

中国零售及电商周讯

2019年5月17日-2019年5月23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

- 中华全国商业信息中心: 1-4月份全国百家重点大型零售企业零售额累计下降0.7%

电子商务行业 p2

- 淘宝启动国宝联萌计划 助力国宝IP衍生品设计生产与销售
- 京东推出“特价秒杀”业务
- 蘑菇街商城增设买手运营部
- 拼多多2019年一季度营收45.45亿元 同比增长228%
- 网易2019年一季度转亏为盈; 净营收同比增长 29.5%
- 唯品会2019年一季度营收213亿元
- 美团点评2019年一季度营收增长70.1%超预期

百货及购物中心行业 p3

- 复星与京都府战略合作 全球首家“京都之家”落户上海
- 首旅集团成为王府井控股股东

超级市场及大卖场行业 p3

- 永辉云创拟增资10亿元

化妆品行业 p4

- 路透社: 国内美妆消费者更愿意为有机产品买单
- 寺库: 彩妆及护肤品类渗透率超70%
- 国家药监局推出化妆品监管APP
- 奥伦纳素与仪菲合作 推动在中国市场发展



总体零售市场

中华全国商业信息中心：1-4 月份全国百家重点大型零售企业零售额累计下降 0.7%

根据中华全国商业信息中心统计，1-4月份全国百家重点大型零售企业零售额累计下降0.7%，增速较一季度放缓0.9个百分点。其中，化妆品商品零售额增长8.7%，粮油食品商品零售额增长3.3%，日用品商品零售额增长0.5%，服装商品零售额下降7.3%，家电商品零售额下降6.6%，金银珠宝商品零售额下降0.5%¹。

电子商务行业

淘宝启动国宝联萌计划 助力国宝 IP 衍生品设计生产与销售

5月21日，淘宝发布“国宝联萌”计划，联动中国博物馆、传统文化产业，为它们提供平台设计师资源，协助创意衍生品设计生产与销售，助力国宝IP走向年轻人市场。淘宝亦会提供全方位支持，包括利用对消费者的深刻理解，协助国宝IP推广宣传，并让它们在淘宝造物节中展示创意。未来3年，淘宝希望能共同开发100+国宝IP，并为它们打造更多衍生产品，包括食品、家电及家品²。

京东推出“特价秒杀”业务

京东将推出“特价秒杀”业务。据悉，“特价秒杀”是京东推出的专属低价商品的业务模块，自

6月7日起正式推出，商家可于5月23日开始提报参与。商家可通过低价噱头商品提升店铺流量引入及销售转化。京东要求参与商品好评率不低于90%，秒杀促销价在99元及以下，且促销价不能高于30天内最低售价等³。

蘑菇街商城增设买手运营部

5月21日，蘑菇街进行架构调整，成立买手运营部负责蘑菇街时尚商品的选品运营工作。除了商品选款，蘑菇街买手团队还将逐步走到幕前，由买手推荐的商品将标注买手信息、推荐理由，打造“蘑菇街买手IP”。据悉，蘑菇街未来会在广州、杭州等城市组建更大规模的买手团队⁴。

拼多多 2019 年一季度营收 45.45 亿元 同比增长 228%

5月20日，拼多多发布的2019年第一季度财报显示：截至2019年3月31日的12个月期间，平台GMV达5574亿元，同比增长181%；营收45.452亿元，同比增长228%；截至3月底，平台年活跃买家数达4.433亿，同比增长50%；平台活跃买家年度平均消费额进一步增长至1257.3元，同比增长87%。2019年一季度，平台经营亏损为21.205亿元，较上一季的26.409亿元大幅收窄⁵。

网易 2019 年一季度转亏为盈；净营收同比增长 29.5%

5月16日，网易发布发布2019年第一季度财报。净营收为183.562亿元，同比增长29.5%；

净利润为 23.821 亿元，同比增长 217%，远高于去年同期的 -81%。电商业务净营收为 47.893 亿元，同比增速为 21%，电商部门毛利率回升到 10%⁶。

