

中国零售行业发展报告 (2016/2017 年)

商务部流通发展司
中国国际电子商务中心
二〇一七年六月

前 言

2016 年，我国社会经济保持平稳健康发展，实现了“十三五”良好开局，新发展理念引领经济转型新实践，供给侧结构性改革催生创新发展新成效，流通体制改革持续推进，消费市场平稳较快增长。全年社会消费品零售总额 332316 亿元，比上年增长 10.4%，扣除价格因素，实际增长 9.6%；消费对经济增长“稳定器”和“压舱石”作用日益增强，最终消费支出对经济增长的贡献率为 64.6%。

2016 年，零售行业转型升级、创新发展取得显著成效，零售法人企业数量快速增长，商品零售额增速缓中趋稳，行业劳动效率小幅提升，网络零售发展更加成熟，质量水平全面提升。下半年以来，大型零售企业销售情况明显好转，实体零售出现结构性回暖迹象，全年便利店、购物中心、超市销售额增长较快。零售行业正在酝酿新一轮变革，互联网技术创新应用活跃，整合全渠道资源，提供线上线下一体化服务，实体门店数字化程度提高，支付方式更加多元高效，品牌连锁经营快速发展，零售商品结构不断升级。同时，零售行业变革发展仍然面临一系列挑战，传统零售商业模式变革任重道远，商业网点发展不均衡、结构性过剩、配套设施不完善等问题依然存在，零售企业物流成本、租金成本、人工成本上涨压力较大，数据全面驱动经营决策的发展格局尚未形成，零售市场公平秩序有待进一步优化。

2017年，我国宏观经济形势出现明显好转，扶贫、居住、教育、社保等方面政策日益完善，互联网、大数据、位置服务等信息技术应用更加普遍，居民消费需求深刻变化，催生零售行业新供给新模式。伴随零售业发展的宏观、政策、技术、需求环境继续改善，尤其是《关于推动实体零售创新转型的意见》的出台，为实体零售下一步发展指明了方向，2017年零售行业“新消费、新零售和新生态”特征将更加明显，零售企业线上线下全方位深入融合，打造社交化场景化多元消费场景，多业态协同提供一站式聚合服务，供应链体系更加智能高效，“小而美”社区化零售业态快速发展。综合来看，2017年零售行业将继续保持平稳较快发展，质量、效益和服务水平不断提升。

二〇一七年六月

目 录

一、行业发展概况	1
(一) 行业总体规模.....	1
1. 法人企业数量快速增长.....	1
2. 商品零售增速缓中趋稳.....	1
3. 大型零售企业出现好转.....	3
(二) 主要业态情况.....	4
1. 实体零售增速明显分化.....	4
2. 网络零售发展趋于成熟.....	5
(三) 企业经营效益.....	6
1. 整体债务水平略有下降.....	6
2. 盈利能力基本保持稳定.....	8
3. 企业人工成本上涨较快.....	9
4. 行业劳动效率小幅提升.....	11
(四) 行业转型升级.....	12
1. 实体店数字化程度提高.....	12
2. 零售商品结构继续升级.....	13
3. 品牌连锁经营快速发展.....	15
4. 支付方式更加多元高效.....	16
(五) 行业社会贡献.....	17
1. 吸纳就业人数稳定增长.....	17
2. 应交税金规模小幅下降.....	18
二、行业发展趋势	19
(一) 构建线上线下融合新格局.....	19

(二) 多业态跨界协同趋势明显.....	20
(三) 社交化场景化模式成主流.....	21
(四) 重构智能高效供应链体系.....	21
(五) 社区商业进入黄金发展期.....	22
三、行业发展问题	23
(一) 传统经营模式亟需变革.....	23
(二) 商业网点布局仍待优化.....	24
(三) 成本高企压缩利润空间.....	25
(四) 数据驱动应用仍显不足.....	25
(五) 市场公平秩序尚待改善.....	26
四、行业发展环境及政策建议.....	27
(一) 发展环境	27
1. 宏观经济形势有所好转	27
2. 政策调整指引发展方向	29
3. 信息技术助力营销优化	30
4. 需求变化推动消费升级	30
(二) 政策建议	31
1. 充分发挥政策引导作用，促进行业协调发展	31
2. 构建公平有序市场环境，激发市场主体活力	31
3. 切实减轻企业税费负担，提振企业内生动力	32
4. 加强财政金融支持力度，缓解企业融资难题	32
5. 推进公共服务体系建设，助力行业高效发展	33

一、行业发展概况

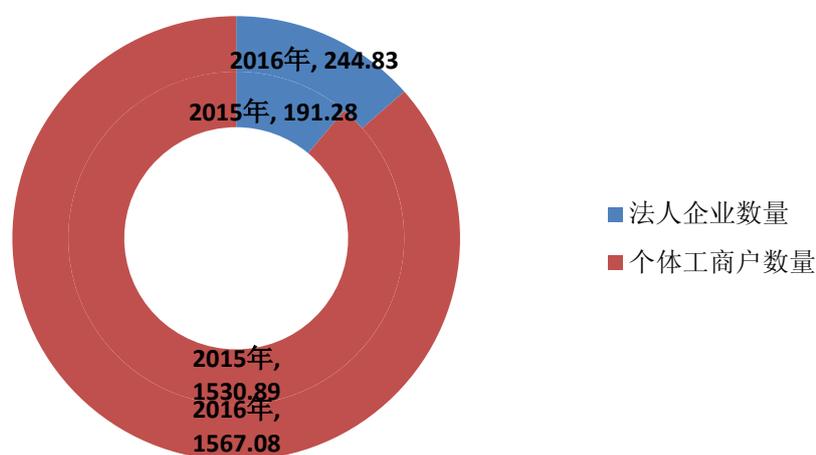
(一) 行业总体规模

1. 法人企业数量快速增长

伴随国家简政放权、放管结合、优化服务改革持续深化，零售行业“大众创业、万众创新”日益活跃，2016年我国零售业经营单位数延续小幅增长态势，法人企业数量快速增长。

据商务部典型零售企业统计数据测算，截至2016年底我国零售业经营单位共有1811.91万个，同比增长5.2%。其中，法人企业单位数量为244.83万个，同比增长28%，占全部经营单位比重为13.5%，比上年提升2.4个百分点；个体工商户数量1567.08万个，同比增长2.4%，占全部经营单位比重为86.5%。

单位：万个



数据来源：商务部

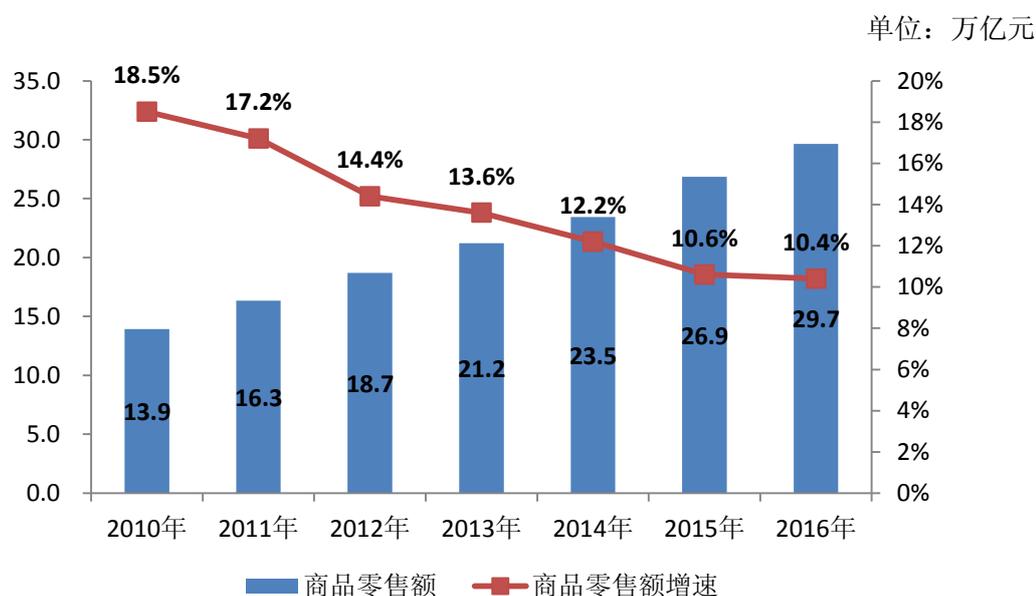
图 1：2015-2016 年零售业经营单位数量情况

2. 商品零售增速缓中趋稳

近年来，随着我国经济进入新常态，商品零售额增速逐年下

降，从2010年到2015年累计下降7.9个百分点，年均下降1.6个百分点。2016年，零售企业转型升级成效显著，商品零售额增长缓中趋稳，限额以上大中型法人企业销售额增长加快。

