

中国零售及电商周讯

2018年8月10日-2018年8月16日

 馮氏集團利豐研究中心
亚洲分销与零售

林诗慧
副总裁

电邮: TeresaLam@fung1937.com

电话: (852) 2300 2466

利丰研究中心
香港九龙长沙湾道 888 号

利丰大厦 10 楼

电话: (852) 2300 2470

传真: (852) 2635 1598

电邮: fbicgroup@fung1937.com



总体零售市场 p2

- 国家统计局: 2018年7月份社会消费品零售总额增长8.8%
- 国家标准委公布首批国家级消费品标准化试点项目

电子商务行业 p2

- 欧特欧咨询: 2018年7月全国网络零售广东省零售额最高
- 艾媒咨询: 2018年中国跨境电商交易规模将达9万亿元
- 天猫下半年将首发60万款数码家电新品
- 腾讯2018年上半年总收入达1472.03亿元 同比增长 39%
- 万达与腾讯合资成立高科技企业
- 唯品会二季度营收增长18.4% 实现连续23个季度盈利
- 唯品会推出批发平台“唯品仓APP”

百货及购物中心行业 p4

- 太古地产内地零售物业租金收入取得亮眼增长

超级市场及大卖场行业 p4

- 盒马鲜生在生鲜产品及标品力推买手制
- 盒马鲜生和居然之家首家合作门店亮相北京
- 美国连锁超市Kroger与阿里巴巴达成合作 在中国销售产品

服装及鞋履行业 p5

- CBNDData: 板鞋/休闲鞋成为时尚潮流穿搭的必需单品之一
- 阿迪达斯大中华区连续十季度超20%增长
- Topshop终止与尚品网合作
- Inditex集团旗下品牌 Uterque开出天猫旗舰店
- 海澜之家HLA进军泰国市场
- 江南布衣推出“不止盒子”微信小程序 提供服装定制服务

快流消费品行业 p6

- 京东到家与苏宁中国战略合作将推广至全国门店

家电行业 p6

- 京东小米发布“京米计划”建立高效营销体系
- 京东与五星联合打造福建头家“无界零售店”

化妆品行业 p6

- 资生堂集团上半财年中国市场销售大增35.3%
- 屈臣氏集团计划年内增设五十家美妆概念店colorlab by Watsons

奢侈品行业 p7

- 菲拉格慕京东自营官方旗舰店上线
- 蒂芙尼在天猫Luxury Pavilion开设快闪店

总体零售市场

国家统计局：2018年7月份社会消费品零售总额增长8.8%

据国家统计局发布，2018年7月份，社会消费品零售总额30734亿元，同比名义增长8.8%，扣除价格因素实际增长6.5%。其中，限额以上单位消费品零售额11419亿元，增长5.7%。按消费类型分，7月份，餐饮收入3343亿元，同比增长9.4%；商品零售27391亿元，增长8.7%。2018年1-7月份，全国网上零售额47863亿元，同比增长29.3%。其中，实物商品网上零售额36461亿元，增长29.1%，占社会消费品零售总额的比重为17.3%¹。

国家标准委公布首批国家级消费品标准化试点项目

今年8月份，中国国家标准化委员会公布了首批29个国家级消费品标准化试点项目。业内人士分析，消费品领域标准化体系建设对于保证企业产品质量起到关键作用。据了解，此次试点集中在家用电器、纺织服装、食品、化妆品、儿童用品等日常生活用品领域。在国家标准委公布的第一批国家级消费品标准化试点项目名单中，共有格力、海尔、伊利等企业入选²。

电子商务行业

欧特欧咨询：2018年7月全国网络零售广东省零售额最高

据欧特欧咨询DataGoal网络零售监测系统数据显示，2018年7月，中国网络零售市场规模实现商品零售额6359.16亿元，共售出242.46亿件。其中实物电商占据较大比重，占比达87.50%。根据欧特欧咨询《2018年7月全国网络零售市场分析报告》显示，从区域分布占比来看，广东省零售额最高，达27.78%；从行业分布占比看，家居家装行业零售额最高，达17.06%³。

