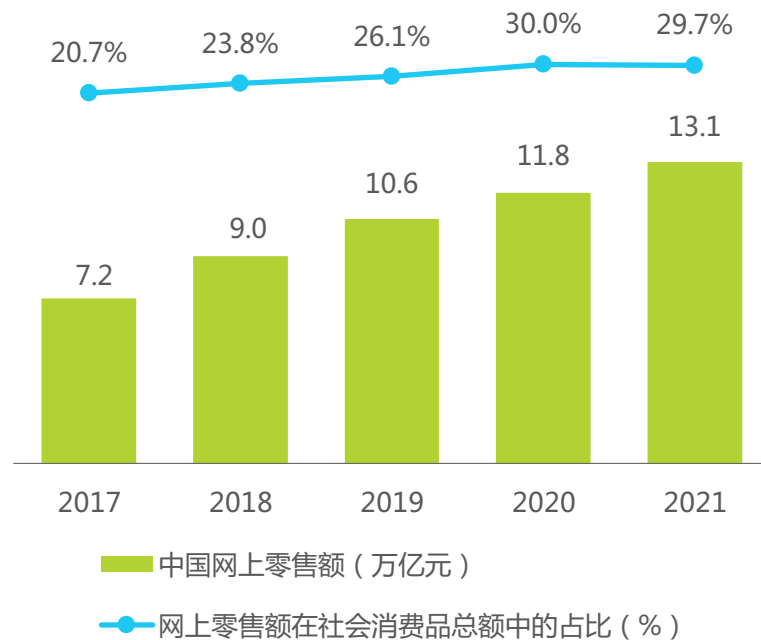
2016-2020年中国数字经济在三大产业的渗透率



2016-2020年中国数字经济结构



2017-2021年中国网上零售额及其在社会消费品总额中的占比



来源：中国信通院《中国数字经济发展白皮书》。

来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

零售行业数字化发展历程

零售业态升级变迁，技术应用不断纵深

中国零售业态变迁及数字化发展历程



来源：结合公开信息整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

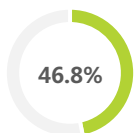
品牌主私域布局驱动因素

战略转型、获客成本、精细运营、经营瓶颈是主要驱动因素

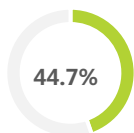
多重因素共同推动品牌私域布局：私域助力企业渠道上云、数据沉淀与策略制定，与企业内部数字化转型的战略相契合；公域平台营销及获客成本总体呈上升趋势，品牌主面临成本与效用的博弈；用户浏览碎片化、消费习惯线上化促使品牌主重视存量用户精细化运营；私域布局推动产品、营销、运营与技术的迭代，服务企业经营，为品牌主解决增长瓶颈。

品牌主私域布局驱动因素

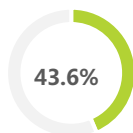
企业内部数字转型战略需要



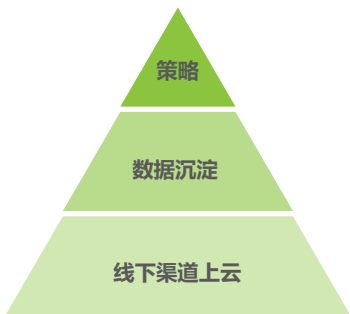
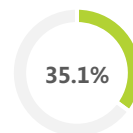
流量红利消退
获客成本居高不下