据国家统计局数据，2016年我国商品零售额为296518亿元，同比增长10.4%，增速比上年降低0.2个百分点，降幅比上年收窄1.4个百分点。

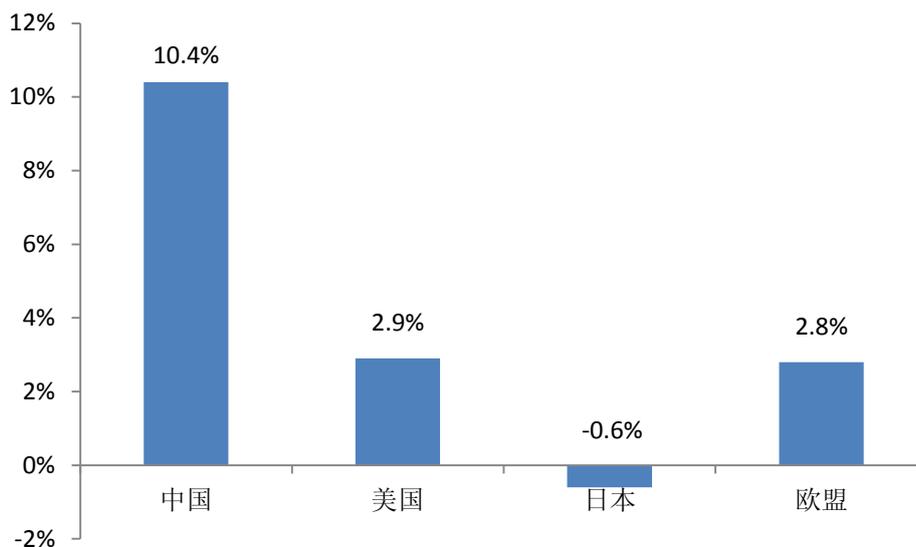


数据来源：国家统计局

图2：2010-2016年商品零售额及增速

据商务部典型零售企业统计数据测算，2016年限额以上大中型法人企业销售额为9.15万亿元，同比增长2.7%，增速比上年提高1.5个百分点；限额以上大中型法人企业销售额占商品零售额比重为30.9%，比上年同期减少2.3个百分点。

从主要经济体零售行业增长情况来看，2016年我国商品零售额增速仍处于较高水平，分别比美国、日本、欧盟高7.5、11和7.6个百分点。



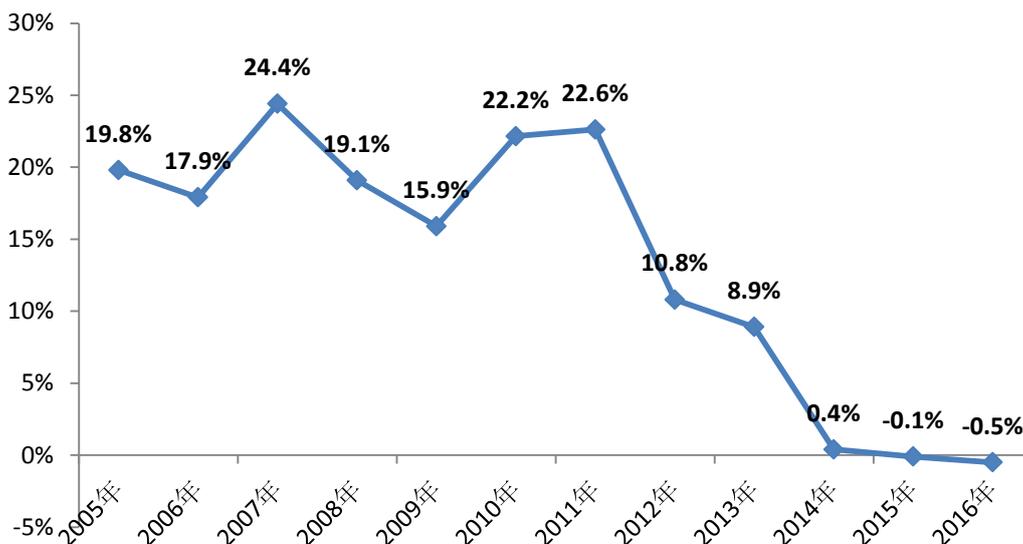
数据来源：中国国家统计局、美国商务部、日本经济产业省、欧盟统计局

图 3：2016 年全球主要经济体零售增速

3.大型零售企业出现好转

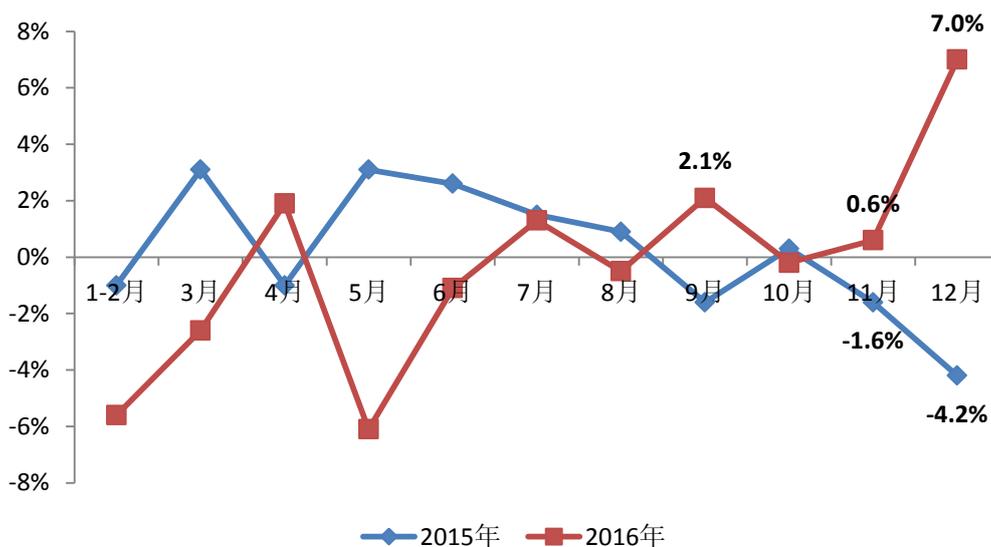
2011 年开始，大型零售企业销售额增速连续放缓，近两年甚至出现负增长，进入 2016 年，见底回稳态势明显，尤其是下半年以来大型零售企业增长情况已经出现好转。

据中华全国商业信息中心数据，2016 年全国百家重点大型零售企业零售额同比下降 0.5%；下半年市场情况出现好转，7 月、9 月、11 月、12 月百家重点大型零售企业零售额同比为正增长，其中 9 月、11 月、12 月增速高于上年同期，12 月增速高达 7%。



数据来源：中华全国商业信息中心

图 4:2005-2016 年百家重点大型零售企业零售增速



数据来源：中华全国商业信息中心

图 5:2015-2016 年各月百家重点大型零售企业零售增速

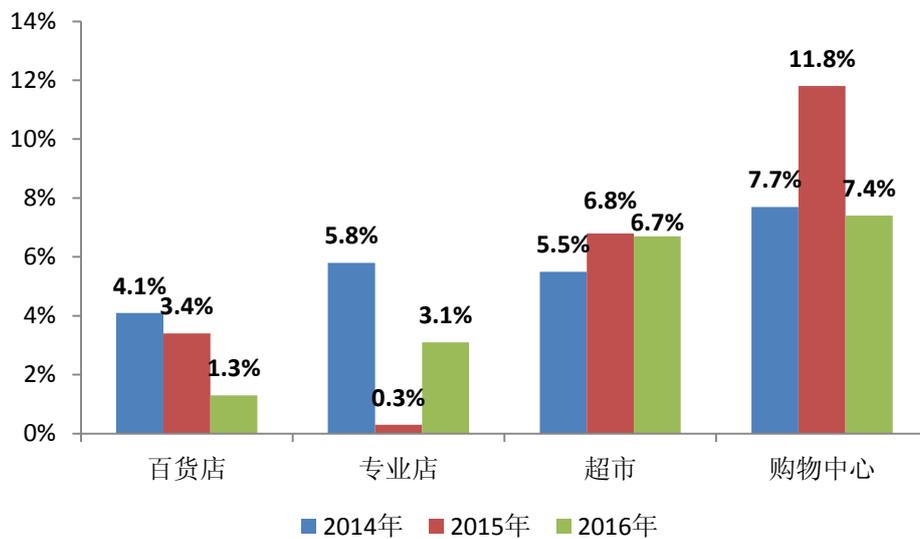
(二) 主要业态情况

1. 实体零售增速明显分化

面临“千店一面”的同质化竞争、网络零售的消费分流、消费需求深刻变化等不利形势，近年来流通领域供给侧结构性改革逐步推进，实体零售转型升级加快步伐，转型阵痛中不同业态增

速明显分化。

据商务部重点流通企业监测数据，2016 年便利店、购物中心、超市销售额增长较快，增速分别为 7.7%、7.4%和 6.7%；专业店、百货店销售额增长较慢，增速分别为 3.1%和 1.3%，百货店增速较上年下降 2.1 个百分点，专业店增速比上年提高 2.8 个百分点。



