



第 17 次年度全球消费者研究报告

# 零售业的当务之急

在竞争众多的世界中蓬勃发展

## 总纲

了解消费者、员工和零售决策者的见解，揭示提升体验、提高利润和增强员工能力的战略，以便在当今动态的零售环境中茁壮成长。



## 在互联世界中提升零售业

随着消费者之间的联系越来越紧密，零售商也在探索更多的方法来适应和满足他们日益增长的期望。消费者现在寻求顺畅、个性化的体验——无论是在网上还是在实体店购物。要想在这种环境中取得进展，就需要提升基本要素：在适当的时间提供适当的产品，简化互动，让员工有能力提供出色的服务体验。



### 消费者要求在不同渠道都能提供顺畅的个性化服务

#### 简化服务是关键

**70%**

在商店内购物时很难找到店员帮忙

**75%**

当零售商了解消费者的个人偏好时，他们更愿意尝试/购买店员推荐的商品

**78%**

当商品被锁在或被固定在箱子里时，消费者会觉得烦人

#### 全渠道是新常态

**78%**

更喜欢店内购物和网上购物相结合的购物方式

**78%** ↑ +3pp YoY

更喜欢在有实体店的网络零售商处购物。

**82%**

更喜欢提供便捷退货服务的零售商



### 员工需要工具和认可来提升工作效率并获得出色表现

#### 员工需要帮助来管理压力，和感受自己在工作受到重视

**83%**

由于责任繁重和存在众多优先事项，难以确定任务的优先次序

**79%**

由于日常工作日益复杂而感到压力过大

**87%** ↑ +3pp YoY

当雇主提供技术工具帮助他们工作时，他们会觉得自己更受雇主重视

#### 员工更喜欢在技术的帮助下完成任务

**85%**

更喜欢通过移动设备/应用程序管理他们的日程安排

**85%** ↑ +6pp YoY

更喜欢通过自动指定的任务来管理他们一天的工作，并确定需要优先关注的任务

**86%** ↑ +7pp YoY

更喜欢通过商店移动设备/应用程序与团队协作



### 决策者应对利润压力，规划自动化的未来

#### 保持利润率是一个挑战

**83%**

减少欺诈/损耗是一项重大挑战

**78%** ↑ +6pp YoY

面临减少盗窃和损失的压力

**82%**

在满足员工对加薪和福利的期望的同时保持利润率是困难的

#### 自动化是未来

**85%**

公司需要更好的库存管理工具来提高准确性和可用性。

**86%** ↑ 自2020年以来为 +16pp

自动化和机器人技术的日益普及将弥补劳动力缺口

**76%**

计划增加对库存可视性的投资

# 保证满意度 提供顺畅的个性化购物体验

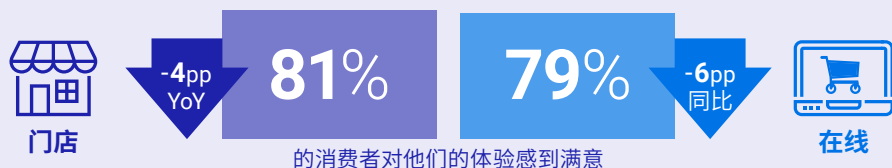
如今的零售业消费者很精明，他们敏锐地意识到通货膨胀和不便会影响他们的购物体验。因此，人们的期望越来越高，零售商需要付出更多努力来满足这些期望。消费者不再将网上购物视为实体店购物的替代品，而是希望不同渠道都能畅通。尽管如此，总体满意度仍逐年下降，实体店购物和网上购物都发生了明显变化。这一现实表明，零售商需要更加关注基本面，减少摩擦，并在不同渠道都提供顺畅、令人满意的体验。

缺乏准确、实时的库存可视性会干扰消费者，让员工感到沮丧，从而错失销售机会。如今的消费者都是有备而来，并期望商店员工在交易之外，还能提供深刻的见解和个性化服务。四分之三的消费者认为，了解他们偏好的零售商应提供更加个性化的体验，这凸显了量身定制的客户互动的重要性。

