

# 中国零售及电商周讯

2019年12月13日 – 2019年12月19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：2019年11月份社会消费品零售总额增长8.0%
- 京东数字科技研究院：消费下行压力明显 四五线城市增速领跑
- 天猫报告：下沉市场银发族年运动消费额增53.3%
- 苏宁小店、苏宁零售云独立成为子集团

## 电子商务行业 p2

- 京东到家双十二销售额低线城市同比增长8.7倍
- 京东新通路2020年目标新增一万家门店
- 苏宁拼购公开招募C2M企业
- 腾讯耗资约8419万美元再次增持唯品会
- 腾讯发力电商直播 计划2020年促进百亿销售额
- 口碑饿了么2020年将为50万门店安装“数智中台”

## 零售物流行业 p3

- 京东物流全面投用东莞“亚洲一号”

## 超级市场及大卖场行业 p3

- 京东7FRESH即将推出创新业态“七范儿”和Mini版七鲜生活
- 卜蜂莲花于无锡打造首家社区化购物中心
- 联华超市同意出资300万人民币建立合资公司以探索零售与家装业务合作协同

## 奥特莱斯行业 p4

- 赢商大数据：越多商业项目转型为城市奥莱

## 家居行业 p4

- MUJI商标官司败诉

## 婴童产品行业 p5

- 宝宝树将在日本设合资公司

## 奢侈品行业 p5

- MCM中国首家概念店开幕
- 寺库加码区块链

# 总体零售市场

## 国家统计局：2019年11月份社会消费品零售总额增长8.0%

根据国家统计局数据，2019年11月份，社会消费品零售总额38094亿元，同比名义增长8.0%（扣除价格因素实际增长4.9%）。其中，限额以上单位消费品零售额13965亿元，增长4.4%。按消费类型分，11月份，餐饮收入4964亿元，同比增长9.7%；商品零售33130亿元，增长7.8%。2019年1-11月份，全国网上零售额94958亿元，同比增长16.6%。其中，实物商品网上零售额76032亿元，增长19.7%，占社会消费品零售总额的比重为20.4%<sup>1</sup>。

## 京东数字科技研究院：消费下行压力明显 四五线城市增速领跑

12月17日，京东数字科技研究院发布了《2019基于京东大数据的中国消费市场研究报告》。报告指出，当前消费下行的压力较为明显，以四五线城市为代表的下沉市场消费是当前中国经济的一大亮点，其消费增速领跑各线城市，体现出强大的消费潜力。随着居民收入增长和电商在下沉市场的不断发力，县域地区的消费表现上佳，是中国消费市场的另一亮点<sup>2</sup>。

## 天猫报告：下沉市场银发族年运动消费额增53.3%

12月16日，天猫发布的《2019运动消费趋势报告》显示，天猫平台的运动消费年增速已接近

40%，而二三四线城市和农村的银发族（“50后”人群）是运动消费增速最高的人群，年消费金额增长达到53.3%，这个数字要高于90后人群。“银发族”参与的运动项目丰富多彩，除了广场舞外，还有瑜伽、垂钓、跑步等<sup>3</sup>。

## 苏宁小店、苏宁零售云独立成为子集团

近日，苏宁透露，2020年苏宁将重点加大智慧零售基础设施方面的投入，将新增各类互联网店面10000家，新增科技、物流等领域基础设施投入将不低于400亿元。此外，在苏宁新的组织架构中，苏宁小店、苏宁零售云独立成为子集团。据悉，零售云店已经突破4400家，而苏宁小店将与家乐福供应链逐步融合<sup>4</sup>。

# 电子商务行业

## 京东到家双十二销售额低线城市同比增长8.7倍

12月12日，根据京东到家发布的数据显示，今年双十二大促期间，京东到家销售额同比去年增长了1.2倍，家居家装、纺织用品、进口商品、个洗清洁、母婴用品和家用电器的销售额同比增长均超过2倍。京东到家三线及以下城市销售额同比去年增长了8.7倍，主要由商超数字化转型、全渠道发展及“小镇青年”的消费升级需求带动<sup>5</sup>。

## 京东新通路2020年目标新增一万家门店

12月16日，京东旗下为中小企服务的B2B2C智能

平台新通路宣布，2020年将在便利店、母婴店、烟酒店、餐饮店、无人货架等领域，开拓一万家门店，在门店形象标识、门店管控、设施配置、服务标准、商品采购、物流配送六方面全面统一，提升消费体验<sup>6</sup>。

### 苏宁拼购公开招募 C2M 企业

近日，苏宁拼购发布了2020年C2M招标公告，计划在12月月底前，向全国优质制造商招标一批C2M反向定制的包销商品，以满足用户个性化、多样化的需求；同时，苏宁集团也将扶持中小型制造企业转型，提升其品牌价值。扶持政策包括金融扶持、物流扶持和产业集群扶持<sup>7</sup>。