数据来源：商务部

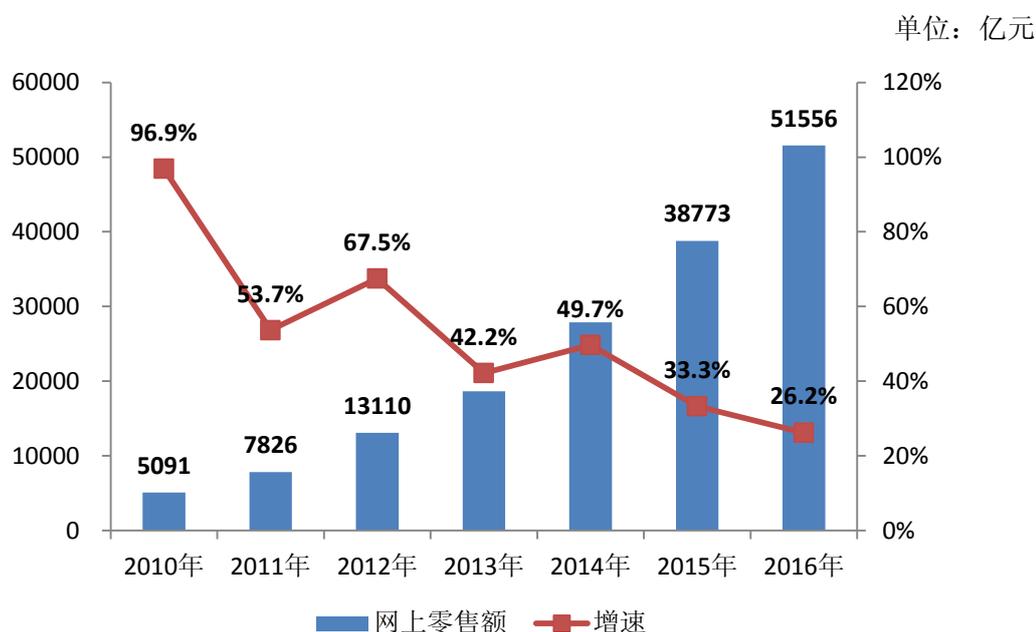
图 6:2014-2016 年主要实体零售业态增长情况

2.网络零售发展趋于成熟

近年来我国网络零售进入平稳增长成熟阶段，增长速度缓中趋稳，网络零售企业之间竞争从增量扩张转入存量开发，发展质量、服务水平和购物体验全面提高。

根据国家统计局数据，2016 年我国网上零售额达 51556 亿元，同比增长 26.2%，增速比上年降低 7.1 个百分点，降幅比上年收窄 9.3 个百分点。其中，实物商品网上零售额为 41944 亿元，增长 25.6%，增速比上年降低 6 个百分点；实物商品网上零售额

占社会消费品零售总额的比重达 12.6%，比上年扩大 1.8 个百分点。



数据来源：国家统计局、中国互联网络信息中心

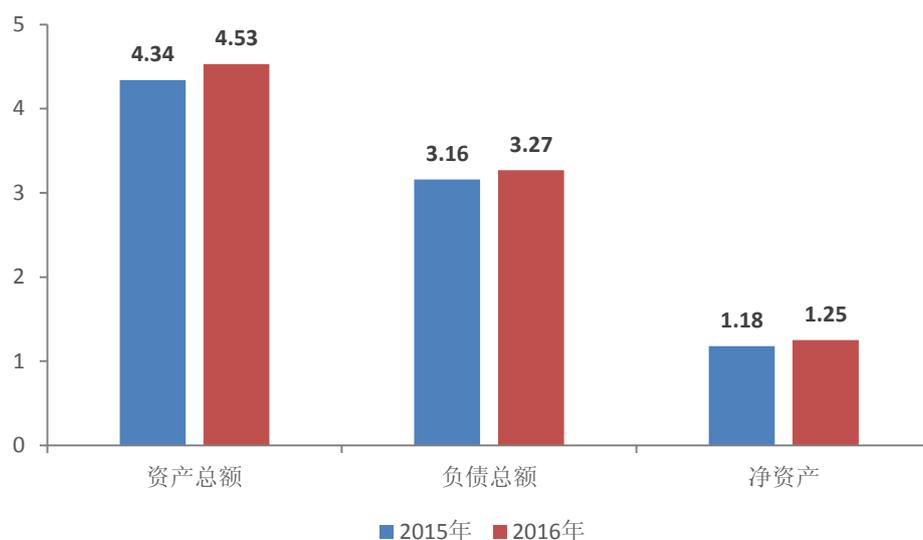
图 7：2010-2016 年网络零售交易额增长情况

(三) 企业经营效益

1. 整体债务水平略有下降

零售企业整体资产负债率小幅下降。据商务部典型零售企业统计数据测算，截至 2016 年底，零售业限额以上大中型法人企业，资产总额为 4.53 万亿元，总资产增长率为 4.3%；负债总额为 3.27 万亿元，比上年增长 3.6%；净资产为 1.25 万亿元，比上年增长 6.1%；资产负债率为 72.3%，比上年降低 0.5 个百分点。

单位：万亿元

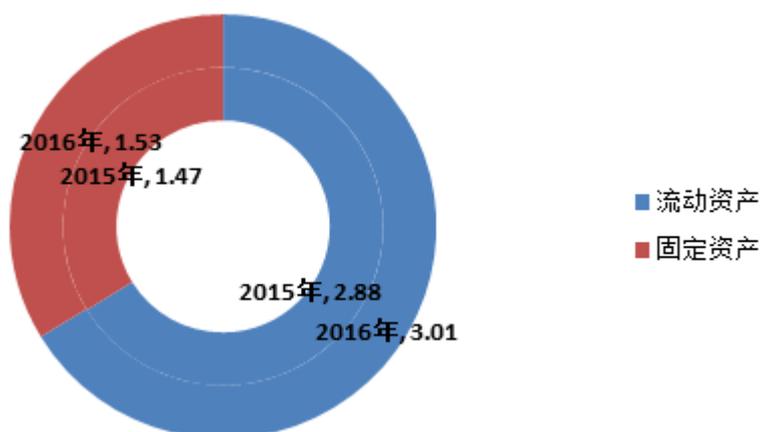


数据来源：商务部

图 8:2015-2016 年零售业限上大中型企业资产负债情况

资产结构得到优化，流动性略有提升。据商务部典型零售企业统计数据测算，2016 年底零售业限额以上大中型法人企业，流动资产为 3.01 万亿元，同比增长 4.8%，占资产总额比重为 66.6%，比上年同期增加 0.4 个百分点；固定资产为 1.53 万亿元，同比增长 4.1%，占资产总额比重为 33.4%。

单位：万亿元



数据来源：商务部

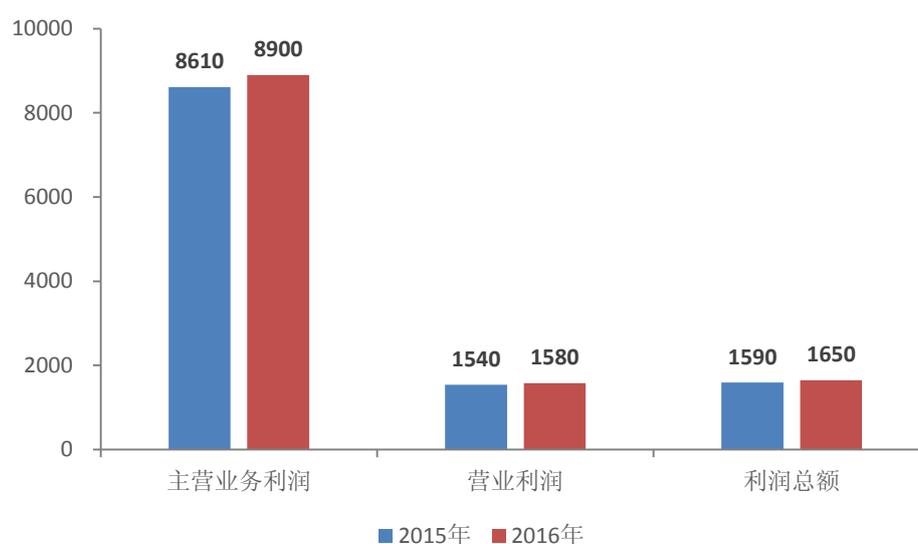
图 9: 2015-2016 年零售业限上大中型企业资产构成情况

2. 盈利能力基本保持稳定

2016年，零售企业利润规模小幅上涨，利润总额增速快于主营业务利润和营业利润，营业利润在利润总额中的比重略有下降，盈利能力基本保持稳定。

据商务部典型零售企业统计数据测算，2016年零售业限额以上大中型法人企业主营业务利润为8900亿元，比上年增长3.4%；营业利润为1580亿元，比上年增长2.6%；利润总额为1650亿元，比上年增长3.8%。营业利润在利润总额中的比重为95.8%，比上年降低1.1个百分点。

