

## August 2020

母婴产品零售 (含新冠疫情分析) -  
China

“未来几年，据预测新生儿数量将会减少，母婴产品零售市场整体增长将主要依赖人均支出增长。线上综合性购物网站对母婴产品零售更重要，消费者更加依赖于此。线上母婴论坛是可信的育儿信息来源，尽管它们仍面临将内容商业化的挑战。品牌和零售商可利用母婴相关服务瞄准更年轻的消费者，强化品牌资产和购物体验。”

— 施洋，研究分析师，2020年5月30日

## July 2020

## 新冠疫情后的汽车零售市场 - China

“由于汽车行业严重依赖线下经销商模式，新冠疫情导致线下汽车经销商和贸易市场被迫关门，造成销量中断。新冠疫情的影响使汽车品牌和消费者更加意识到线上零售的必要性和潜力。”

消费者对将部分购车流程转移到线上表现出强烈兴趣，尤其是因为线上的车价和售后服务价格往往更加透明。消费者在线上还可享有具有安心交车服务的个性化购买过程，这也可能成为另一个动因。

值得注意的是，线下汽车经销商仍将是消费者咨询价格或试驾的主要初始渠道，并且许多消费者对传统面对面的关系建立了信任。因此，销售人员的专业性是线下经销商应加强的核心竞争力，以提供准确的信息并使购买过程个性化。”

— 周同，高级研究分析师，2020年5月31日

Mother and Baby Products  
Retailing (Incl Impact of  
COVID-19) - China

“Given the expected drop in the number of new-born children in the next few years, the overall future growth of the mother and baby products retailing market will mostly come from increasing spending per baby. Online comprehensive shopping websites have become more important for mother and baby products sales and ...

Changing Landscape of Car  
Retailing after COVID-19 - China

“The shut-down of offline car dealers and trade markets put a temporary pause on the car retailing industry during the lockdown period of COVID-19, since car retailing is an industry that heavily relies on the trade dealership model. The impact of COVID-19 has made both car brands and consumers more ...