艾媒咨询：2018年中国跨境电商交易规模将达9万亿元

8月14日，艾媒咨询发布《2018上半年中国跨境电商行业监测报告》。报告显示，2018年上半年，网易考拉以26.2%的市场份额位居跨境电商市场份额的第一位，其次是占22.4%的天猫国际及占13.4%的京东全球购。2018上半年中国海淘用户最青睐的5个海外商品产地包括日本、美国、南韩、法国及德国。2018上半年，有56.9%用户忠于自己常用的海外品牌，有37.7%用户更愿意追求新的品牌体验。艾媒咨询预计，2018年中国跨境电商交易规模将达9万亿元⁴。

天猫下半年将首发60万款数码家电新品

8月13日，天猫宣布2018下半年将首发60万款新品数码家电，包含苹果、三星、华为、小米等品牌新品。目前，近2万个数码家电品牌已在天猫开设旗舰店，日均发布新品超3000款，天猫将与品牌共建新品首发战略平台，扩大新品首发优势

腾讯 2018 年上半年总收入达 1472.03 亿元 同比增长 39%

8月15日，腾讯发布了截至2018年6月30日未经审核的第二季度及年中财报。2018年第二季度，腾讯总收入为人民币736.75亿元，比去年同期增长30%。经营盈利为人民币218.07亿元，比去年同期下降3%；经营利润率由去年同期的40%下降至30%。公司权益持有人应占盈利178.67亿元人民币，比去年同期下滑2%。2018年上半年，腾讯总收入1472.03亿元，同比增长39%；经营盈利524.99亿元，同比增长25%，公司权益持有人应占盈利411.57亿元。在用户数上，截止至2018年6月30日，QQ月活跃账户数为8.032亿，同比下降5.5%；微信和WeChat的合并月活跃账户数为10.577亿，同比增长9.9%⁶。

万达与腾讯合资成立高科技企业

万达商业管理集团、腾讯和高朋三方共同出资成立上海丙晟科技有限公司。该公司于2018年6月8日于上海市静安区成立，注册资本46亿元。万达商业管理集团和腾讯将分别占丙晟的51%和42.5%，而高朋将持有其余股份。上海丙晟科技有限公司的经营范围主要包括网络科技、计算机科技和信息科技等。丙晟将注入万达网科公司原飞凡等部分业务，飞凡是万达电商成立两年内唯一的项目；腾讯方面将投入线上流量等优质资源；高朋则融入电子发票等业务。高朋主要从事电子发票，是Groupon Inc在中国的前任子公司，现在由腾讯持有⁷。

唯品会二季度营收增长 18.4% 实现连续 23 个 季度盈利

唯品会披露了其未经审计的2018年第二季度财务报告。财报数据显示，唯品会二季度净营收总额为207亿元人民币，同比增长18.4%，实现23个季度连续盈利。财报显示，唯品会二季度人均消费同比增长约12%；用户复购率为85%，高于去年同期的79%，复购客户订单占比为96%，高于去年同期的93%。截止2018年6月30日，唯品会已拥有约190万超级VIP会员。和腾讯、京东的战略合作也在本季度扎实推进，来自这些渠道的新客户数占本季度唯品会新客户总数的24%⁸。

唯品会推出批发平台“唯品仓 APP”

8月10日，唯品会推出批发平台“唯品仓 APP”，旨在通过中小型批发商及专业代购为品牌方清库存。唯品仓一端对接超过6000家知名品牌方，另一端连接中小型批发商及专业代购。中型批发商可直接下单进货；代购和微商则需要依赖微信平台，在下单进货前，代购和微商需先将商品信息转发到微信群或朋友圈，用户需5件起批，获得订单后再从唯品仓下单。唯品仓还推出用户分级模式和按月销售阶梯返利政策，给予用户3%-6%的平台返佣⁹。