单位：亿元

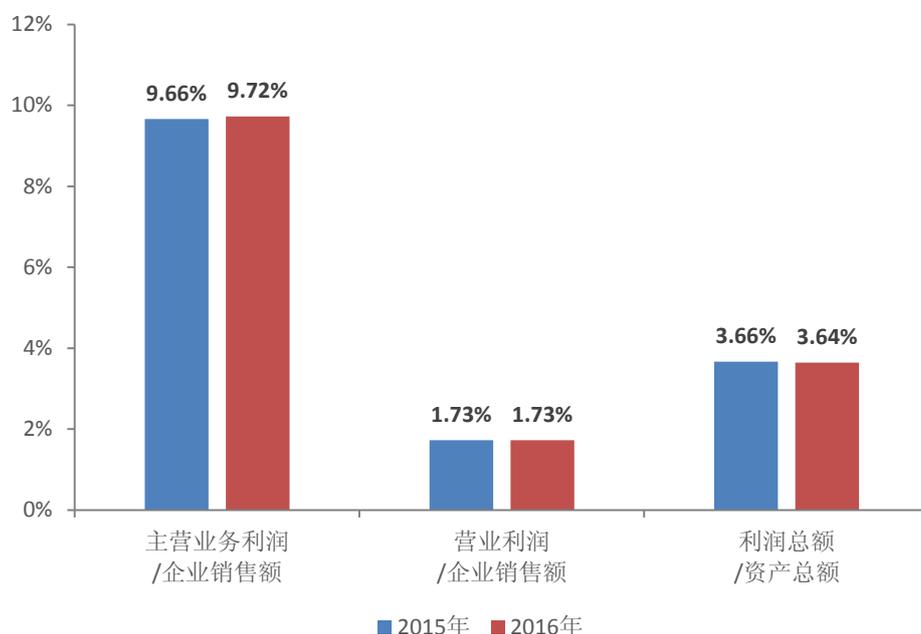


数据来源：商务部

图 10：2015-2016 年零售业限上大中型企业利润规模情况

主营业务利润与企业销售额的比率为 9.72%，每 100 元企业销售额带来的主营业务利润为 9.72 元，比上年提高 0.06 元；营业利润与企业销售额的比率为 1.73%，每 100 元企业销售额带来的营业利润为 1.73 元，与上年持平；利润总额与年末资产总额

的比率为 3.64%，每 100 元资产创造的利润额为 3.64 元，比上年微降 0.02 元。



数据来源：商务部

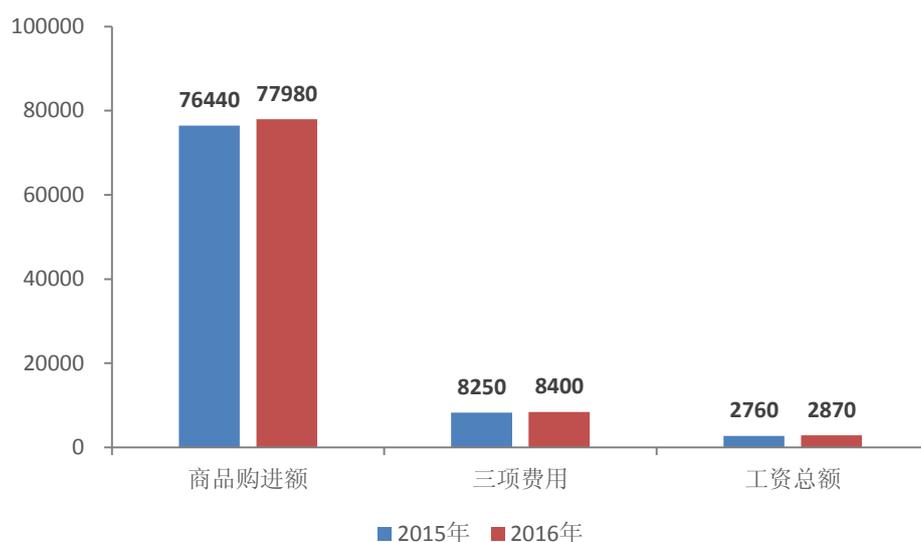
图 11：2015-2016 年零售业限上大中型企业盈利能力情况

3.企业人工成本上涨较快

2016 年，国家出台一系列降成本举措，零售企业成本水平总体平稳，商品采购成本、三项费用增速低于同期销售额，人工成本上涨较快，增速高于同期销售额。

据商务部典型零售企业统计数据测算，2016 年零售业限额以上大中型法人企业，商品采购成本为 77980 亿元，比上年增长 2%，增速比企业销售额低 0.7 个百分点；营业费用、管理费用、财务费用合计为 8400 亿元，比上年增长 1.8%，增速比企业销售额低 0.9 个百分点；工资总额为 2870 亿元，比上年增长 4%，增速比企业销售额高 1.3 个百分点。

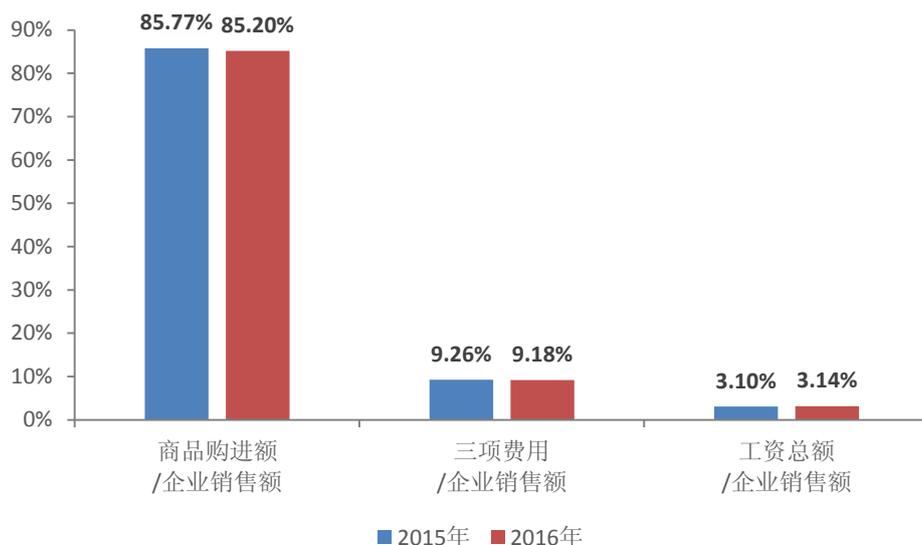
单位：亿元



数据来源：商务部

图 12：2015-2016 年零售业限上大中型企业成本费用规模情况

商品购进额与企业销售额的比率为 85.2%，每 100 元企业销售额中包含的商品采购成本为 85.2 元，比上年降低 0.57 元；三项费用与企业销售额的比率为 9.18%，每 100 元企业销售额中包含的营业费用、管理费用、财务费用合计为 9.18 元，比上年降低 0.08 元；工资总额与企业销售额的比率为 3.14%，每 100 元企业销售额中包含的人工成本为 3.14 元，比上年提高 0.04 元。



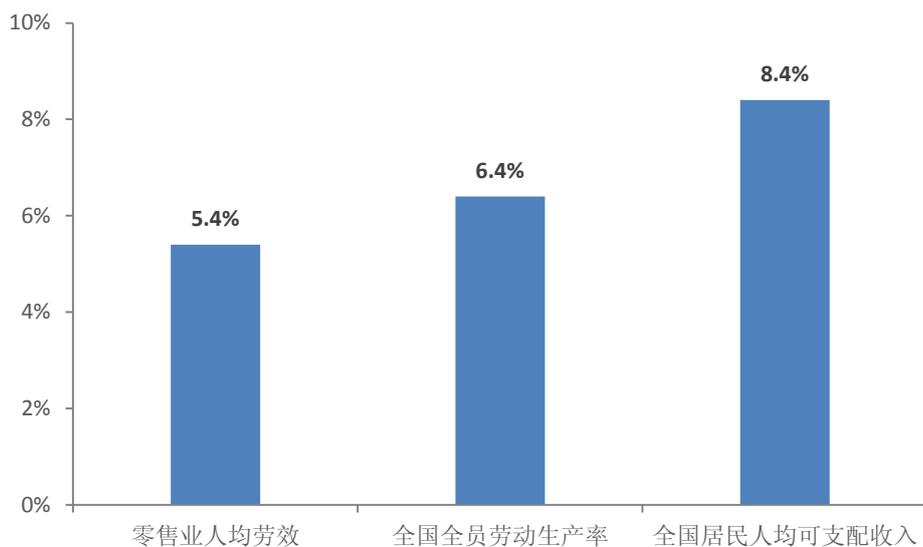
数据来源：商务部

图 13：2015-2016 年零售业限上大中型企业成本费用相对水平

4. 行业劳动效率小幅提升

2016 年零售行业劳动效率实现正增长，但增幅不及全国全员劳动生产率和全国居民人均可支配收入，零售行业人员效率仍有较大提升空间。

据国家统计局数据计算，2016 年零售业人均劳效（商品零售额与零售业全部从业人员的比率）为 51.9 万元/人，比上年增长 5.4%，增速比同期全国全员劳动生产率低 1 个百分点，比同期全国居民人均可支配收入低 3 个百分点。



