

中国零售及电商周讯

2019年7月19日-2019年7月25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: fbcgroup@fung1937.com



电子商务行业 p2

- 网经社电子商务研究中心: 上半年电商投诉同比递增12.32%
- 贝贝集团推出品牌特卖平台贝仓
- 天猫“新品首发官”计划 3年吸纳10万网红
- 洋码头推出会员制社交电商全球优选
- 网易考拉战略签约b.box 助其开拓中国市场
- 网易考拉与韩国好奇合作 定制跨境电商解决方案
- 网易严选进军九块九市场

超级市场及大卖场行业 p3

- 永辉超市上半年净利增45%

快流消费品行业 p3

- 凯度消费者指数: 快消品二季度销售增长6.9%
- 强生入驻天猫国际 引入旗下5大新品牌

服装和鞋类行业 p3

- 高端泳装品牌MARYSIA正式进军中国市场
- 太平鸟华南首家集合店落户深圳
- 运动鞋交易平台Goat正式进军中国市场

家居行业 p4

- 名创优品获墨西哥首富战略融资 今年将在当地开180家

奢侈品行业 p4

- Dior中国官网上线电商服务
- MICHAEL KORS宣布入驻天猫及天猫奢品平台Luxury Pavilion
- 京东开设奢侈品服务实体店
- 爱马仕亚洲第二季度销售猛涨20% 中国消费者贡献最大

电子商务行业

网经社电子商务研究中心：上半年电商投诉同比递增 12.32%

近日，网经社电子商务研究中心发布的《2019年（上）中国电子商务用户体验与投诉监测报告》显示，2019年上半年“电子商务消费纠纷调解平台”共计受理195家主流电商平台用户投诉，同比增加12.32%，投诉量历年最高。其中零售电商平台90家；跨境电商平台25家；生活服务电商平台41家；金融科技电商平台17家；电商物流平台20家；B2B电商2家。退款问题、商品质量问题、网络欺诈成为2019上半年的前三热点投诉¹。

贝贝集团推出品牌特卖平台贝仓

7月20日，贝贝集团宣布旗下品牌特卖社交平台贝仓正式上线。同时，贝仓还联合上千家品牌商成立“贝仓全球正品好物联盟”，共同向消费者承诺，确保贝仓卖出的每一件产品均是“正品好货”。据了解，贝仓上线内测一个多月以来，已经吸引1200多家品牌入驻；拥有15万带货掌柜；内测30天时，交易额就达到了2000万元²。

天猫“新品首发官”计划 3年吸纳10万网红

近日，“天猫新品首发官”计划出炉，天猫宣布将在3年内吸纳10万名明星、KOL，通过养成式红人培养计划，利用网红的社交平台资源和带货力，大规模地吸纳明星网红来推荐新品³。

洋码头推出会员制社交电商全球优选

7月21日，跨境电商洋码头宣布正式加入社交电商行列，推出会员制社交电商全球优选。据了解，全球优选是独立于洋码头的APP，全球优选会员制通过购买不同价位的礼包即可成为全球优选会员，并享受不同等级的会员权益，包括多种力度的商品折扣。会员将商品或服务连结分享给其他人，并引导他人至平台购物消费后可获得返佣⁴。

网易考拉战略签约 b.box 助其开拓中国市场

近日，网易考拉与澳洲国民婴幼儿用品品牌b.box战略签约，在自营直采、市场推广等方面达成深度合作。双方表示，未来，网易考拉将加快对b.box新品引进速度，通过短视频种草、视频直播等方式，帮助b.box不断扩展其在华品牌影响力⁵。

网易考拉与韩国好奇合作 定制跨境电商解决方案

7月25日，网易考拉与韩国好奇（HUGGIES）达成战略合作。韩国好奇母公司柳韩金佰利将通过网易考拉向中国消费者提供4大纸尿裤产品。网易考拉表示，平台将为韩国好奇4大纸尿裤产品线定制长线跨境电商解决方案。同时，亦将提供图文、直播、短视频等内容营销支持⁶。

网易严选进军九块九市场

近日，网易严选上线“9.9超值专区”，网易严选将180款爆品重新定价，包括食品、家居用品等，商品从9.9元 - 99.9元不等，从价格上来看，基本都是在原价的基础上打5折-8折。据了解，严选此次上线9.9超值专区并不是以开拓下沉市场为主要目标，此次新定价是从用户体验出发，让用户享受到供应链优化后的实惠⁷。