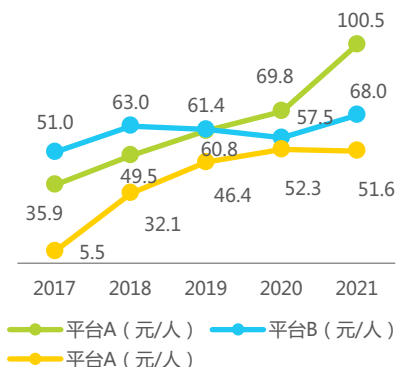
寻求对用户的精细化运营



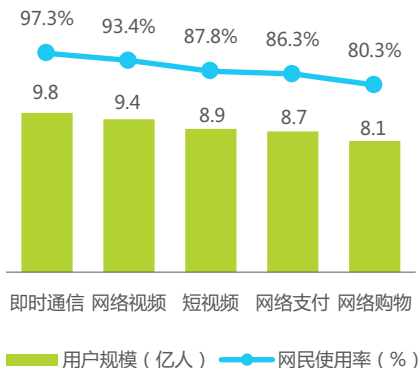
企业面临增长瓶颈
需要拓展线上运营及营销渠道



2017-2021年中国典型电商平台
销售及营销费用/年度活跃用户



2021年6月中国互联网应用类别
用户规模及网民使用率TOP5



来源：2021年7月艾瑞咨询品牌主调研，财报，CNNIC，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。
样本：调研N=94，样本构成以品牌CMO为主。

私域布局及发展形态

智能化阶段数字化基建完善，是私域发展的高阶阶段

私域布局及发展形态可划分为三个阶段，私域起步阶段营销及运营粗放，多通过社群链接用户，前期起量快，没有或少有数据沉淀。私域发展阶段品牌主通过人工+工具的方式开展私域运营，企业运营颗粒度与运营效率提升，部分模块实现智能化。私域高阶阶段以智能技术的深度应用为标志，数字化基建完善，数据沉淀维度丰富，智能技术应用贯穿企业经营全链路。

私域布局及发展形态

	私域起步：规模化	私域发展：效率化	私域高阶：智能化
运营方式	人工为主	人工 + 工具	人工 + 工具
企业类型	带货型新兴品牌	普通零售企业	头部零售企业 + 深耕私域企业
私域数字化基建	私域数字化起步阶段，表现形式多为中心化平台私域	较为完备的数字化基建，实现多触点数字化，布局去中心化平台私域	完善的数字化基建，实现全渠道数字化，有效联通各业务场景
数据沉淀及处理	没有或少有沉淀，限于基础可视化处理	达成一方资产沉淀，实现用户分层、打标、分析等	沉淀维度丰富，数据质量高，标签体系更完善，分析洞察更智能
智能化模块	无智能化模块	少数模块实现运营智能化	智能技术重塑全链路，辅助企业实现智能运营、营销与增长
增长潜力	★	★★★	★★★★

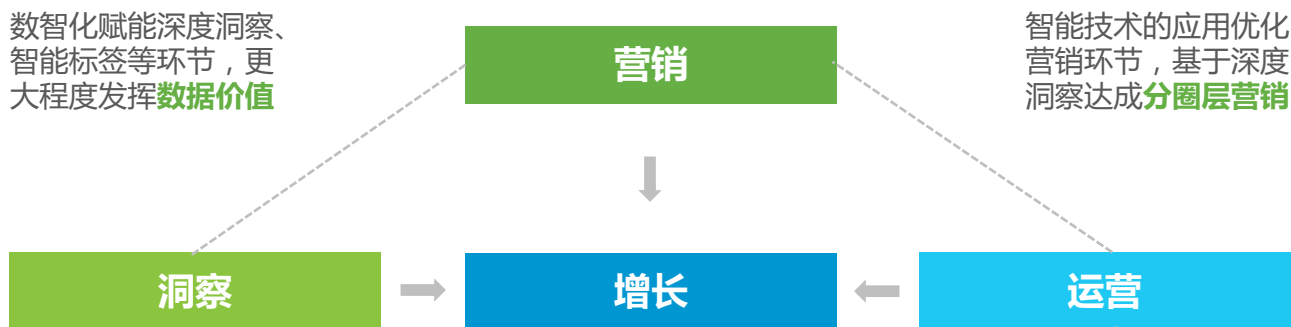
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

私域数智化的价值

重塑系统、洞察、营销与运营，数智化促进私域增长

私域数智化的发展赋能系统搭建及洞察、营销、运营场景，驱动品牌主私域增长。数智化架构是私域布局的基础支撑，数据沉淀、渠道互连、营销玩法均依托于此；智能技术的发展有助于挖掘数据价值，提升企业数据洞察力；在营销环节，智能技术使人群圈选、精细营销成为可能；运营层面，智能技术助力品牌主实现流程规范化、规模效率化、运营精细化。

私域数智化的价值



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_42052