数据来源：国家统计局

图 14：2016 年零售业人均劳效及相关指标增长情况

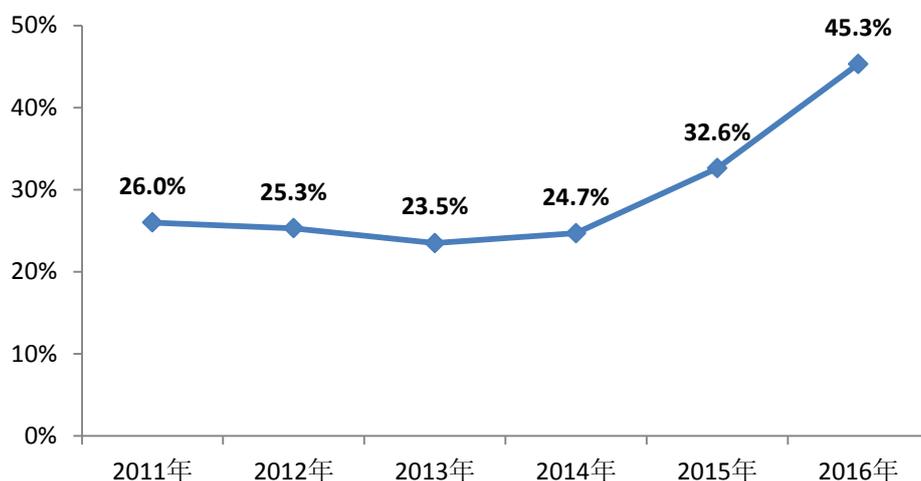
（四）行业转型升级

1. 实体店数字化程度提高

随着更多零售企业将互联网技术应用于日常运营，供应链各环节互联网化改造逐步深化。根据中国互联网络信息中心数据，截至 2016 年 12 月，全国企业开展在线销售的比例已经达到 45.3%，比上年提高 12.7 个百分点。零售企业积极提升门店数字化水平，打通线上线下商品、客户、订单信息，更好匹配顾客、商品、场地等零售要素，提升运营效率。2016 年“双 11”期间，在家电、服饰、汽车、家装、美妆等多个行业，天猫上实现线上线下商品通、服务通、会员通的店铺超过 100 万家。天猫帮助家装、生鲜等领域的 6 万家线下门店实现全面电子化，门店可共享线上大数据，更好布局门店开设地点、商品定价、商品展示等。

更多零售企业积极转变经营理念，以用户为核心，整合实体门店、网上商店、第三方平台和移动端等诸多渠道资源，为消费

者提供便捷的消费体验。目前，“线下体验、线上下单”、“线上下单、门店提货”、“门店下单、仓库配送”等新型零售模式不断涌现。



数据来源：中国互联网络信息中心

图 15:2011-2016 年我国企业在线销售开展情况

2.零售商品结构继续升级

伴随居民收入增长、消费水平提高，2016 年我国零售业商品结构继续升级，发展型、享受型商品热销。

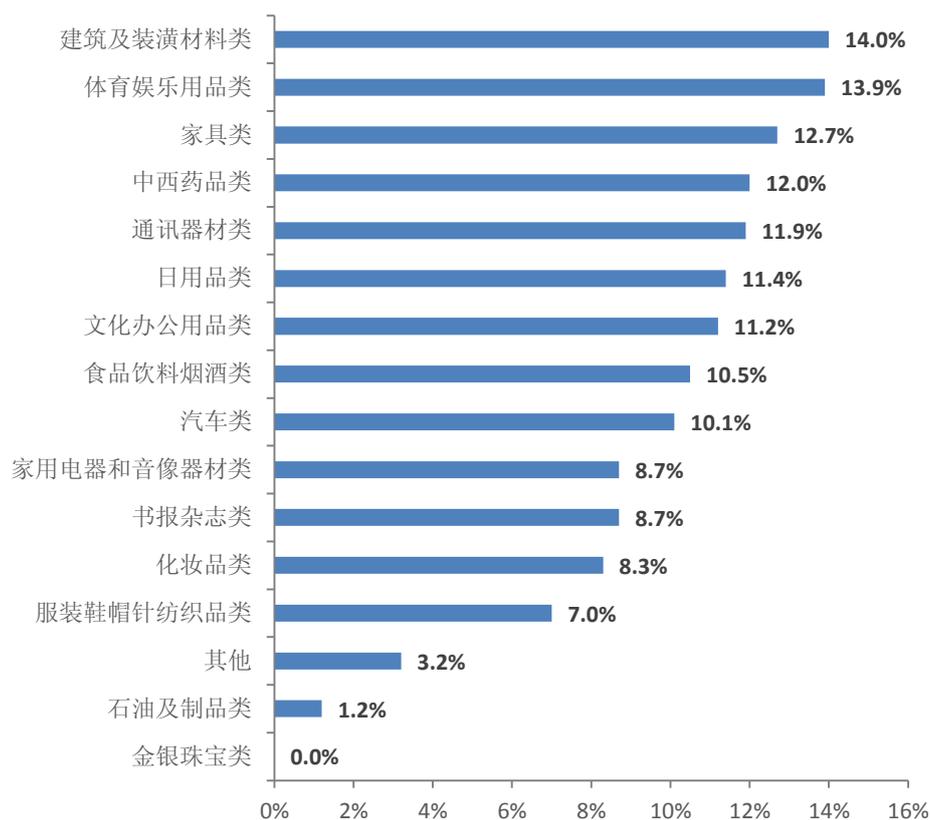
一是居住类商品增长较快。伴随房地产市场回暖，居民改善型住房需求得到释放，带动居住类商品增长。据国家统计局数据，2016 年限额以上企业建筑及装潢材料、家具零售额增速分别为 14.0%、12.7%，分别比限额以上企业商品零售额增速高 5.7 和 4.4 个百分点。

二是健康休闲类商品增长较快。随着健康生活理念逐步普及，居民更加关注生活质量，带动休闲运动、医疗保健类商品增长。据国家统计局数据，2016 年限额以上企业体育娱乐用品、中西

药品零售额增速分别为 13.9%、12.0%，分别比限额以上企业商品零售额增速高 5.6 和 3.7 个百分点。

三是智能型商品增长较快。凭借更好的功能质量和消费体验，智能型商品持续热销，催生消费者升级换代需求。据工信和信息化部数据，2016 年全国智能手机销售量达到 5.2 亿部，同比增长 14.0%；智能手机市场占有率为 93.2%，比上年扩大 4.9 个百分点。2016 年“双 11”阿里零售平台的智能消费占比为 7.4%，比 2012 年提高 5.8 个百分点。

四是绿色环保型产品增长较快。随着居民环保意识增强，绿色、节能、环保商品成为零售市场新增长点。据阿里研究院数据，2016 年“双 11”当天，绿色产品销售额同比增长 40.2%，购买人数同比增长 31.3%，无毒环保水性漆、绿色有机橄榄油和节水节能洗衣机销售额同比分别增长 244%、228%和 126%。



数据来源：国家统计局

图 16：2016 年限额以上企业各类商品零售额增长情况

3. 品牌连锁经营快速发展

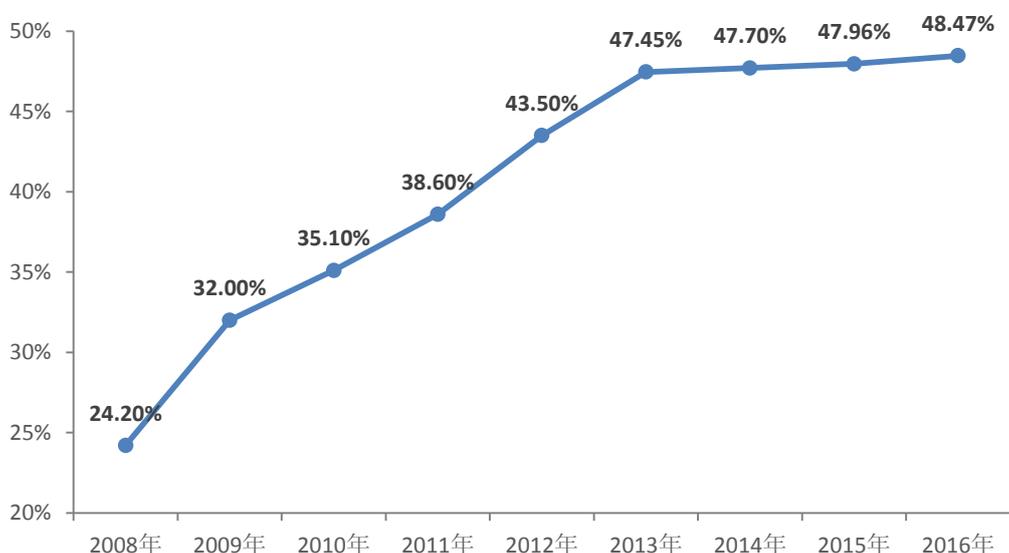
整体连锁水平基本保持稳定。连锁门店总数平稳增长，连锁零售企业商品销售总额稳步提升。据中国连锁经营协会数据，2016 年连锁百强零售企业门店总数达 11.4 万个，同比增长 5.9%；商品销售额为 2.1 万亿元，同比增长 3.5%，占社会消费品零售总额的比重为 6.4%。

连锁品牌化便利店扩张较快。借助网点布局贴近消费者、营业时间长等便利优势，近年来便利店销售保持快速增长，便利店单店营业面积小、选址灵活，有利于其快速扩张。据中国连锁经营协会数据，2016 年我国连锁便利店品牌超过 260 个，门店数

达 9.8 万家，同比增长 9%；销售额达 1334 亿元，同比增长 9%；单店日均销售额达 3714 元，同比增长 4%。

4.支付方式更加多元高效

2016 年，银行卡支付在居民消费中的比重继续提高，覆盖人群不断扩大，同时卡均、笔均消费金额双双下降，银行卡消费支付“小额多次”特征更加明显，支付灵活性增强。据中国人民银行数据，2016 年全国共发生银行卡消费业务 383.29 亿笔，金额 56.50 万亿元，同比分别增长 32.03%和 2.72%，银行卡渗透率达到 48.47%，比上年提高 0.51 个百分点。全国银行卡卡均消费金额为 9593 元，同比下降 5.08%；笔均消费金额为 1474 元，同比下降 22.17%，降幅比上年增大 10.47 个百分点。