百货及购物中心行业

太古地产内地零售物业租金收入取得亮眼增长

8月9日，太古地产发布2018年中期业绩报告。报告显示，2018年上半年，集团内地零售物业组合的租金收入总额为港币10.93亿元，较去年同期上升11%。从2018年上半年的表现来看，集团内地几大项目均取得了亮眼表现。北京三里屯太古里租金收入持续上升，零售销售额增长10%，商场整体出租率高达97%。太古地产在北京的另外一个项目颐堤港的出租率为100%，零售销售额上升6%。除此之外，广州太古汇、成都远洋太古里、上海兴业太古汇均录得亮眼成绩。上半年，广州太古汇零售销售额增长12%，商场出租率达98%；成都远洋太古里零售销售额增长29%；去年11月开业的上海兴业太古会租金首页也录得明显增长，目前已出租面积达96%，90%的商铺已开始营业¹⁰。

超级市场及大卖场行业

盒马鲜生在生鲜产品及标品力推买手制

8月9日，盒马鲜生表示在生鲜产品方面已经采用买手制，接下来将推动标品团队也全面采用买手制，并计划在三年以内实现自有品牌商品占比超50%。据悉，盒马鲜生目前正在开发上下游供应链系统，跟供应商之间实现信息互通、数据共享，确保上下游的信息是一体化的¹¹。

盒马鲜生和居然之家首家合作门店亮相北京

8月11日，盒马鲜生和居然之家首家合作门店—

—北京顺义店正式开业。据称，该店已于7月28日开始试营业，首日成交量突破50万元。该店面积极超过4300平方米，店内设有蔬菜区、水果区、生鲜区、就餐区等区域，提供7000余种产品，包括波士顿龙虾、阿拉斯加帝王蟹、智利车厘子等从近百个国家采购的特色食材。消费者可以选择到现场购买商品，也可以通过盒马鲜生APP下单，门店附近3公里范围内，最快30分钟送货上门。店内提供两种结算方式，一是自助结算，二是人工结算时可选择现金结算或通过支付宝、盒马鲜生app进行结算¹²。

美国连锁超市 Kroger 与阿里巴巴达成合作 在中国销售产品

美国连锁超市巨头克罗格Kroger宣布与阿里巴巴集团合作，在中国进行网店试点。这是Kroger首次进军海外市场，也是最新的线上尝试。Kroger将在阿里巴巴旗下的天猫平台出售自有品牌Simple Truth的天然和有机产品，试水中国市场。据悉，Kroger在2017年的销售额为1230亿美元¹³。

服装及鞋履行业

CBNData: 板鞋/休闲鞋成为时尚潮流穿搭的必需单品之一

CBNData（第一财经商业数据中心）近日发布了《生命，在于运动——线上运动鞋相关消费系列研究》。该报告基于CBNData消费大数据，以运动鞋相关品类为研究对象，主要通过洞察2016

年4月至2018年3月线上各年龄段消费人群对运动鞋的购买偏好特征以及消费行为。该《研究》发现，从2016至2018年，线上运动鞋销售额持续走高；其中跑步鞋连续两年贡献了最高的销售额，休闲鞋的销售额提升最高；男性是线上运动鞋消费的主力，消费人数和消费额均高于女性；95后消费者人数和消费额在所有年龄段中占比最高，休闲鞋、篮球鞋、帆布鞋都更受他们的偏爱。此外《研究》还指出在所有城市中，北京消费者对运动鞋的偏好度最高¹⁴。

阿迪达斯大中华区连续十季度超 20%增长

8月9日，阿迪达斯公布了第二季度财报。剔除汇率因素，2018年第二季度，阿迪达斯大中华区销售额增长27%，至此，大中华区已连续十个季度录得20%以上的销售增长。得益于大中华区的推动，剔除汇率因素，亚太市场录得19%的增长¹⁵。

Topshop 终止与尚品网合作

英国快时尚Topshop将提前终止与中国特许经营合作伙伴尚品网的合作。Topshop发表声明，消费者在11月30日前仍可在尚品网和天猫旗舰店购买品牌的产品，而Topshop和Topman的官网在以后会照常运作。尚品网是Topshop入华的第一个合作伙伴。Topshop表示，正在寻找新的合作伙伴，并未放弃充满潜力的中国市场¹⁶。