### 腾讯耗资约 8419 万美元再次增持唯品会

据悉，腾讯在今年11月25日至12月13日期间增持唯品会股票，共花费约8419万美元。据美国证券交易委员会（SEC）文件显示，今年3月，腾讯对唯品会已进行了一次增持，共斥资4341万美元。增持的背后，与唯品会今年稳健增长的态势有密切联系<sup>8</sup>。

### 腾讯发力电商直播 计划 2020 年促进百亿销售额

近日，腾讯看点直播宣布推出“引力播”计划，目标是在2020年内助力微信平台上10万商家获取用户、完成商业变现，并扶持超过1000家商家通过直播电商模式突破1000万的年成交额。据了解，看点直播是一款直播小程序，面向微信体系的内容创作者和商家，旨在为其提供在线直播服

务及一系列电商直播解决方案<sup>9</sup>。

### 口碑饿了么 2020 年将为 50 万门店安装“数智中台”

12月18日，口碑饿了么宣布，2020年将为50万门店安装独立的“数智中台”。这些门店将覆盖国际餐饮巨头、区域知名品牌和广大中小商户。据了解，阿里巴巴商业操作系统对本地生活行业的赋能，解决本地生活行业面临的流量见顶，经营成本居高不下，数字化升级难等痛点<sup>10</sup>。

## 零售物流行业

### 京东物流全面投用东莞“亚洲一号”

12月18日，京东物流全面投用东莞“亚洲一号”一体化智能物流中心。据悉，这是目前亚洲规模最大的一体化智能物流中心。东莞亚洲一号建筑面积近50万平米，单日订单处理能力达到160万单，自动立体仓库可同时存储超过2000万件商品。据透露，未来两年京东物流还将陆续投用近20座亚洲一号，实现全国核心城市全覆盖<sup>11</sup>。

## 超级市场及大卖场行业

### 京东 7FRESH 即将推出创新业态“七范儿”和 Mini 版七鲜生活

据悉，京东7FRESH的创新业态“七范儿”，首家门店将于12月24日开业。七范儿是针对白领人群打造的全新业态，提供美酒美食体验的社交空间，例如一日三餐、美酒、甜品、水果零食、鲜花花束、美妆日用百货等；同时还将提供干洗衣物、手机充电等便利服务。七范儿还会组织各种团餐party，周末还有大咖分享会等社交活动。而京东7FRESH的Mini版七鲜生活也将于12月20日正式营业，瞄准社区商业市场。七鲜生活线下门店全天24小时营业，线上1.5公里范围最快半个小时送达，目标是满足周边社区家庭的厨房及餐食场景的需求<sup>12</sup>。

### 卜蜂莲花于无锡打造首家社区化购物中心

12月19日，卜蜂莲花的一个全新的业态——无锡莲花广场正式开业。莲花广场是社区化购物中心，集购物、休闲、文化、娱乐健身于一体，总体量近4万平方米，汇集了卜蜂莲花精品超市及其他80多家知名品牌，种类齐全。同时运用了AI智慧系统、猫酷会员管理系统等互联网和数字化技术。据悉，无锡莲花广场的开业，反映了卜蜂莲花业务在长三角地区的重大调整<sup>13</sup>。

### 联华超市同意出资 300 万人民币建立合资公司以探索零售与家装业务合作协同

近日，联华超市股份有限公司宣布，旗下附属公司联华华商与好美家、进念佳园订立有关拟成立合资公司的合资协议。根据合资协议，联华华商同意以现金出资人民币300万元，占合资公司总出资额60%，好美家和进念佳园同意分别以现金出资人民币150万元和人民币50万元，占合资公

司总出资额的30%和10%。合资公司将有助于打造“服务+零售+情景体验”的全新零售模式，探索零售与家装业务的合作协同，并通过家装业务带动后端零售消费<sup>14</sup>。

## 奥特莱斯行业

### 赢商大数据：越多商业项目转型为城市奥莱

据赢商大数据监测，2015年至2018年，国内共有15家、共94万㎡的存量商业项目转型为城市奥莱，转型而来的项目占新增城市奥莱的数量及体量的比重逐年升高，分别由2015年的18%及14%上升至2018年的52.6%及50%。显示在商业空间过剩、竞争加剧以及消费客群整体年轻化的趋势下，部分百货或购物中心面临被顾客抛弃的危险，于是积极转型奥莱以求自救<sup>15</sup>。