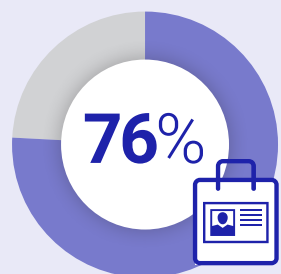
零售商需要通过提供快速交付、便捷的换货和退货服务，以及确保有足够的员工为顾客提供顺畅协助，来保持市场竞争优势。78%的消费者认为，当他们想要的产品被锁在箱子里或被固定在箱子里时，他们会感到沮丧，这会增加购物体验的不顺。通过利用技术为员工赋能并提供实时数据，零售商可以提高客户忠诚度并加强品牌联系。



## 消费者满意度逐年下降

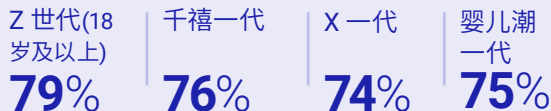


## 不同年龄段的消费者都在寻求个性化的零售体验



的消费者希望在零售商了解其个人信息或偏好时，获得出色的个性化体验

按年龄段划分：



## 提升消费者满意度的重要因素

- |            |               |
|------------|---------------|
| 门店         | 在线            |
| 查找产品的便利性   | 查找产品的便利性      |
| 找到正确价格的便利性 | 找到正确价格的便利性    |
| 优惠券和折扣的可用性 | 数字优惠券和折扣的可用性  |
| 产品的种类和选择   | 是否提供在线帮助/客户服务 |
| 工作人员的到位情况  | 库存物品的可用性      |

# 利润保护

## 提高库存可视性和增强防损耗性

随着零售盗窃、欺诈、退货增加和滞销产品造成的损失不断侵蚀利润，零售商在保护利润方面面临着日益严峻的挑战。在过去的 12 个月里，约 52% 的决策者报告称损耗有所增加。然而，这些利润流失已成为企业经营中不可避免的成本。这就是为什么零售商需要获得更准确地预测损耗所需的情报，同时继续努力尽量减少其对盈利能力和购物体验的影响。整合实时数据监控和高级分析的综合策略有助于更好地识别漏洞、预测趋势和标记可疑活动。

这些威胁的影响不仅限于利润，还会在员工中造成不安。店员们越来越担心盗窃和暴力事件的发生，而且他们觉得店内缺乏防止这些事件发生的技术。消费者也担心，不断上涨的盗窃成本会导致商品的价格上调，从而转嫁给他们。随着员工和客户的焦虑与日俱增，许多零售商正在重新思考他们采取的安全方法，以便更好地解决这些问题。

零售决策者将生成式人工智能、规范性分析和 RFID 视为有助于减少损耗的关键技术。这些工具有助于识别盗窃模式，推荐预防措施，提高库存可视性，从而提高效率和盈利能力。



### 损耗呈上升趋势

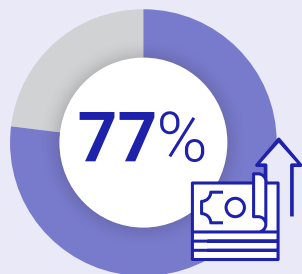
**52%**   
 的决策者表示，在过去的 12 个月中零售损耗有所增加

### 犯罪率上升引发员工担忧

**84%**   
 的员工由于商店内的盗窃和犯罪率上升而担心人身安全

**84%**   
 的员工担心缺乏发现安全威胁或犯罪活动的技术

### 消费者担心价格上涨



的消费者担心零售商可能会提高价格，以弥补日益增多的零售盗窃和犯罪增加的成本

按地区划分：

亚太地区	欧洲	拉美	北美
<b>68%</b>	<b>73%</b>	<b>80%</b>	<b>85%</b>

### 提高防损能力

决策者认为关键技术可以帮助减少损耗

-  生成式人工智能
-  规范性分析
-  自助结账摄像头和扫描器
-  公共场所的监视器
-  RFID 标签和读写器

# 未来的工作

## 增强员工能力, 实现更智能、更高效的协作

员工和决策者认识到, 店内需要更多的员工来协助消费者

店员



85%

决策者

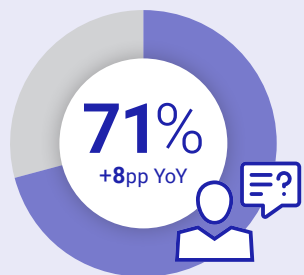


81%

在劳动力不断变化的情况下, 零售商正在努力应对员工流动率高以及与招聘、培训、再培训和留住人才相关的成本不断攀升的问题, 这些问题给运营带来了压力。填补职位所需的时间、培训时间的延长和在旺季寻找临时工的困难都是很大的痛点。事实上, 85%的员工和 81%的决策者都认为, 他们的商店需要更多的员工来协助顾客。沟通缺口依然存在, 因此很难将信息传递给正确的人, 也很难确认重要任务的完成情况。