Inditex 集团旗下品牌 Uterque 开出天猫旗舰店

8月14日，Inditex集团旗下品牌Uterque宣布其天猫旗舰店将于8月21日正式揭幕。该旗舰店内有女装、鞋品、包款、饰品、配件五个大类，商品价格区间在190至9900之间。可以看出，其品牌定位于中高档女性消费群体。据悉，Uterque是Inditex集团最年轻的牌子，创建于2008年，主要经营时尚饰品，包括手袋、鞋履、皮革、眼镜等时尚配饰，同时也经营一些服装和皮革成衣。Uterque在16个国家和地区开设有线下实体店，目前在中国还没有开设线下实体店¹⁷。

海澜之家 HLA 进军泰国市场

8月15日，继进军马来西亚、新加坡后，海澜之家HLA海外扩张再下一城，在曼谷尚泰拉玛九商场Central Plaza Rama9开出了泰国首家店。据悉，Central Plaza Rama9是泰国曼谷著名的购物中心，Rama9是目前泰国房产投资最为看好的区域，将被建成曼谷的新中央商务区¹⁸。

江南布衣推出“不止盒子” 微信小程序 提供服装定制服务

8月15日，江南布衣在其微信公众号上线了名为“不止盒子”的小程序。消费者在成为会员后，可以享受每年六次一对一的搭配师型格定制服务；客户需要在付款后填写与自身信息相关的调查问卷，并与搭配师进行一对一的交流，随后由“不止盒子”通过特制的盒子包装为消费者提供量身定制的服装。用户可以先试后买，在签收盒子后，5天内可寄回不需要的服饰；并且一年内可享受6次盒子往返包邮服务。而为了更好的对该服务进行测试，此前，江南布衣还曾以杭州武林

路的La Su Min So LA 集合店进行了服务测试¹⁹。

快流消费品行业

京东到家与万宁中国战略合作将推广至全国门店

近日，京东到家与万宁中国达成战略合作。双方共同宣布将于近期在平台上线多家万宁门店，并预计在年底推广到全国门店。据悉，在此次合作中，涉及约1100个SKU将实现线上同步，包括护肤、美妆、个护、母婴、健康等多种类别。京东到家将通过自身的零售赋能体系，以流量赋能、商品赋能、用户赋能、门店赋能五大赋能模块，助力万宁深度触网，实现线上线下的无界融合²⁰。

家电行业

京东小米发布“京米计划”建立高效营销体系

8月14日，京东与小米共同发布“京米计划”，双方将结合京东的电商能力与小米的MIUI系统级能力，打造更为精准、高效的营销生态体系，赋能京东平台上的品牌商家。双方将在以下三方面提升营销的精准度：首先，通过米粉的兴趣特征、用户行为与京东的用户画像互补，深入了解用户需求；其次，通过“用户&商品”组合的点击率预估技术，实现商品到人的个性化推荐和精准营销；最后，基于小米手机生态系统追踪用户

的偏好、购物行为等，进行全网效果追踪²¹。

京东与五星联合打造福建头家“无界零售店”

京东与中国家电连锁品牌五星电器，合作打造的福建首家无界零售体验店，于8月17日开业。与一般家电卖场相比，无界零售体验店非常大的特色是京东从品牌、产品、流量、技术及供应链等方面全方位融入，不仅是家电产品，京东电子文娱事业群麾下电脑、数码、手机等产品都在无界零售体验店有所展现。同时，线上线下产品价格实时同步，消费者可以选择店内下单自提，也可以店内下单，由京东或者五星送货到家²²。