数据来源：中国人民银行

图 17：2008-2016 年居民消费银行卡渗透率增长情况

伴随智能手机的普及，网络支付场景极大丰富，2016 年支付宝、微信等移动支付方式在实体门店迅速普及。根据中国互联网络信息中心最新调查数据，网民在实体店购物结算使用手机支

付的比例高达 50.3%，农村地区使用率也已达到 31.7%。

(五) 行业社会贡献

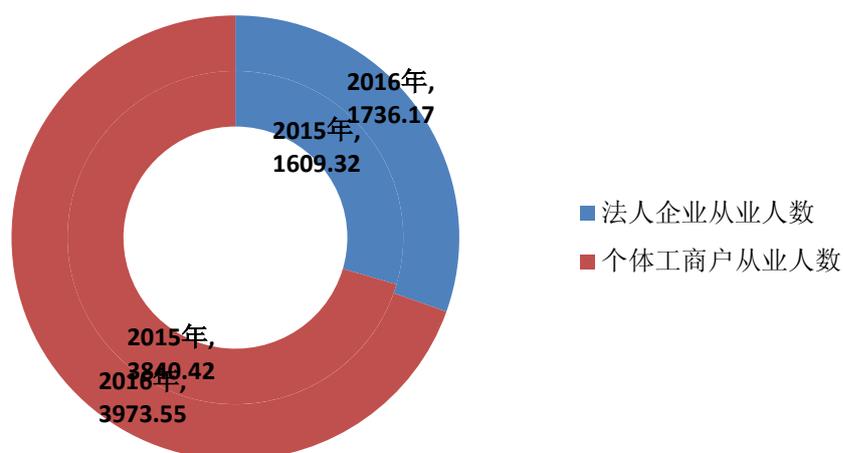
1. 吸纳就业人数稳定增长

零售行业是吸纳社会就业的重要领域，对经济发展和社会稳定发挥重要作用。伴随零售行业法人企业数量快速增长，法人企业单位吸纳就业人数增长较快，占行业从业人员比重有所增加。

据商务部典型零售企业统计数据测算，截至 2016 年底我国零售业从业人员共有 5709.72 万人，比上年同期增长 4.8%。其中，法人企业单位从业人员为 1736.17 万人，同比增长 7.9%，占行业总就业人数比重为 30.4%，比上年增加 0.9 个百分点；个体工商户数量 3973.55 万人，同比增长 3.5%。2016 年零售业就业人数增加 259.98 万人，其中法人企业单位就业人数增加 126.85 万人。

据国家统计局数据，2016 年末全国就业人员共有 77603 万人，据此计算，零售业就业人数占全国总就业人数的比重为 7.4%，比上年提高 0.4 个百分点。

单位：万人



数据来源：商务部

图 18：2015-2016 年零售业吸纳就业情况

2. 应交税金规模小幅下降

“营改增”全面推开以来，零售企业税收负担整体下降，“减税降费”有利于降低企业成本，为行业创新发展“减负松绑”。2016年零售行业缴纳税金同比有所减少，但绝对规模依然较大，对国家财政收入贡献突出。

据商务部典型零售企业统计数据测算，2016年零售行业限额以上大中型法人企业应交税金1660亿元，比上年减少1.2%；限额以上大中型法人企业应交税金与其销售额的比率为1.8%，比上年降低0.1个百分点。

二、行业发展趋势

2016年，面对错综复杂的国内外经济环境，我国经济结构调整加快，供给侧结构性改革初见成效，经济增长新动力不断积聚，国民经济稳中趋缓，稳中向好，居民收入稳步增长，消费升级进程不断加快，市场呈现出“新消费、新零售和新生态”特征。初步预测，2017年，我国全年社会消费品零售总额增速仍将保持在10%左右，比同期GDP增速高出3个百分点；全国商品零售额增长9.8%左右，商品结构将进一步优化；网络零售增速保持领先，预计全年增速在25%左右，远高于百货店、专业店、超市等传统业态。

2016年11月，《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》对外发布，对零售业发展提出了调结构、创发展、促融合等16条意见，为实体零售下一步发展指明了方向，有利于零售行业发展新业态、新模式，进一步降成本、提效率、优服务，更好适应经济社会发展新要求。未来我国零售行业将呈现出以下发展趋势：

（一）构建线上线下融合新格局

近年来，实体店受到网络零售巨大冲击，经营陷入困难，电商企业流量红利消退，发展遇到瓶颈，加之消费诉求发生深刻变化，实体零售与网络电商正逐步从独立、对抗走向融合、协作，深度融合是优势互补、实现共赢的发展方向。阿里巴巴牵手三江购物、银泰百货、百联集团，沃尔玛、永辉超市引入京东，线上

线下企业合作互动频繁，有助于实体零售企业提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势，与线上商流、资金流、信息流融合。据支付宝数据显示，2016年全国有近1000家大型购物中心、5万家超市便利店、55万家餐厅参加了双十二活动。在未来零售市场中，以互联网、物联网、人工智能及大数据等领先技术为驱动，数字化技术将虚拟与现实深度融合，传统零售在物理空间和时间维度上将获得极大延展，消费者不再受区域、时段和店面等因素限制，零售行业终将发展成面向线上线下全客群，提供全渠道、全品类、全时段、全体验的新型零售模式。

（二）多业态跨界协同趋势明显

在居民消费结构不断升级背景下，单纯依靠商品销售的粗放型发展模式已无法适应市场需求，未来的零售行业将继续朝多业态、多领域聚合式、协同化方向转型。新零售时代，零售企业将围绕多样化、个性化的消费需求展开，各类商业综合体将聚合教育、亲子、医疗、健身、旅游、商务等更加多样的服务业态，从以往单纯的购物中心逐渐转型为体验中心，为消费者提供全方位一站式的服务体验。天虹百货逐步开始推动自身转型升级，将旗下门店统一采取主题场景布局，零售、餐饮与娱乐三大板块按照2:1:1的比例布局，为消费者营造出舒适的购物环境，同时也满足了不同消费群体的购物、休闲、娱乐需求；国美逐步对线下门店进行新场景改造，从单一的电器零售商向产品+休闲娱乐的体验式场景化卖场转变，烘焙教室、电竞专区、小美网咖、家庭

家居家装等场景，增加年轻消费群体黏性，培育新的消费需求。此外，超级物种作为永辉致力于“零售+餐饮”的新尝试，预计2017年底全国门店数量将达50家，并将依据消费者需求及商圈匹配度等因素，融合儿童设施、自助洗衣、宠物店等新领域。

（三）社交化场景化模式成主流

互联网时代，以广告为主的单向传播方式效果不断衰减，口碑、信任成为零售品牌得到消费者认可的重要因素。企业利用主流社交平台，开展品牌宣传、会员营销、销售支付等诸多环节服务；通过与消费者、消费群体保持高频互动，提高自身的社交属性，了解消费痛点，填补品牌短板；通过促成不同来源的消费者建立聚类的社交关系，帮助他们实现分享、沟通与讨论，提高消费者对于品牌的社交心理依赖，并凭借消费者的口碑宣传引发群蜂效应。天虹商场在落实门店微信后不仅实现了线下门店的可视化，还结合实体场景、社交关系等逐步打通营销、会员、商品、销售、支付在内的诸多环节；国美 Plus 开创“社交+商务+利益分享”生态圈商业模式，不仅可以满足消费者“吃、穿、购、娱”的基本需求，更能满足他们社交、分享的心理需求。未来的零售企业将不再是纯粹的商品售卖者，而将成为整合资源、打造社交化业务生态、实现多方共赢的市场组织者。据估算2020年我国社交电商商户规模2400万户，市场规模将突破万亿元，未来5年行业将有10倍以上的拓展空间。

（四）重构智能高效供应链体系

作为连接生产与消费的流通环节，传统零售企业对全供应链控制能力较弱，信息传导响应不及时，供需错配导致企业库存高企、周转率低、商品同质化等问题不断加剧。随着信息技术发展和数字化水平提高，重构消费主导、响应及时、快时尚化的供应链，实现产端、渠道和客户一体化的效能提升，将成为我国零售行业转型升级的重要举措。永辉、步步高、大润发均与全球优质源头合作，加快基地建设和产端战略合作，去中间化和品质化，大商集团通过收购澳大利亚格林岩石牧场、德国城堡酿酒厂等上游生产商，引进大量国内稀缺的特色化、品质化商品资源，企业市场竞争力显著提升，年利润较上年大幅提升了 52.3 个百分点。未来，新供应链将实现全链条数字化，从客户、物流、支付、服务等数字一体化，从而实现库存最优乃至零库存；通过数据分析掌握消费需求，以需定产，柔性制造，深耕上游供应链，保障企业的差异化、高端化、定制化战略精准实施，最终实现零售升级。

