



上一篇我们分析了疫情对中国经济产生的直接影响并做了预测。今天这篇我们快速分析一下疫情对零售业的影响。

新冠 VS SARS，此一时，彼一时

SARS 时期

- 零售业正处于向上发展的时期
- 2002 年第三产业增加值对国内生产总值增长的贡献率为 46.5%
- 爆发地区为广东省和北京
- 外贸是经济发展的支柱
- 互联网渗透率低于 10%
- 物流业基础尚未完善
- AI 产业刚刚起步
- 电商处于起步阶段

新冠时期

- 零售业发展增长放缓
- 2019 年第三产业增加值对国内生产总值增长的贡献率为 59.4%
- 爆发地区为武汉
- 国内消费是经济发展的支柱
- 互联网渗透率超过 60%
- 物流体系成熟
- AI 产业已经广泛应用于零售业
- 电商体系成熟，遍及千家万户

新冠疫情对于零售业的打击可谓是雪上加霜。

我们预计一季度到二季度中国零售销售增长将从去年 12 月的 8.0% 下滑到 4.0% 甚至更低。

对于以国内消费为经济增长主要动力的中国而言，各个行业销售收入的减少所产生的影响，也将超过 SARS 时期。

而武汉作为此次爆发集中城市，是华中地区最为重要的物流和交通枢纽，同时也是汽车零部件以及电子零配件的重要生产基地。因此相关产业也将受到严重影响。

不过，与非典时期不同，新冠时期中国互联网渗透率已经超过 60%，因此，很多实体店商家为了弥补线下损失，纷纷推出线上的购物渠道。其中，以生鲜电商的增长最为明显。

餐饮业

足不出户的消费者们促进了食品配送行业的增长。

截至 1 月底，单单北京一个地区，美团和饿了么两家配送平台每天的接单量达到 40 万单。

无接触配送

同时为了保证相对隔离的配送环境，众多外卖配送平台还推出了“无接触配送”的特殊服务。

安心卡

此外，美团收银还推出“安心卡”APP。使用美团收银的商户可以在收银 POS 应用市场里自助下载“美团安心卡”APP，连接小票打印机后可以批量打印出包含了姓名、体温等格式信息的“安心卡”。

快消和生鲜零售

疫情的特殊时期，商务部敦促所有超市和大卖场都要维持正常营业，来保证市民的日常生活物资采购。据统计，疫情期间，全国 95% 的连锁超市都维持正常运营状态。人们也更多的选择超市和大卖场进行采购。

永辉超市 bravo 到家服务在今年春节期间的接单量暴涨 30%。春节订单首破 30 万单。

共享员工

为了应对大幅增加的订单需求。很多电商都采取了雇用临时员工的方式。

比如京东 7FRESH 发布了“人才共享”计划，临时歇业的餐饮、酒店、影线及零售联营商户员工在此期间可以短期打工的方式加盟。

社区抗疫服务站

社区零售是此次疫情期间快消和生鲜行业的另一个切入点。



物美多点社区抗疫服务站（图片来源：联商网）

比如物美、多点联合推出的“物美多点社区抗疫服务站”。社区居民通过手机多点 APP 下单，选购各种套餐，物美物流中心发挥供应链优势，集中分拣，及时发送到各个社区。下一步，将推广到北京地区 4000 个小区。

百货商场和购物中心

根据商务部的统计，截至 2 月 9 日，全国仅有 35%的百货商场正常营业。很多商家开始把业务重点放在线上，缩短营业时间的方式对冲损失。

无接触式购物

从元宵节（2 月 7 日）开始，银泰百货联合淘宝邀请了近千名导购在家直播卖货。化妆品、运动、服饰等品类商家纷纷表示支持，甚至给出了粉丝专享福利。雅诗兰黛、科颜氏、悦木之源、艾诺碧(IOPE)、耐克、斐乐、泰兰尼斯等品牌，已率先加入“导购在家直播”项目。

减免租金

包括万达、保利、宝龙、华润、新城等购物中心业主的通过减免商户租金的方式，尽可能挽回了商户在疫情期间的一些经济损失。

服装行业

很多服装品牌为了减少损失，也纷纷暂时关闭了部分门店：

优衣库暂时关闭了国内 270 家分店

H&M 暂时关闭了国内 45 家分店

lululemon 也已经暂时关闭了中国 39 家门店中的 38 家。但是 lululemon 联合 28 位品牌运动使，推出超过 40 节瑜伽直播课程，在关店期间保持与消费者进行互动。

微信小程序

绫致集团与腾讯智慧零售部门合作推出小程序商城 WeMall。WeMall 被绫致称为“线上二楼”，核心思路就是以线下导购为中心构建线下社群，然后通过 WeMall 进行场景补充。据报道称，2 月 1 日上线的 WeMall 六天线上交易总额已经超过 2800 万元，3 倍于同时期的线下实体店销售总额。

生产基地转移

据称，一些国际时装品牌已经在认真考虑将供应链基地转移至斯里兰卡，孟加拉等国。特别是鉴于疫情期间国内工厂无法复工的情况。

奢侈品行业

根据 Bain&Company 的报告称，2019 年中国消费者占全球奢侈品购买量超过三分之一。因此，疫情期间，全球各大航空公司削减中国出入境航班，势必将影响全球奢侈品行业的销售预期。

知名投行 Jefferies 预测，2020 年一季度中国奢侈品销售额将减少 35%

估计武汉、深圳、北京、广州、上海五城百货商场和购物中心内的奢侈品店的客流量将减少 80%

电商

疫情导致人们不得不在家隔离，反而促进了电商行业的发展。也使得很多实体业务转向线上渠道，比如通过直播或者社交电商的方式开拓市场。

淘宝

继 2 月 10 日阿里巴巴推出 20 条商家扶助举措后，淘宝也公布加快商家资金周转、降低商家成本、对特定群体进行爱心补贴三个方面的 10 条细则。其中全国所有线下商户均可零门槛免费入驻淘宝直播，并免费使用运营工具；注册在湖北并当前已经使用星级服务商服务的天猫商家，还可获得 3 个月免费店铺代运营服务。

阿里巴巴

1. 对所有天猫商家，免去 2020 年上半年的平台服务年费。
2. 对所有天猫、淘宝商家，将其备用的网店装修工具“旺铺智能版”免费。

3. 蚂蚁金服旗下的网商银行为天猫、淘宝等平台上注册在湖北的商家提供为期一年的贷款，总额 100 亿人民币，前三个月利息全免，后九个月利息打 8 折。此外，还拿出 100 亿的贷款给除了湖北地区之外的全国其他地区的商家给予贷款扶助，贷款利率打 8 折。
4. 淘宝天猫联合菜鸟设立 10 亿元专项基金，用于补贴供应链和物流。
5. 符合条件的淘宝、天猫等平台商家，发货后无需等待消费者确认收货，钱款由网上银行先行垫付，在 3 月 31 日前此项服务免费。

拼多多

拼多多已经划拨出 10 亿元专项补贴，对于为消费者、为疫情严重地区提供物资保障支持的商家给予补贴，每笔订单将补贴 2-3 元，激励所有在特殊时期坚持服务消费者的商家。

联系我们

亚洲分销与零售

Teresa Lam

副总裁

电邮: teresalam@fung1937.com

李晓怡

高级研究经理

电邮: christyli@fung1937.com



免责声明© 2020 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。本出版物所提供的资料如有错漏而令您蒙受任何直接或间接之损失，本中心概不负责。

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。