超级市场及大卖场行业

永辉超市上半年净利增 45%

7月22日，永辉超市发布2019年半年度业绩快报公告。公告显示，报告期内，永辉超市实现营业收入411.73亿元，同比增长19.7%；营业利润14.83亿元，同比增长58.04%；实现归属上市公司股东净利润13.54亿元，同比增长45.02%。另外，联营公司永辉云创、B2B业务彩食鲜和上蔬永辉投资亏损2.17亿元⁸。

快流消费品行业

凯度消费者指数：快消品二季度销售增长 6.9%

凯度消费者指数的最新报告显示，快速消费品市场在二季度销售额较去年同期增长6.9%。二季度

市场的强劲增长主要受惠于电商和全渠道零售联动的促销—“618购物节”和通胀（特别是食品价格）的影响。在最近的12周，现代渠道（包括大卖场，超市和便利店）出现复苏迹象，金额增长率达到2.3%，其中超市渠道是主要动力。大卖场在二季度仍然表现不佳，渗透率与去年同期相比下降了2.3%。电商渠道的表现依旧亮眼，第二季度的同比销售增长率高达40.3%⁹。

强生入驻天猫国际 引入旗下 5 大新品牌

近日，强生海外旗舰店正式入驻天猫国际，并引入集团旗下5大海外的全新品牌，包括肌肤修复品牌Biafine比亚芬、洗发水品牌Maui Moisture、身体乳品牌Lubriderm、天然健康品牌Zarbee's Naturals，以及邦迪产品线系列。强生表示将把更多海外品牌引进国内，以满足不同消费者的多样化诉求¹⁰。

服装和鞋类行业

高端泳装品牌 MARYSIA 正式进军中国市场

7月15日，美国高端泳装品牌MARYSIA启动了其在中国的官方首家线上旗舰店，正式进军中国市场。MARYSIA中国官方线上旗舰店涵盖了品牌全系列产品，并且均与全球同价。为了确保品质，所有商品均为海外直邮。目前MARYSIA的产品包括亲子泳衣、度假装束及度假配饰等¹¹。

太平鸟华南首家集合店落户深圳

PEACEBIRD太平鸟华南地区首家集合店将于7月28日在深圳龙华壹方天地店正式开业。该店集结了旗下PEACEBIRD WOMEN太平鸟女装和LEDIN乐町、PEACEBIRD MEN太平鸟男装、和生活方式品牌PEACEBIRD LIVIN' 四大品牌。据了解，这也是生活方式品牌PEACEBIRD LIVIN' 在华南的首次亮相，意在从生活品质到服饰造型上满足新生代消费者的更多细分需求¹²。

运动鞋交易平台 Goat 正式进军中国市场

7月22日，总部位于洛杉矶的运动鞋交易平台Goat宣布已经正式登陆中国市场，针对中国本地市场推出本地化APP以及微信小程序。Goat创立于2015年，在2019年2月获得美国运动和鞋履零售商Foot Locker的1亿美元投资。据悉，中国消费者早已经是这个交易平台的最大国际市场¹³。

家居行业

名创优品获墨西哥首富战略融资 今年将在当地开 180 家

7月15日，墨西哥首富、亿万富翁 Carlos Slim 旗下零售商 Grupo Sanborns 宣布将收购中国零售商名创优品 (MINISO) 18.27%的股份，目前双方已达成最终协议。此前，Grupo Sanborns 已经收购了名创优品14.99%的股份。在本次交易完成后，Grupo Sanborns将合计持有名创优品33.27%的股份。自2016年于墨西哥开业以来，

名创优品墨西哥门店扩张速度极快，现已遍布多个省市，2018年开立近百家门店，2019年预计开业门店 180家。据悉，名创优品自2015年便开始积极开拓国际市场，截至目前，累计在全球86个国家和地区开设了3,500多家门店¹⁴。

奢侈品行业

Dior 中国官网上线电商服务

奢侈品牌Dior线上精品店 (<http://on.dior.com/official>) 日前正式登陆中国市场，发售包括手袋、成衣、高端珠宝以及美妆等全系列产品。Dior线上精品店已在欧洲及美国开通了，亚洲地区目前只在中国、日本和韩国开通¹⁵。

MICHAEL KORS 宣布入驻天猫及天猫奢品平台 Luxury Pavilion

7月19日，MICHAEL KORS宣布在天猫连开两店，MICHAEL KORS官方旗舰店及腕表旗舰店，并入驻天猫奢品平台Luxury Pavilion，推出一系列独家产品及MICHAEL KORS女士全系列。据悉，天猫将成为MICHAEL KORS新品发布的主要阵地，包括全球独家的产品及胶囊系列，甚至可能利用天猫的大数据预测时尚趋势，将消费者的需求融入到产品设计开发中¹⁶。