（五）社区商业进入黄金发展期

宏观经济增速不断放缓，我国实体零售仍将延续平缓发展态势。在场地租金攀升、企业利润下降的大环境下，门店越开越小俨然已成为我国实体零售不可阻挡的发展趋势，便利店、精品超市、社区型购物中心等社区商业将成为零售企业寻求转型升级的重要方向。2016 年 11 月，阿里巴巴入股三江购物，旗下的淘宝便利店先后进驻杭州、上海、宁波。2017 年 2 月，京东集团宣布年内将在全国开设 1 万家家电专卖店；两个月后，京东集团“百

万便利店计划”出炉，预计未来5年将在全国开设超过100万家京东便利店。伴随着我国社区零售整合化、全渠道发展进程逐步加快，投资成本低，成熟周期短的社区零售必将成为支撑行业发展的重要推手。从长期的发展来看，“小而美”的社区化零售业态将更符合新形势下消费市场的客观需求。

三、行业发展问题

（一）传统经营模式亟需变革

互联网环境下，以消费升级为主线的消费理念、消费诉求、消费方式发生深刻变化。消费分层、小众化、个性化特点日益突出，传统零售商业模式一定程度制约零售业持续健康发展。从**零供合作方式**看，我国传统零售业中，仍有部分企业将入场费、联营扣点作为其主要利润来源。零售商引厂进店、出租柜台，不掌握产品终端，不参与销售过程，不直接服务顾客，仅为品牌商提供收银和物业管理等商业服务，自主经营功能衰退，市场敏感度低，是当前零售业经营转型、业态升级缓慢的症结之一。从**竞争方式**看，百货店、超市、购物中心同质化较为严重，千店一面、千店同品现象突出，其中百货业约87%的商品雷同。同质化必然导致过度的价格竞争，零售企业微利经营甚至是无利经营。从**销售模式**看，层层代理制是传统零售行业常用的销售模式，一件产

品从厂家经过层层代理商，再到终端销售店，最后到消费者手中，层层加价导致产品价格虚高，缺乏市场竞争力。

（二）商业网点布局仍待优化

随着我国经济发展和城镇化进程加快，商业网点建设发展迅速。据国家统计局数据，截至 2015 年末限额以上法人零售企业营业面积比 2011 年增长 53.8%，呈现高度竞争的零售市场格局，较大程度满足了城乡居民日益增长的物质文化需要，但商业网点发展不均衡、结构性过剩、配套设施不完善等问题凸显。**从区域结构看**，零售行业发展呈现东强西弱的特点，尤其是连锁等现代商业组织形式发展与东部有很大差距。**从城市内部看**，中心城区商业网点集中，商业体建设过剩，同质化竞争严重，导致企业盈利困难。重庆市五大商圈商业体量超过 400 万平方米，业态老旧，其中观音桥朗晴广场空置率逾 40%。**从业态结构看**，大型百货店、超级市场饱和。据联商网不完全统计，2016 年全国范围百货与购物中心业态关闭 56 家门店，大型超市业态关闭 129 家门店。而“最后一公里”社区商业仍处于初级阶段，以每百万人拥有社区便利店店铺数量统计，日本 388 家，台湾地区 425 家，中国大陆城市平均为 54 家。此外，部分老商业网点配套不完善，周边环境较差、交通路况拥堵、购物空间不佳，均在一定程度影响消费者购物体验，导致客流减少。

（三）成本高企压缩利润空间

近年来国家陆续出台有效措施，流通企业税费成本、融资成本等有所下降，但受制于物流成本高企、房地产价格上涨、人工成本上升等因素，零售企业经营成本压力依然较大。从物流成本看，我国物流行业集中度低，行业信息化、标准化发展滞后，造成中间环节多、周转期长、效率低下等问题，物流成本依然偏高。据中国物流与采购联合会数据，2016 年社会物流总费用与 GDP 比率为 14.9%，比上年下降 1.1 个百分点，但仍比美、日、德等发达国家高出一倍左右，高于全球平均水平约 5 个百分点。特别是冷链物流建设滞后，全国冷藏车人均保有量不足美国的十分之一；农产品最初一公里冷链基础设施不完善，无法第一时间预冷、分级、包装、标准化，导致全国每年农产品损耗超过 3000 亿元。从租金成本看，房地产价格上涨推涨商业地产租金，一线城市表现尤为明显。据赢商网数据，2016 年第三季度，北京市购物中心首层租金指数同比增长 2% 左右，比五年前增长逾两成，其中，中高端购物中心首层租金为 916.2 元/m²/月，环比上涨 0.3%。此外，人工成本、商业用电成本等均是零售企业成本增加的重要因素。

（四）数据驱动应用仍显不足

大数据时代，数据化、智能化逐渐成为零售企业经营决策的重要前提，重建以数据链为核心的经营决策模式，是实现自身转

型和升级的基石。互联网零售企业基于自身优势，已在数据挖掘、数据决策领域取得了显著成效，但我国大部分传统零售企业数据基础较为薄弱，数据管理技术落后，数据思维意识不强，在会员管理、商品管理等方面数据应用依然不足。从数据获取看，我国传统零售企业收集数据方式较为单一，主要是 POS 机数据和历史交易数据，收集交易过程数据能力较弱，消费者行为数据缺失。而实体店收集行为数据的技术并非空白，如沃尔玛在手推车上追加跟踪器，根据推车路径改进货架摆放；银泰、大悦城等大型零售企业通过进店 WiFi、二维码等方式与顾客交互。从数据应用看，传统零售企业数据管理技术较为薄弱，数据细粒度不够，数据标准化、数据孤岛问题尚未解决，不能从海量数据中高效地获取关键机会洞察点，数据应用范围大部分局限于商品品类分析报表，无法满足当前对消费者个性化营销、重塑高效协同供应链等需求。

（五）市场公平秩序尚待改善

近年来，我国在规范市场秩序、建立公平有序的市场竞争环境上取得了显著成效。但部分领域、部分环节还存在不诚信、不规范、不公平的现象。从商品服务看，假冒伪劣、虚假宣传、售后服务等问题依然突出，尤其是电子商务法律法规不完善，监管不到位，涉及网络购物的投诉增长明显。据中国消费者协会数据，2016 年全国消协组织共受理消费者投诉 65.35 万件，同比增长 2.3%；网络购物投诉 24.11 万件，同比增长 65.4%。从信息安全

看，网络购物为消费者带来便捷、高效的购物体验，但个人信息泄露带来的骚扰甚至钱财损失等问题随之而来。中国互联网协会发布的《中国网民权益保护调查报告 2016》指出，2016 年 4.8 亿网购用户中，遭遇个人信息泄露的占 51%，其中 84% 因信息泄露受到骚扰、金钱损失等不良影响，全年因个人信息泄露遭受的经济损失高达 915 亿元。从税收公平看，近年来我国电子商务行业快速发展，但征税管理等方面尚待加强，一些网店经营者钻法律空子，偷税漏税现象增加，一定程度上构成对实体商家的不公平。如工商登记注册企业在线上通过自然人身份开店逃避纳税，或通过线上线下多渠道分流销售额，减少缴纳税额。

四、行业发展环境及政策建议

2017 年是实施“十三五”规划的重要一年，是供给侧结构性改革深化之年，改革红利将逐渐释放，经济质量和效益显著提高。零售业发展的宏观、政策、技术环境继续改善，新兴消费群体正在崛起，但制约零售业转型升级的体制性、机制性问题仍然存在，扩大消费基础有待进一步稳固。

(一) 发展环境

1. 宏观经济形势有所好转

受供给侧结构性改革持续深入和全球经济日益复苏支撑，2016 年国民经济运行缓中趋稳、稳中向好，全年国内生产总值 74.4 万亿元，同比增长 6.7%，实现了“十三五”良好开局，为

消费市场健康发展奠定坚实基础。2017 年一季度，经济增速强劲回升，国内生产总值同比增长 6.9%，增速比去年同期加快 0.2 个百分点，增速创 2015 年四季度以来新高。**消费需求逐步增强。**2017 年一季度全国社会消费品零售总额达 85823 亿元，同比增长 10%，增速比 1-2 月加快 0.5 个百分点；消费对经济增长贡献达到 77.2%，比上年同期加快了 2.2 个百分点。**就业收入明显好转。**2016 年城镇新增就业 334 万人，比去年同期多增 16 万人；市场求人倍率为 1.13，比上年同期略有提高；居民收入实际增长 7.0%，比上年同期加快了 0.5 个百分点。**消费者信心持续好转。**2017 年 3 月份，消费者信心指数和银联中国银行卡消费信心指数分别为 111 和 86.4，创下 2008 年 1 月份和 2013 年 10 月份以来第二高位。