唯品会 2019 年一季度营收 213 亿元

唯品会披露了未经审计的 2019 年第一季度财务报告，财报显示，一季度，唯品会营收为 213 亿元，同比增长 7.3%；GMV 增加至 338 亿元，同比增长 11%。订单总数由去年 9020 万同比增长 29% 至 1.165 亿。一季度，活跃用户总数达到 2970 万，同比增长 14%⁷。

美团点评 2019 年一季度营收增长 70.1%超预期

5月23日，美团点评公布2019年第一季度业绩，集团营业收入超预期，同比增长70.1%达191.7亿元，平台总交易金额增长27.9%达1384亿元，餐饮外卖、到店及酒旅两大主体业务继续保持强劲增长，集团整体财务表现显着改善，经调整 EBITDA 首次转为正值。财报亦显示，本季度，美团年度交易用户突破 4.1 亿，入驻美团的活跃商家同比增长 27.3% 达 580 万，进一步推动了中国生活服务产业的供给侧数字化⁸。

百货及购物中心行业

复星与京都府战略合作 全球首家“京都之家”落户上海

5月17日，复星与京都府达成战略性合作，双方

合作在上海开设全球第一家京都名物主题的“京都之家” (Kyoto House)，并落户于上海外滩沿线的 BFC 外滩金融中心。“京都之家”以京都名物为核心，从时尚、美妆、生活方式等领域向大众呈现精美的手工文创产品，展现给中国及全球消费者⁹。

首旅集团成为王府井控股股东

5月22日，王府井集团股份有限公司表示已确认北京王府井东安集团有限责任公司持有的王府井 26.73% 股份无偿划转至首旅集团，首旅集团直接持有王府井 2.07 亿股股份，成为王府井的控股股东。据悉，2018 年初，首旅集团和北京王府井东安集团宣布合并重组，让人们看到了零售和旅游新的发展方向¹⁰。

超级市场及大卖场行业

永辉云创拟增资 10 亿元

5月16日，永辉超市发布公告称，联营公司永辉云创拟增资10亿元，用于门店扩张、夯实供应链、提升永辉生活 (S2C) 等。永辉云创现有股东将对其进行同比例增资，其中，永辉超市出资 2.66 亿元，增资后公司对永辉云创的持股仍为 26.6%。永辉超市表示将继续支持永辉云创在永辉生活店及超级物种等业务的拓展¹¹。

化妆品行业

路透社：国内美妆消费者更愿意为有机产品买单

5月15日，路透社发布全新调查报告《2019，中国美妆新面孔》，报告采访了全国一线城市数百名美容消费者。报告指出，86%的美妆消费者更喜欢沉浸式的亲身购物体验；85%的受访者更愿意花高价为有机产品或使用有机材料的产品买单；92%的男性美妆消费者更喜欢小众品牌，而非国际大牌；小红书为当下中国美妆消费者最热衷的平台，而“美妆达人”正在利用创意内容抵御市场变化，巩固KOL的领导地位¹²。

寺库：彩妆及护肤品类渗透率超 70%

5月21日，寺库发布了《2019寺库高端美妆白皮书》。根据寺库平台公布的数据显示，在美妆品类购买人群中，彩妆/护肤品类渗透率接近，约有74%美妆总体品类购买人群购买彩妆香氛，而79%美妆总体品类购买人群购买美容护肤产品；对于美容护肤品类能接受更高的产品单价，对销售额贡献更高。90后购买彩妆香氛的人次比例总体高于80后。其中，男性美妆购买者爱买香水及口红，而女性购买者则更多人选择购买面部彩妆、眼部彩妆等。寺库方面表示，其微博上的消费者更关注LA MER（海蓝之谜），La Prairie（莱珀妮）等贵妇护肤品牌，而对平民品牌关注度较低¹³。

