

# 中国零售及电商周讯

2019年1月25日-2019年1月31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

- 国家发改委等10部委印发《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》
- 国务院印发《关于促进综合保税区高水平开放高质量发展的若干意见》
- 中华全国商业信息中心: 2018年百家重点大型零售企业零售额增长0.7%

## 电子商务行业 p2

- 阿里巴巴单季收入首次突破千亿
- 京东上线“尺码推荐”功能
- 蜜芽落地首个生鲜前置仓

## 百货及购物中心行业 p3

- 天虹首推“虹食汇”体验餐厅
- 泰国尚泰百货开通“微信聊天购物服务”

## 超级市场及大卖场行业 p3

- 山姆与京东到家共建前置仓
- 赢商网: 2018年盒马鲜生、超级物种占据七成市场份额
- 家润多22家门店将并入步步高超市版图
- 饿了么引入超过650家商超
- 京东到家: 即时消费成主流
- 万科推出超市新品牌“V-24生鲜时选”

## 服装行业 p4

- 艾瑞咨询、YOKA: 社交与电商融合加深 内容+电商的模式受追捧
- 拉夏贝尔预计2018年净利润下降91.98%

## 婴童产品行业 p5

- 孩子王推出社交电商平台“妈妈赚”

## 化妆品行业 p5

- 国家药监局: 化妆品宣称“药妆”属违法行为
- 泰国美妆品牌BEAUTY BUFFET正式进军中国

## 家居行业 p5

- 无印良品在中国第十次降价
- 名创优品2018营收达17亿元 全球门店逾3500家

## 奢侈品行业 p6

- OC&C: 中国Z世代比西方同龄人在奢侈品上更敢花费

# 总体零售市场

## 国家发改委等 10 部委印发《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》

1月29日，国家发改委等10部委印发《进一步优化供给推动消费平稳增长 促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》，进一步优化供给，更好满足人民群众对美好生活的需要，促进形成强大国内市场。《实施方案》包括以下六个方面：

- 一、多措并举促进汽车消费，更好满足居民出行需要
- 二、补足城镇消费供给短板，更好满足城镇化和老龄化需求
- 三、促进农村消费提质升级，拉动城乡消费联动发展
- 四、加强引导支持，带动新品消费
- 五、扩大优质产品和服务供给，更好满足高品质消费需求
- 六、完善政策体系，进一步优化消费市场环境<sup>1</sup>

## 国务院印发《关于促进综合保税区高水平开放高质量发展的若干意见》

1月25日，国务院印发《关于促进综合保税区高水平开放高质量发展的若干意见》，明确要完善政策，拓展功能，创新监管，培育综合保税区产业配套、营商环境等综合竞争新优势。同时推动综合保税区发展成为具有全球影响力和竞争力的加工制造中心、研发设计中心、物流分拨中心、检测维修中心、销售服务中心<sup>2</sup>。

## 中华全国商业信息中心：2018 年百家重点大型零售企业零售额增长 0.7%

根据中华全国商业信息中心统计，2018年全国百家重点大型零售企业零售额增长0.7%，增速较1-11月份放缓0.3个百分点。12月全国百家重点大型零售企业零售额同比下降2.4%，降幅较上月略扩大0.1个百分点<sup>3</sup>。

# 电子商务行业

## 阿里巴巴单季收入首次突破千亿

1月30日，阿里巴巴集团公布截至2018年12月31日止季度业绩。集团收入同比增长41%至1172.78亿元，这是中国首个互联网公司实现单季营收破千亿。截至12月底，中国零售平台的移动月度活跃用户达6.99亿，较9月增加3300万。中国零售平台的年度活跃消费者达到6.36亿，较截至2018年9月底止12个月增加3500万，新增的年度活跃消费者中超70%来自三线或以下城市。本季度，天猫实物支付GMV同比增幅29%，主要由快消品、服装及家居用品销售带动<sup>4</sup>。

## 京东上线“尺码推荐”功能

日前，京东正式上线“尺码推荐”功能。据悉，此功能支持服饰/鞋靴/文胸品类进行尺码模板创建。用户需在app商详页内输入审稿/体重数据，即可达成服饰类尺码匹配。京东方面表示，此功能可协助商家降低退货率、降低误购以及增加点击率<sup>5</sup>。

### 蜜芽落地首个生鲜前置仓

1月28日，母婴电商蜜芽宣布在成都落地首个食品生鲜前置仓。开仓后通过生鲜前置仓四川、重庆等西南片区，可以实现该区域内30多个城市直达快速配送。据了解，蜜芽成都生鲜前置仓规划仓储面积2万平方米，与传统仓库效率相比，提升了70%<sup>6</sup>。