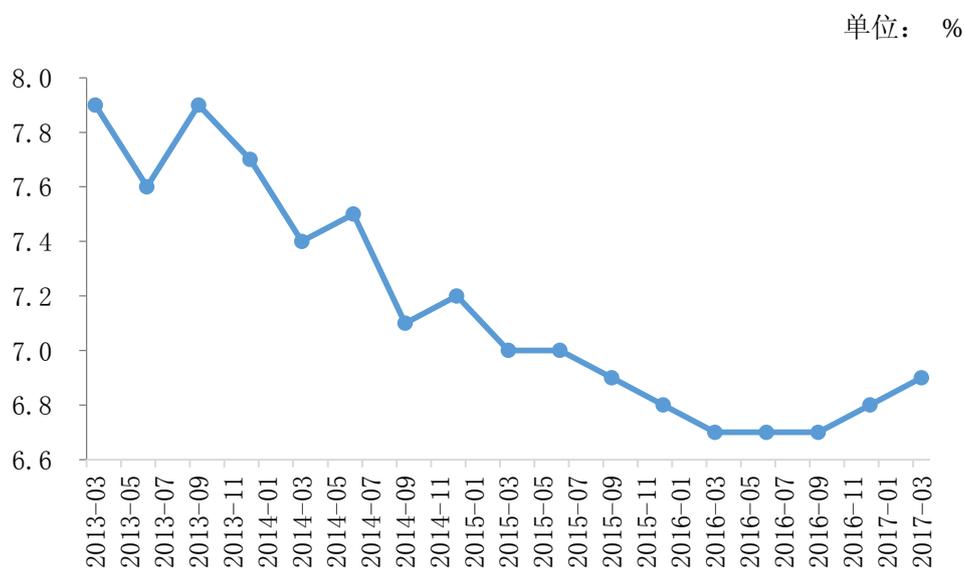


图 19：2013 年一季度以来我国经济增长速度

单位： %

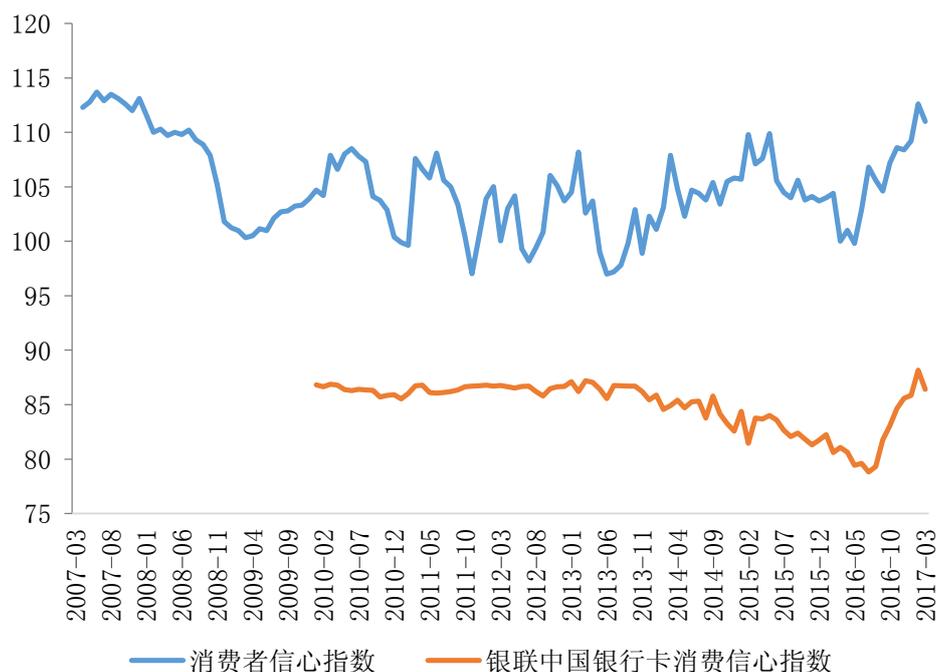


图 20：2007 年初以来我国消费者信心指数走势

2.需求变化推动消费升级

近年来我国消费群体、消费需求和消费习惯均发生深刻变化：**从消费群体看**，据估算，当前我国 80、90 和 00 后约有 5.5 亿人，占总人口的比例为 40%左右，这部分新兴消费群体具有一定社会地位和收入积累，处于买房、结婚、生育黄金时期，接受新事物快、消费观念超前，是新业态、新模式的主要参与者和推动者，担当了我国消费主力军角色。**从消费目的看**，消费者购物不再满足于温饱，越来越追求个人发展、身心健康、感情升华。**从消费内容看**，消费支出从基础生活类商品逐渐向耐用商品、绿色健康商品、智能商品、高端商品转变。**从消费方式看**，越来越多的人习惯网上购物和信用消费。**从消费场景看**，购物地点从实体店转移到任何手机能上网的场所。消费需求变化推动零售企业以消费者为中心加大转型力度，积极调整经营模式和业态布局，实现传

统零售再造。

3.信息技术助力营销优化

当前人口红利和线上流量红利即将用尽，现代信息技术成为推动零售业实现战略变革、模式再造和服务提升的新动力，有助于零售企业顺应个性化、多样化、品质化、智能化消费需求，更有效降成本、提效率。一是有助于精准营销。运用大数据技术分析顾客消费行为和特征，推动零售企业开展精准化、人性化、差异化服务，不但能大大节省营销成本，还能提高反馈率和成交率。二是有助于便利支付。随着移动支付技术日益安全快捷、互联网金融快速发展，传统行业支付渠道向移动端转移。2016 年底，手机网上支付用户规模达到 4.7 亿人，比上年增长 31.2%，渗透率达到 67.5%，比去年提高 9.8 个百分点。三是有助于商品定制。VR 虚拟现实技术快速发展丰富商品定制内涵，解决消费者和实际商品在空间上相分离的问题，有利于增加用户安全感和信任感，消除供需双方信息不对称问题。

4.政策调整指引发展方向

十八大以来，国家从深化流通体制改革、培育消费热点、改善营商环境、推动线上线下融合发展等方面陆续出台了一系列政策文件，旨在培育消费发展新动能、构建扩大消费新机制、创造消费供给新条件、建立消费市场新秩序、降低企业成本。在商务部推动下，2016 年 11 月份《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》对外发布，针对当前零售业发展方式粗放、有效

供给不足、运行效率不高等突出问题，从调整商业结构、创新发展方式、促进跨界融合、优化发展环境、强化政策支持等 5 方面提出了 16 条具体措施，以适应消费需求新变化，进一步降低流通成本、提高流通效率。商务部、中国连锁经营协会联合编制并发布中国购物中心发展指数和中国便利店景气指数，为各地政府和市场主体制定发展规划提供参考。中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国百货商业协会等零售相关协会、机构发挥行业引导作用，组织各业态零售商、服务商、供应商以及业界专家，通过召开零售大会、主题论坛、商务会展等形式，提供信息共享、交流合作、共同发展的平台。

（二）政策建议

1.充分发挥政策引导作用，促进行业协调发展

加强零售业发展的顶层设计，以总量适宜、结构合理为目标，盘活存量与优化增量并重，淘汰落后与培育新动能并举，引导业态雷同、功能重叠、市场饱和度较高的业态有序退出城市核心商圈；进一步推动社区零售发展，拓展便民增值服务，打造一刻钟便民生活服务圈；积极培育世界级消费城市和国际化商圈，完善品牌消费环境，加快培育国产优质品牌；引导企业改变千店一面、千店同品现象，不断调整和优化商品品类，着力加强供给侧改革力度。

2.构建公平有序市场环境，激发市场主体活力

加快立法，加强对对电子商务等新兴领域的法律约束和监管，

促进线上线下公平竞争；加大执法力度，严厉打击制售假冒伪劣商品、侵犯知识产权、不正当竞争、垄断经营、商业欺诈等违法行为；指导和督促电子商务企业加强对网络经营者的资格审查与售后保障；加快建立全国统一征信平台，建立覆盖线上线下企业及相关主体信用信息采集、共享与使用机制，并通过国家企业信用信息公示系统对外公示，健全守信联合激励和失信联合惩戒机制。

3.切实减轻企业税费负担，提振企业内生动力

继续推进简政放权，缩短简化审批流程，清理或下调审批费用，降低企业制度性成本；积极推动“营改增”税收政策贯彻落实，不断提高“营改增”政策的行业适用度，增强科学性和实效性，激发企业和市场内生动力；全面落实工商用电同价政策，鼓励更多的实行峰谷电价地区开展商业用户选择执行行业平均电价或峰谷分时电价试点；落实银行卡刷卡手续费定价机制改革方案，持续优化银行卡受理环境，加大银商合作力度，完善综合服务措施，提升企业账户资金周转效率，构建以大数据为方向的综合金融服务体系。

4.加强财政金融支持力度，缓解企业融资难题

合理使用国家新兴产业创业投资引导基金、中小企业发展基金，鼓励有条件的地方按市场化原则设立投资基金，引导社会资本加大对零售新业态、新模式的投入力度；创新发展供应链融资等融资方式，拓宽企业融资渠道；支持商业银行在风险可控、商

业可持续的前提下发放中长期贷款，促进企业固定资产投资和兼并重组；积极研究通过应收账款、存货、仓单等动产质押融资模式改进和完善小微企业金融服务，通过创业担保贷款积极扶持符合条件的小微企业。

5.推进公共服务体系建设，助力行业高效发展

加强零售业统计监测和运行分析工作，梳理整合各类信息资源，构建起一套反映零售业发展环境的评价指标体系，引导市场主体合理把握发展节奏、科学配置商业资源；推动商务大数据平台建设，促进数据共享，发挥相关协会、专业服务机构作用，为企业创新转型提供技术、管理、咨询、信息等一体化支撑服务；鼓励企业开展多种形式的培训和业务交流，加大专业性技术人才培养力度，推动行业复合型高端人才合理流动，完善多层次零售业人才队伍，提高营销、管理人员的综合创新能力。