化妆品行业

资生堂集团上半财年中国市场销售大增 35.3%

日本美妆巨头资生堂集团发布了2018财年上半年关键财务数据，得益于中国市场和旅游零售业务的强劲销售，以及营销投资增加的影响，净利润同比增长153.5%至476.7亿日元。中国市场销售额同比增长35.3%至929亿日元，经营性利润同比增长212.3%至156.4亿日元。在中国业务方面，Clé de Peau Beauté（肌肤之钥）、SHISEIDO（资生堂）、IPSA（茵芙莎）等高端品牌保持高增长态势²³。

屈臣氏集团计划年内增设五十家美妆概念店 colorlab by Watsons

最近，屈臣氏集团与欧莱雅（L'Oréal）合作，

于国内开设全新美妆概念店colorlab by Watsons。colorlab by Watsons引进欧莱雅旗下两大最受欢迎的美妆品牌巴黎欧莱雅 (L'Oréal Paris) 及美宝莲纽约 (Maybelline) 于店内开设品牌专柜，成为店铺的一大亮点。两大品牌陈列的产品占全店产品总数逾三成。继首家美妆概念店colorlab于2018年1月正式进驻中国深圳，屈臣氏相继于广州及上海分别增设两家及一家美妆概念店。自开业以来，彩妆产品的年度销售总额已提升了74%。集团已计划今年内在中国增设50家同类型店铺²⁴。

新款首饰花韵系列。这是蒂芙尼首次通过线上平台发布新款首饰。此外，线上快闪店还提供天猫页面合成专属心意卡，实现定制祝福。据了解，花韵系列也将进入中国线下门店销售，但会比天猫的预售晚两周²⁶。

奢侈品行业

菲拉格慕京东自营官方旗舰店上线

8月15日消息，京东宣布与意大利奢侈品牌菲拉格慕Salvatore Ferragamo展开合作。菲拉格慕正式入驻京东并开设京东自营官方旗舰店，这将是该品牌于中国最大的在线销售渠道。此官方旗舰店的经营品类包括菲拉格慕品牌的鞋履、皮革制品、丝织品、配饰等商品。而为了庆贺开幕，菲拉格慕在京东独家发售特别为中国大陆消费者推出的限量款花漾鞋跟平底鞋。同时，消费者在京东菲拉格慕官方旗舰店购物即可享受京尊达“白手套”配送服务²⁵。

蒂芙尼在天猫 Luxury Pavilion 开设快闪店

8月14日，蒂芙尼Tiffany & Co.在天猫奢侈品平台Luxury Pavilion上开设快闪店，并开始预售最

参考资料

- 1 《2018年7月份社会消费品零售总额增长8.8%》，2018年8月14日，国家统计局
http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201808/t20180814_1615743.html
- 2 《首批国家级消费品标准化试点项目发布 我国标准化体系建设进入关键期》，2018年8月15日，中国商报
<http://news.zgswcn.com/2018/0815/846851.shtml>
- 3 《欧特欧咨询：2018年7月全国网络零售市场分析报告》，2018年8月13日，欧特欧咨询
https://mp.weixin.qq.com/s/HyLoEk1CTIU7D_RyMzQcVQ
- 4 《艾媒报告：2018上半年中国跨境电商行业监测报告》，2018年8月14日，艾媒咨询
<http://www.iimedia.cn/62146.html>
- 5 《天猫宣布下半年将首发60万款数码家电新品》，2018年8月13日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407819.shtml>
- 6 《腾讯发半年财报：总收入1472亿元》，2018年8月16日，中国连锁经营协会
<http://www.cdfa.org.cn/portal/cn/view.jsp?lt=2&id=435820>
- 7 《万达腾讯高朋再联手 出资46亿成立新公司》，2018年8月15日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20180815/292036.shtml>
- 8 《唯品会二季度营收增长18.4% 实现连续23个季度盈利》，2018年8月14日，中国商网
<http://news.zgswcn.com/2018/0814/846450.shtml>
- 9 《唯品会出了个“唯品仓”App，依靠微信社交做起批发代购的生意》，2018年8月13日，36氪
<http://36kr.com/p/5147855.html>
- 10 《太古地产内地零售物业租金取得亮眼增长 三里屯太古里西区预计将于2019年竣工》，2018年8月9日，千龙网
<http://news.winshang.com/html/064/3946.html>
- 11 《盒马鲜生力推“买手制” 未来三年自有品牌占5成》，2018年8月10日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407660.shtml>
- 12 《盒马鲜生&居然之家首家合作门店亮相北京 第二家合作门店拟8月底开业》，2018年8月13日，赢商网
<http://news.winshang.com/html/064/4133.html>
- 13 《连锁超市Kroger首次走出美国 与阿里巴巴达成合作》，2018年8月15日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407976.shtml>
- 14 《CBNData发布线上运动鞋相关消费系列研究报告》，2018年8月14日，时尚商业网
<http://cn.fashionnetwork.com/news/cbndata-fa-bu-xian-shang-yun-dong-xie-xiang-guan-xiao-fei-xi-lie-yan-jiu-bao-gao,1004852.html#.W3KMT9Uzapp>
- 15 《阿迪达斯二季度大中华区连续10季度超20%增长》，2018年8月10日，品牌服装网
<http://www.china-ef.com/20180810/635988.html>
- 16 《Topshop提前终止与尚品网合作 中国内地首店将夭折？》，2018年8月10日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407668.shtml>
- 17 《Zara姊妹品牌Uterque开出天猫旗舰店 实体店在计划中》，2018年8月15日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407984.shtml>