## 家居行业

### MUJI 商标官司败诉

日前，北京市高级人民法院就无印良品侵犯商标权纠纷案作出终审判决，判株式会社良品计画及其子公司立即停止侵犯棉田公司、北京无印良品注册商标专用权的行为，在天猫“无印良品MUJI官方旗舰店”和中国大陆的实体门店发布声明以消除侵权影响，并赔偿棉田公司626,000元。尽管败诉，此次判决只针对北京棉田所拥有的24类商标，包括棉织品、毛巾、床单、枕套和被罩等

产品，MUJI还拥有各类别上的‘無印良品’商标权<sup>16</sup>。

## 婴童产品行业

### 宝宝树将在日本设合资公司

12月16日，宝宝树宣布将与日本东京首都电视台（Tokyo MX）达成战略合作，共同在日本成立合资公司，而宝宝树将与日本品牌拓展中国的新女性、新家庭消费市场<sup>17</sup>。

## 奢侈品行业

### MCM 中国首家概念店开幕

12月12日，MCM全新概念店在北京新开的购物中心SKP-S正式开业。该店也是继德国慕尼黑旗舰店、美国比弗利山庄及日本东京银座概念店之后首次落位中国。整间概念店延续了品牌一贯的简约设计风格，并为Z世代以及千禧一代的消费者提供沉浸式体验空间，展现品牌文化、工艺与创新设计。MCM将在概念店内完整呈现品牌2020春夏系列产品及MCM x A BATHING APE联名系列<sup>18</sup>。

### 寺库加码区块链

12月11日，奢侈品电商寺库集团宣布区块链技术再升级，并与区块链基础设施技术平台Ultrain超脑信任计算达成战略合作，共同搭建“全球奢侈

品消费联盟链”，该联盟链目前主要以寺库及其他合作方共同提供相关溯源信息上链，用户和合作伙伴都可以通过使用这个链来查询相关商品。据悉，未来寺库将通过正品鉴定数据、AI鉴定识别技术，与Ultrain的区块链溯源技术相结合，让奢侈品鉴定实现“一秒验真假”<sup>19</sup>。

## 参考资料

- 1 《2019年11月份社会消费品零售总额增长8.0%》，2019年12月16日，国家统计局  
[http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201912/t20191216\\_1717699.html](http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201912/t20191216_1717699.html)
- 2 《京东发布《2019中国消费市场研究报告》：消费下行压力明显 四五线城市增速领跑》，2019年12月18日，龙商网  
<https://www.longso.com/dt/2019/1218/54399.html>
- 3 《天猫报告：下沉市场银发族年消费额增53.3% 高于90后人群》，2019年12月16日，亿邦动力网  
<http://www.ebrun.com/20191216/364827.shtml>
- 4 《苏宁调整组织架构 苏宁小店、苏宁零售云独立成为子集团》，2019年12月18日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/066/7122.html>
- 5 《京东到家双十二销售额低线城市同比增长8.7倍》，2019年12月12日，龙商网  
<https://www.longso.com/dt/2019/1212/54335.html>
- 6 《京东新通路2020年目标新增1万家“六统一”门店》，2019年12月16日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437717.shtml>
- 7 《苏宁拼购公布C2M招标扶持政策：金融、物流、产业集群》，2019年12月17日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437828.shtml>
- 8 《腾讯年内再次增持唯品会 耗资约8419万美元》，2019年12月17日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/066/7082.html>
- 9 《腾讯发力电商直播，计划2020年促进百亿销售额》，2019年12月17日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437805.shtml>
- 10 《口碑饿了么2020年将为50万门店安装“数智中台”》，2019年12月18日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437910.shtml>
- 11 《京东物流全面投用东莞“亚洲一号”》，2019年12月18日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437894.shtml>
- 12 《京东7FRESH创新业态“七范儿”首店12.24开业 瞄准白领人群》，2019年12月16日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/066/7057.html>
- 13 《卜蜂莲花推出新业态 首家社区型购物中心莲花广场开业》，2019年12月19日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437958.shtml>
- 14 《联华超市拟300万人民币建立合资公司以探索零售与家装业务》，2019年12月18日，龙商网  
<https://www.longso.com/zixun/myself/2019/1218/54416.html>
- 15 《转型奥莱后销售额猛增5倍：它们换种活法，继续拼杀》，2019年12月16日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/066/7047.html>
- 16 《MUJI打输商标官司，无印良品不完整了》，2019年12月12日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437470.shtml>
- 17 《宝宝树将在日本设合资公司 加码供应链、抢滩母婴市场》，2019年12月16日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437772.shtml>
- 18 《MCM中国首家概念店开幕》，2019年12月16日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/066/7040.html>
- 19 《完善鉴定体系 奢侈品电商寺库加码区块链》，2019年12月12日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/437519.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。