## 百货及购物中心行业

### 天虹首推“虹食汇”体验餐厅

近日，天虹首家零售餐饮业态“虹食汇”餐厅于深圳罗湖国贸的天虹超市内开业。占地面积约260平方米，虹食汇体验餐厅主张以消费体验为中心，将不断推出新型饮食体验。顾客在虹食汇吃到美味的食物，可以直接在超市购买；在超市购买的食材，也可以拿到虹食汇进行深度加工。此外，顾客还可以体验虹食汇中体验“炒菜机器人”智能烹饪设施、美食教学等<sup>7</sup>。

### 泰国尚泰百货开通“微信聊天购物服务”

近日，泰国最大的连锁百货品牌尚泰百货推出“微信聊天购物”服务，中国消费者能够通过实时在线和专职服务人员沟通来实现轻松购物。消费者只需在平台上告知所需商品或拍摄、截屏产品照片，通过信用卡或在线渠道汇款，即可完成一次购买行为<sup>8</sup>。

## 超级市场及大卖场行业

### 山姆与京东到家共建前置仓

近日，京东到家与山姆会员商店共同宣布，双方共建的山姆前置仓已覆盖深圳、上海和北京三座城市，依托于山姆门店对前置仓进行补货，有效降低供应链成本与补货成本，成熟前置仓的坪效达到普通超市坪效的10倍左右。双方计划在2019年加速前置仓构建，覆盖更多城市，为更广大的消费者提供高品质商品1小时到家的即时消费服务<sup>9</sup>。

### 赢商网：2018年盒马鲜生、超级物种占据七成市场份额

据赢商网统计，2018年，16家“超市+餐饮”新零售品牌共开店190家，其中盒马鲜生、超级物种分别开店86家、46家，占总开店数量的七成，行业集中度快速提升。鲜食演义、苏鲜生继续稳步扩张，新华都海物会、百联RISO、联华超市鲸选未来店、Green&Health等却停止开店。与此同时，行业迎来了一大批新面孔，美团、宝能、万科、佳兆业等纷纷推出新零售业态，市场竞争日趋激烈<sup>10</sup>。

### 家润多22家门店将并入步步高超市版图

近日，步步高集团与湖南家润多超市有限公司达成合作协议，以1.89亿元收购家润多22家经营权及相关门店资产。这些门店主要分布在长沙、益

阳、常德、衡阳、郴州等地，自1月26日起变成步步高门店。此次交易将进一步夯实步步高在湖南连锁超市的龙头地位<sup>11</sup>。

### 饿了么引入超过 650 家商超

自1月15日起，大润发、家乐福、世纪联华、屈臣氏、7-11等大型商超连锁品牌超过650家门店全面上线饿了么。全国近7000家超市与蜂鸟配送的送货上门服务一起升级，满足消费者新春购物需求。据了解，从1月10日起至2月19日，饿了么用户都可在全国范围内享受30分钟即买即送的年货服务<sup>12</sup>。

### 京东到家：即时消费成主流

近日，京东到家发布2018年度消费数据报告《1小时生活消费报告：美好生活 即时可得》。报告指出，在2018年，消费升级拉动便捷的即时消费模式快速发展，足不出户的“1小时购物”快速席卷全国，成为了在高频生活消费品上的主流消费方式之一。同时，“1小时购物”正式迈向全品类、全场景、全客群，并在低线城市获得了快速发展，二三线城市的GMV增速已超过一线城市<sup>13</sup>。

### 万科推出超市新品牌“V-24 生鲜时选”

万科继去年8月推出首个自营新零售品牌“万物市集”后，再推出新超市品牌“V-24生鲜时选”，并在一周内在深圳连开两店。据了解，最新开业的深圳云城万科里店经营面积1000平米，商品包括水果、蔬菜、水产海鲜、冷冻食品等，

货品种类逾千种<sup>14</sup>。

## 服装行业

### 艾瑞咨询、YOKA：社交与电商融合加深 内容+电商的模式受追捧

艾瑞咨询及YOKA发布《2018年90后时尚生涯形态研究》，90后不愿跟风，有自己独特的时尚追求，重视品牌概念与自身个性是否相符，乐意尝试小众品牌。超过六成90后每天浏览时尚资讯，浏览行为更高频。他们爱好花时间在微博/微信和短视频APP上。社交与电商融合加深，用户购买路径大大缩短，内容+电商的模式受追捧。随着90后消费观念与时尚观念的升级，为追求更好的时尚体验，对时尚单品需求不断增大，约40%的90后每周至少下单一笔<sup>15</sup>。