京东开设奢侈品服务实体店

近日，京东首个奢侈品服务体验中心“京东奢

护”线下店在北京三里屯开业。据悉，京东奢护计划在2019年下半年开出数十家店，这些店铺主要为直营模式，稍后再考虑加盟。据悉，京东奢护店业务包括皮具清洗养护、钟表维修保养、珠宝养护定制、改衣、服装定制及二手奢侈品的回收和寄卖等服务¹⁷。

爱马仕亚洲第二季度销售猛涨 20% 中国消费者贡献最大

法国奢侈品牌爱马仕发布第二季度初步业绩报告，在截至6月30日的三个月内其销售额同比大涨14.7%至16.74亿欧元，较上年同期的3%明显改善，上半年销售额大涨15.1%至32.84亿欧元。在除日本以外的亚洲市场销售额增幅最为强劲，同比大涨20.7%至6.43亿欧元，主要受益于中国内地双位数增长的推动。考虑到中国市场的高度复杂性，负责人早前表示接下来不排除会与阿里巴巴和京东等中国第三方电商平台合作¹⁸。

参考资料

- 1 《上半年电商投诉同比递增 12.32% 投诉量历年最高》，2019 年 7 月 18 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/428673.shtml>
- 2 《贝贝推出品牌特卖平台贝仓》，2019 年 7 月 20 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/428865.shtml>
- 3 《天猫“新品首发官”计划：3 年吸纳 10 万网红》，2019 年 7 月 23 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190723/342687.shtml>
- 4 《洋码头启动社交电商全球优选》，2019 年 7 月 22 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/428888.shtml>
- 5 《网易考拉战略签约 b.box 助其开拓中国市场》，2019 年 7 月 24 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190724/342970.shtml>
- 6 《网易考拉与韩国好奇合作，为后者定制跨境电商解决方案》，2019 年 7 月 25 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/429169.shtml>
- 7 《网易严选进军九块九市场》，2019 年 7 月 23 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190723/342718.shtml>
- 8 《永辉超市上半年净利增 45%》，2019 年 7 月 23 日，北京商报网
<http://www.bbtnews.com.cn/2019/0723/313038.shtml>
- 9 《凯度消费者指数：快消品二季度销售增长 6.9%》，2019 年 7 月 24 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190724/342925.shtml>
- 10 《强生入驻天猫国际 引入旗下 5 大新品牌》，2019 年 7 月 25 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/20190725/343152.shtml>
- 11 《高端泳装沙滩装品牌 MARYSIA 正式进军中国市场》，2019 年 7 月 18 日，时尚商业网
<https://cn.fashionnetwork.com/news/%E9%AB%98%E7%AB%AF%E6%B3%B3%E8%A3%85%E6%B2%99%E6%BB%A9%E8%A3%85%E5%93%81%E7%89%8Cmarysia%E6%AD%A3%E5%BC%8F%E8%BF%9B%E5%86%9B%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%B8%82%E5%9C%BA,1121322.html#.XTFjoOgzaUk>
- 12 《太平鸟华南首家集合店落子深圳 联合四大品牌打出“组合拳”》，2019 年 7 月 25 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/429137.shtml>
- 13 《运动鞋交易平台 Goat 正式进军中国市场》，2019 年 7 月 23 日，时尚商业网
<https://cn.fashionnetwork.com/news/yun-dong-xie-jiao-yi-ping-tai-goat-zheng-shi-jin-jun,1122542.html#.XTgI9OQUnIV>
- 14 《名创优品获墨西哥首富战略融资 今年将在当地开 180 家》，2019 年 7 月 19 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/428806.shtml>
- 15 《Dior 正式在中国官网推出电商服务》，2019 年 7 月 21 日，亿邦动力网
<http://www.ebrun.com/ebrungo/zb/342489.shtml>
- 16 《连开两店 MICHAEL KORS 上天猫触达千禧一代消费者》，2019 年 7 月 19 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/428833.shtml>
- 17 《京东开设奢侈品服务实体店》，2019 年 7 月 23 日，北京商报网
<http://www.bbtnews.com.cn/2019/0723/313042.shtml>
- 18 《中国消费者贡献最大，爱马仕亚洲销售猛涨 20%》，2019 年 7 月 24 日，联商网
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/429047.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。

