



中国百货零售业 发展报告 2018-2019

摘要

中国零售业面对不断变化的营商环境，越来越多百货企业通过创新和转型来加快推动业务升级。中国百货业在 2018 年有触底回升的迹象，很多企业的销售开始回升，利润有所增加。

以下为百货行业创新和转型的主要举措：

•深入推进全渠道发展，科技成重要抓手

○随着 O2O 的融合和数字化转型成为主流，越来越多百货商店通过大数据分析和其他突破性技术将线上线下体验无缝地结合在一起，提高营运效率。

○不少百货企业通过大数据分析的应用更准确预测和理解顾客的需求，改善商品组合并为顾客提供个性化产品和服务。这使百货企业能够加速数字化转型并实现精准营销。与此同时，一些百货企业利用科技重构消费场景，提升顾客购物体验。

○另外，一些百货企业选择与互联网公司或大型电商合作，通过他们强大的数据收集和处理能力实现线上线下流量共享。

•深度拓展自采自营业务，进一步建立品牌价值，提升毛利率

○了解到联营模式的弊端，许多百货企业希望透过推出自营业务，开设品牌集合店和积极开发自营品牌，从而拓展自采自营业务，强化企业品牌形象，增强产品和服务的独特性，并为客户提供更好的购物体验。

•大力发展创新业务，拓展多元化业态

○面对日益激烈的市场竞争，百货企业为了提升竞争力，纷纷在原来百货业态的基础上进行跨业态经营，打造多业态格局。拓展多元化业态一方面能满足不同层次消费者的消费需求，另一方面，能为企业扩大收入来源。我们的调查显示，超市/大型综合超市和购物中心是百货企业最常涉足的零售业态。

- 百货商店一直在探索新的经营模式并引入创新的零售概念，例如餐饮业务和推出到家服务。
- 然而，受经济不稳定因素影响，百货企业作出相关投资时会变得更审慎，只有接近三分之一的受访百货企业表示未来 12 个月内会涉足其他业态。

•体验式消费为转型创新焦点

- 随着消费持续升级，中国消费者越来越追求全方位购物体验的及时尚生活方式。许多百货企业致力打造以消费者为核心的体验式消费场景，引入亲子，艺术，文化，IP，娱乐等元素，以吸引顾客，刺激消费意欲。

尽管仍然受到电商的冲击，百货商店仍然是中国最主要，最具影响力的分销渠道之一，也是消费者生活中不可或缺的一环。百货商店通过追求数字化，从事自采自营业务以增加产品种类和融入体验元素以增强购物体验，不断努力改造和升级业务，将有助于推动国内消费升级。展望未来，顺应消费升级大趋势以及政府对促进消费的决心，中国百货业将保持整体稳定增长。

联系

亚洲分销与零售

林诗慧

副总裁

電郵: teresalam@fung1937.com



©版权 2019 冯氏集团利丰研究中心版权所有。

冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。