¹⁸ 《海澜之家 HLA 海外扩张再下一城 首进泰国曼谷》，2018 年 8 月 15 日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407989.shtml>

¹⁹ 《江南布衣推出“不止盒子” 服装定制盒子家族再添一员》，2018 年 8 月 16 日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/408046.shtml>

²⁰ 《京东到家与万宁中国战略合作 年内将推广至全国门店》，2018 年 8 月 16 日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/408025.shtml>

²¹ 《京东小米发布“京米计划” 建立高效营销体系》，2018 年 8 月 14 日，亿邦动力网

<http://www.ebrun.com/20180814/291866.shtml>

²² 《京东&五星联合打造福建头家“无界零售店” 8 月 17 日开业》，2018 年 8 月 10 日，品牌服装网

<http://www.china-ef.com/20180810/635994.html>

²³ 《资生堂集团上半财年净利润同比大涨 153.5%：中国市场销售大增 35.3%，旅游零售业务强劲》，2018 年 8 月 10 日，时尚商业网

http://cn.fashionnetwork.com/news/zi-sheng-tang-ji-tuan-shang-ban-cai-nian-jing-li-run-tong-bi-da-zhang-153-5--zhong-guo-shi-chang-xiao-shou-da-zeng-35-3--lu-you-ling-shou-ye-wu-qiang-jin,1004568.html#.W21Z_NUzapp

²⁴ 《屈臣氏计划年内增设五十家美妆概念店 colorlab by Watsons》，2018 年 8 月 14 日，赢商网

<http://news.winshang.com/html/064/4251.html>

²⁵ 《奢侈品品牌菲拉格慕京东自营官方旗舰店上线》，2018 年 8 月 15 日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407957.shtml>

²⁶ 《蒂芙尼在天猫开快闪店 首次线上发布新款首饰》，2018 年 8 月 15 日，联商网

<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2018/407927.shtml>

冯氏集团利丰研究中心

冯氏集团利丰研究中心收集和分析有关全球采购、供应链、分销、零售及科技的市场信息。

冯氏集团利丰研究中心总部设于香港。研究中心借助其独特的关系网络和信息网络跟踪上述信息，重点分析中国及其他亚洲国家的发展概况和未来趋势，以及撰写相关报告。研究中心透过定期出版研究报告及其他刊物与世界各地的企业、学者和政府分享市场信息和独到见解。

冯氏集团是一间以香港为基地的跨国公司，研究中心作为集团的智库，亦为集团及其合作伙伴就进入中国市场、企业架构、税务、牌照及其他政策法规方面的事宜提供专业意见及顾问服务。

冯氏集团利丰研究中心于 2000 年成立。