许多零售商正在利用技术和移动设备来应对劳动力挑战, 为员工提供更好的支持。这一策略有助于吸引和留住员工, 85%的员工和决策者都认为技术能帮助提高员工队伍的稳定性。装备精良的团队可以更好地满足消费者的期望, 这在 71%的消费者因缺乏店内协助而感到沮丧的环境中非常重要。通过分配具体任务和提供便捷的信息获取途径, 零售商可以让员工专注于优先事项, 提高士气和效率。这些技术解决方案对于在当今竞争激烈的劳动力市场中建立一支积极进取且能力强的员工队伍非常重要。

### 消费者因缺乏帮助而感到沮丧



的消费者担心得不到店员的帮助

按年龄段划分:

Z世代(18岁及以上)	千禧一代	X一代	婴儿潮一代
72%	69%	68%	76%

### 招聘和培训问题给零售商带来挑战

零售商在招聘和培训合格员工方面仍面临劳动力短缺的挑战

- 填补职位的时间长度
- 培训时间太长
- 为旺季寻找临时工
- 吸引符合要求的工作人员



### 技术有助于留住劳动力

85% <sup>+3pp YoY</sup>  
2022年以来增加了7%  
的员工认为



利用零售技术和移动设备的商店能吸引并留住更多员工

85% <sup>+1pp YoY</sup>  
的决策者同意

# 实现卓越运营 提高消费者满意度的关键

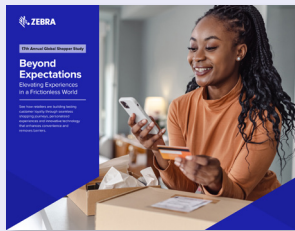
如今的消费者希望实体体验和数字体验能够顺畅融合，让互动轻松愉快。在过去的五年里，零售业面临着许多挑战，导致客户期望发生了重大变化。为了在这种不断变化的环境中蓬勃发展，零售商需要在面向客户的技术、劳动力支持和库存管理系统方面进行战略投资，以满足日益增长的需求，同时保护利润。

通过先进技术为员工赋能，可以简化运营，提高库存可视性，增强他们提供卓越服务的能力。零售商若能优先考虑卓越运营，并使其团队具备应对现代挑战的能力，就能培养顾客的长期忠诚度，并在便利、速度和个性化对成功非常重要的市场中茁壮成长。

## 关于研究

Zebra Technologies 委托对成年消费者（18 岁以上）、决策者和员工进行了一项全球调查研究，以分析零售业的趋势和技术转变。今年的调查研究由 Azure Knowledge Corporation 在线进行，共有 4,200 多名受访者参与，调查主题包括购物体验、设备和技术使用、店内和在线交付与履单等。Zebra 第 17 次年度全球消费者研究系列报告介绍了影响该行业未来的态度、观点和期望。

该系列侧重于三个关键主题：



**超越期待**  
提升顺畅的购物体验



**提高盈利能力**  
应对零售业的众多挑战



**开启卓越之旅**  
员工参与的力量

如需查看第 17 次年度全球消费者研究系列，请访问[zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

了解 Zebra 如何帮助零售商改善客户体验、加强全渠道运营和保护利润，  
请访问[zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)

## 关于 Zebra Technologies

Zebra (纳斯达克股票代码: ZBRA) 通过让一线员工和边缘资产获得可视性、连接并得到优化，使零售企业及其员工能够在按需经济时代中蓬勃发展。Zebra 在全球 100 多个国家/地区拥有 10,000 多家合作伙伴，为不同规模的客户（包括财富 100 强中的大多数企业）提供出色的硬件、软件、服务和解决方案组合，帮助企业实现工作流的数字化和自动化。



北美和公司总部  
+1 800 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

亚太总部  
+65 6858 0722  
[contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)

欧洲、中东和非洲总部  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com)

拉丁美洲总部  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto:la.contactme@zebra.com)

ZEBRA 及其风格化的 Zebra 头像是 Zebra Technologies Corp. 的商标，已在全球许多司法管辖区注册。所有其他商标均归各自的所有者所有。©2024 Zebra Technologies Corporation 和/或其关联机构。