国家药监局推出化妆品监管 APP

5月20日，国家药监局信息中心上线了化妆品监管APP。据介绍，该APP具有四项功能。第一项是数据查询功能，可以查询产品信息、企业信息、文号信息和专户查询。第二项是提供监管与科普的资讯。第三项是提供化妆品专题服务，对一些重点的政策予以解读，来传播专业知识，打击网络谣言。第四项是投诉举报功能，消费者在购买和使用化妆品过程中，如果发现违法产品可以随时随地进行投诉举报¹⁴。

奥伦纳素与仪菲合作 推动在中国市场发展

5月21日，美国护肤品牌Erno Laszlo(奥伦纳素)宣布与仪菲(上海)品牌管理有限公司达成战略合作，推动品牌在中国市场快速发展。为了更好的抢占中国市场，奥伦纳素未来在中国市场战略规划：1、启动品牌直营，这也是奥伦纳素最重大的策略；2、以产品功效赢得市场口碑；3、大量资源投资社交媒体；4、持续发展天猫、淘宝、社交电商、线下专柜、重点客户五大战略渠道。奥伦纳素计划在未来5年，按门店GMV计算，每年新打造1家年销1000万店铺，5家500万店铺和8家200万店铺，最终达到5年累计10亿以上零售规模¹⁵。

参考资料

- ¹ 《2019年1-4月份消费品市场运行情况分析》，2019年5月16日，中华全国商业信息中心
<http://www.cncic.org/?p=1844>
- ² 《淘宝启动国宝联萌计划 助力国宝 IP 衍生品设计生产与销售》，2019年5月21日，Alizila
https://www.alizila.com/chinas-museums-target-millennials-where-they-live-taobao/?utm_source=Alizila+RSS&utm_campaign=c7b8cebd7b-chinese+museums%2C+2ndhand+shopping&utm_medium=email&utm_term=0_7ab396339b-c7b8cebd7b-104999945 (英文报导)
- ³ 《京东特价秒杀业务出炉:商品好评率不低于90%》，2019年5月17日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190517/334185.shtml>
- ⁴ 《蘑菇街商城增设买手运营部》，2019年5月22日，龙商网
<https://www.longsook.com/dt/2019/0522/50024.html>
- ⁵ 《拼多多 Q1 财报：营收同比增长 228%至 45.45 亿元 亏损大幅收窄》，2019年5月21日，新华网
http://www.xinhuanet.com/tech/2019-05/21/c_1124522669.htm
- ⁶ 《游戏、电商营收占比超 90% 网易发布 Q1 财报》，2019年5月16日，每经网
<http://www.nbd.com.cn/articles/2019-05-16/1332301.html>
- ⁷ 《唯品会第一季度净营收 213 亿 净利润同比增长 64.7%》，2019年5月23日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/425337.shtml>
- ⁸ 《美团 2019Q1 财报：营收增长 70%超预期 亏损大幅收窄》，2019年5月23日，新浪科技
<https://tech.sina.com.cn/roll/2019-05-23/doc-ihvhiqay0847716.shtml>
- ⁹ 《复星与京都府战略合作 全球首家“京都之家” 落户上海 BFC》，2019年5月21日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/425176.shtml>
- ¹⁰ 《首旅集团成为王府井控股股东》，2019年5月23日，龙商网
<https://www.longsook.com/dt/2019/0523/50040.html>
- ¹¹ 《永辉超市 永辉云创拟增资 10 亿元》，2019年5月17日，北京商报网
<http://www.bbtnews.com.cn/2019/0517/301500.shtml>
- ¹² 《中国美妆消费报告：消费者喜好正从知名产品转向小众新品牌》，2019年5月18日，赢商网
<http://news.winshang.com/html/065/7942.html>
- ¹³ 《2019 寺库高端美妆白皮书：彩妆渗透率达 74%》，2019年5月21日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190521/334663.shtml>
- ¹⁴ 《国家药监局推出化妆品监管 APP 可查询验伪和举报》，2019年5月21日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/425189.shtml>
- ¹⁵ 《奥伦纳素与仪菲合作 还制定了一份“五年计划”》，2019年5月22日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/425287.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。