### 拉夏贝尔预计 2018 年净利润下降 91.98%

1月30日，上海拉夏贝尔服饰股份有限公司发布了关于2018年年度业绩预减公告。根据公告，拉夏贝尔2018年全年归属于上市公司股东的净利润同比2017年度减少4.59亿元左右，同比下降约91.98%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比2017年度减少4.15亿元左右，同比下降约109.21%。拉夏贝尔认为，业绩下降的主要原因在于受到终端零售销售下滑的影响，2018年下半年该公司直营门店的销售未达预期，导致公司全年毛利额较2017年同比下降约5%<sup>16</sup>。

# 婴童产品行业

## 孩子王推出社交电商平台“妈妈赚”

据悉，孩子王旗下社交电商平台妈妈赚已悄然上线。除了APP作为用户入口外，其在微信端内还设有小程序及微商城。孩子王妈妈赚版面按照婴幼儿需求划分，所有品类均为母婴相关。孩子王妈妈赚的用户可被分为三个层级。基础层是粉丝，即没有店主资格的普通用户；其次是店主（用户在礼包区花费299元购买一件物品后，即可获得成为店主资格），店主可向社交圈内分享商品或店铺页面，一旦有人购买，店主即可获得相应的奖励；店主之上是服务经理，用户成功邀请20个人成为店主后即可成为服务经理，服务经理除自己作为店主的那部分佣金，同时也可收获自己所邀请的店主佣金提成的20%，作为二级奖励<sup>17</sup>。

# 化妆品行业

## 国家药监局：化妆品宣称“药妆”属违法行为

1月10日，国家药品监督管理局发布《化妆品监督管理常见问题解答（一）》，对“药妆品”“医学护肤品”等概念重申了监管态度。国家药监局明确指出，中国不存在“药妆品”的概念，且宣传“药妆”“医学护肤品”等“药妆品”概念均属于违法行为<sup>18</sup>。

## 泰国美妆品牌 BEAUTY BUFFET 正式进军中国

近日，泰国 BEAUTY BUFFET（美丽蓓菲）与广东胡萝卜村网络科技有限责任公司在曼谷签署战略合作协议。此次，BEAUTY BUFFET正式授权胡萝卜村为美丽蓓菲的中国独家总代理，宣布胡萝卜村拥有美丽蓓菲在中国的品牌权益和进口总代理权益。据了解，美丽蓓菲是泰国上市公司，创立于1998年，在泰国开设有379家线下店，其品牌已经扩展至东盟9国、中国大陆和中国香港、中东、俄罗斯及印度等多个地区。现旗下有 Scentio（天然纯净）、Lansley（面部身体护理）、Gino McCray（职业美妆）、The bakery（年轻美妆）四个子品牌，产品类型共包括化妆品，面部护理，身体护理，头发护理和化妆工具等<sup>19</sup>。

# 家居行业

## 无印良品在中国第十次降价

日前，在遭遇销售下跌和食品致癌风波后，无印良品宣布在中国市场实行第十次降价，降价幅度为20%左右。无印良品官方表示，此次降价是经过集团对品牌部分明星商品的价格进行了重新审视后决定的，旨在“将更具高性价比的产品传递到消费者的手中”。而在大约4年的时间里，无印良品在中国市场已经进行包括此次在内的共十次降价，此举也被业内解读为是为了刺激销售、挽救业绩<sup>20</sup>。

## 名创优品 2018 营收达 17 亿元 全球门店逾 3500 家

日前，名创优品表示，2018年公司在超过79个国家和地区开设了逾3500家门店，实现总营收17亿元人民币，并在全球拥有超过30000名员工。名创优品在2018年正式实施了多品牌战略，同时开发了“NOME”、“MINISO”和“WonderLife”三个子品牌，以满足不同层次消费者的需求并增加各品牌的整体市场份额<sup>21</sup>。

## 奢侈品行业

### OC&C：中国 Z 世代比西方同龄人在奢侈品上更敢花费

据全球商业咨询公司OC&C的调查显示，尽管全球奢侈品零售充满不确定性，但中国Z世代消费者每年在奢侈品上的花费在7000美元以上，超过西方同龄人。中国Z世代的奢侈品花费平均占家庭收入的15%，而英美同龄人的奢侈品花费仅占家庭收入的4%。此次调查共访问了包括中国和美国等9个国家在内的15500名Z世代，以了解他们对奢侈品消费情况<sup>22</sup>。

