



Xu hướng bán lẻ

UPS Pulse of the Online Shopper™

Nghiên cứu tại thị trường châu Á

Nghiên cứu toàn cầu Pulse of the Online Shopper™ của UPS đánh giá thói quen và sở thích mua sắm của người tiêu dùng xuyên suốt quá trình từ trước khi đặt hàng đến sau khi nhận được hàng. Đồ họa thông tin (infographic) này nêu bật những thông tin chi tiết trong ấn bản châu Á về nghiên cứu được thực hiện trong quý 3 năm 2017. Được UPS ủy quyền và thực hiện bởi comScore, nghiên cứu này đã khảo sát hơn 3.200 người mua sắm online ở Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản với ít nhất 2 lần mua sắm online trong khoảng thời gian 3 tháng.



Nghiên cứu Pulse of the Online Shopper năm 2018 của UPS tại thị trường Châu Á

Người tiêu dùng online đang có xu hướng mua hàng từ các nhà bán lẻ quốc tế trên nền điện thoại thông minh và các chợ điện tử, với mong muốn một mức giá tốt hơn, sản phẩm độc đáo và nâng cao sự tiện lợi. Để thu hút được những người thích mua sắm online ngày nay, các nhà bán lẻ phải không ngừng phát triển để đáp ứng được sở thích và nhu cầu của khách hàng.

ĐIỀU KIỆN LOGISTICS CỐT LÕI ĐỐI VỚI NGƯỜI MUA SẮM ONLINE



xem việc miễn phí vận chuyển trả hàng là yếu tố quan trọng khi chọn nhà bán lẻ online



nói rằng tùy chọn vận chuyển miễn phí là yếu tố quan trọng khi thực hiện thanh toán online



nói rằng cước phí vận chuyển là yếu tố quan trọng khi tìm kiếm và lựa chọn sản phẩm online

1 Ngành bán lẻ mang tính toàn cầu



55% người mua sắm online ở khu vực Châu Á mua hàng từ các nhà bán lẻ quốc tế

Trong đó:
77% mua hàng từ nhà bán lẻ quốc tế thuộc khu vực châu Á
45% mua hàng từ nhà bán lẻ quốc tế ngoài khu vực châu Á

NHỮNG ĐIỀU KIỆN HÀNG ĐẦU KHI THỰC HIỆN MUA HÀNG QUỐC TẾ: (% TẦM QUAN TRỌNG)



63%

Uy tín nhà bán lẻ



57%

Tổng chi phí của đơn hàng bao gồm phí vận chuyển, các loại thuế và thuế nhập khẩu được liệt kê rõ ràng



55%

Chính sách trả hàng rõ ràng

2 Điện thoại thông minh là phương tiện phổ biến nhất

Chủ sở hữu điện thoại thông minh sử dụng điện thoại của họ để mua hàng

43%



2014

77%



2017

Thế hệ Y thực hiện 87% đơn hàng của mình bằng điện thoại thông minh.
68% những người không thuộc thế hệ Y mua hàng online bằng điện thoại thông minh

Thế hệ Y ở khu vực châu Á là những người mua sắm đa kênh

Phương thức mua hàng (không trùng lặp)



35%

Máy tính và điện thoại thông minh



22%

Chỉ dùng điện thoại thông minh



19%

Máy tính, điện thoại thông minh và máy tính bảng

3 Chợ điện tử xâm nhập thị trường



98% người mua sắm online mua hàng qua một chợ điện tử

38%

dự định sử dụng chợ điện tử để tham khảo sản phẩm

37%

dự định tăng số lần mua hàng trên chợ điện tử trong tương lai

CÁC LÝ DO HÀNG ĐẦU ĐỂ MUA SẮM TRÊN CHỢ ĐIỆN TỬ THAY VÌ MUA SẮM Ở CỬA HÀNG BÁN LẺ:



64%

Giá cả tốt hơn



42%

Miễn phí và giảm cước phí vận chuyển



36%

Thông tin sản phẩm toàn diện hơn

4 Cửa hàng vẫn có chỗ đứng vững vàng



60%

người mua sắm lựa chọn phương thức giao hàng đến cửa hàng đã thực hiện mua thêm khi ở cửa hàng



59%

dự định sử dụng phương thức giao hàng đến cửa hàng nhiều hơn trong năm tới

CÁC YẾU TỐ HÀNG ĐẦU ĐỂ QUYẾT ĐỊNH MUA SẮM TẠI CỬA HÀNG THỰC THAY VÌ MUA SẮM ONLINE: (% TẦM QUAN TRỌNG)



43% Giảm giá đặc biệt tại cửa hàng dành cho thành viên

43% Có thể chạm và cảm nhận sản phẩm

41% Có thể giải quyết vấn đề ngay

39% Dịch vụ khách hàng ưu việt hơn

39% Lựa chọn sản phẩm độc đáo

Nghiên cứu được thực hiện bởi cómscore trong quý 3 năm 2017 đã khảo sát hơn 3.200 người mua sắm online ở Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản với ít nhất 2 lần mua sắm online trong khoảng thời gian 3 tháng.



Để tải xuống nghiên cứu 2018 UPS Pulse of the Online Shopper, hãy truy cập dịch vụ bán lẻ của chúng tôi tại trang web ups.com