## 参考资料

- 1 《关于印发《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》的通知》，2019年1月29日，国家发改委  
[http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/201901/t20190129\\_926565.html](http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/201901/t20190129_926565.html)
- 2 《国务院印发《关于促进综合保税区高水平开放高质量发展的若干意见》》，2019年1月25日，中国政府网  
[http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content\\_5361179.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361179.htm)
- 3 《2018年消费品市场运行情况》，2019年1月25日，中华全国商业信息中心  
<http://www.cncic.org/?p=1648>
- 4 《阿里巴巴2019第三财季收入按年增41%引领市场信心》，2019年1月31日，阿里足迹  
<https://alibabaneews.com/article/alibaba2019disancaijishouruannianzeng41-yinlingshichangxinxin>
- 5 《实现智能挑货 京东祭出“尺码推荐”功能》，2019年1月24日，亿邦动力网  
<http://www.ebrun.com/20190124/318275.shtml>
- 6 《蜜芽落地首个生鲜前置仓》，2019年1月29日，龙商网  
<https://www.longsook.com/dt/2019/0129/49101.html>
- 7 《天虹首家零售餐饮业态“虹食汇”体验餐厅亮相》，2019年1月26日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/418470.shtml>
- 8 《为吸引更多中国消费者，泰国尚泰百货开通“微信聊天购物服务”》，2019年1月28日，时尚商业网  
<https://cn.fashionnetwork.com/news/wei-xi-yin-geng-duo-zhong-guo-xiao-fei-zhe---tai-guo-shang-tai-bai-huo-kai,1061380.html#.XFGipaozaUI>
- 9 《发力到家服务 山姆与京东到家共建前置仓》，2019年1月25日，亿邦动力网  
<http://www.ebrun.com/20190125/318432.shtml>
- 10 《“超市+餐饮”新零售的混战年：盒马鲜生、超级物种占据七成市场份额》，2019年1月28日，赢商网  
<http://news.winshang.com/html/065/2948.html>
- 11 《步步高收编家润多“一统”大长沙，意义重大》，2019年1月27日，龙商网  
<https://www.longsook.com/dt/2019/0127/49096.html>
- 12 《饿了么引入650家商超对标京东到家》，2019年1月29日，北京商报网  
<http://www.bbtnews.com.cn/2019/0129/284742.shtml>
- 13 《京东到家2018年度消费报告：即时消费成主流》，2019年1月30日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/418683.shtml>
- 14 《万科再推超市新品牌“V-24 生鲜时选”一周内连开两店！》，2019年1月29日，龙商网  
<https://www.longsook.com/dt/2019/0129/49102.html>
- 15 《2018年90后时尚生活形态研究》，2019年1月24日，新浪  
<https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1151628827/44a4761b00100hl6k?from=tech>
- 16 《拉夏贝尔预计2018年净利润同比下降91.98%》，2019年1月31日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/418736.shtml>
- 17 《孩子王推出社交电商平台“妈妈赚”》，2019年1月25日，金融界  
<http://finance.jrj.com.cn/tech/2019/01/25114526965806.shtml>
- 18 《“药妆”一夜消失，国家药监局重拳整治600亿大市场》，2019年1月29日，联商网  
<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2019/418616.shtml>
- 19 《小红书网红品牌 Beauty buffet 正式进军中国》，2019年1月24日，亿邦动力网  
<http://www.ebrun.com/20190124/318322.shtml>
- 20 《无印良品在中国第十次降价》，2019年1月25日，时尚商业网  
<https://cn.fashionnetwork.com/news/wu-yin-liang-pin-zai-zhong-guo-di-shi-ci-jiang-jia,1060713.html#.XE8Lk1wzaUI>
- 21 《名创优品总结2018年业绩：总营收达17亿元，拓展至79个国家和地区》，2019年1月25日，时尚商业网  
<https://cn.fashionnetwork.com/news/ming-chuang-you-pin-zong-jie-2018-nian-ye-ji---zong-ying-shou-da-17-yi-yuan---tuo-zhan-zhi-79-ge-guo-jia-he-di-qu,1060764.html#.XE8Lk1wzaUm>
- 22 《外媒看中国Z世代：比西方同龄人更敢花 更无忧无虑》，2019年1月24日，新浪财经  
<http://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2019-01-24/doc-ihqfskcn9942345.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。



in Fung Biz Intel



f Fung Biz Intel



t Fung Biz Intel



yt Fung Biz Intel



whatsapp Fung Biz Intel