

## 2017 年零售百强保持较快增长，实体零售企业回暖趋势持续

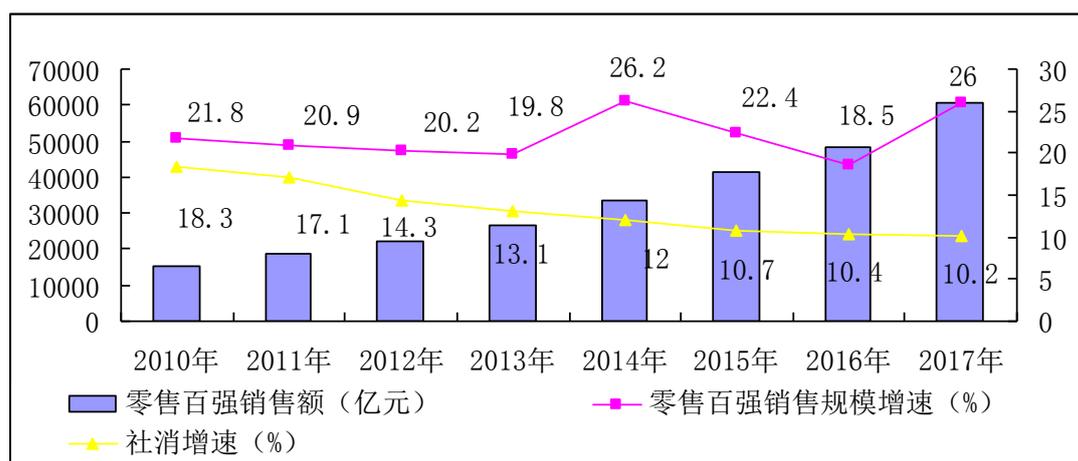
中国商业联合会 中华全国商业信息中心

2017 年，我国消费品市场持续稳定增长，消费对经济增长的基础性作用进一步稳固增强。2017 年全年社会消费品零售总额 366262 亿元，同比增长 10.2%，比上年回落 0.2 个百分点，保持两位数较快增长。2018 年 1-4 月份，社会消费品零售总额 118817 亿元，同比增长 9.7%，相比 2017 年全年放缓 0.5 个百分点。

2017 年，零售业发展环境持续优化，广大零售企业积极主动转型升级、不断加快创新步伐，零售百强继续保持快速增长。2017 年中国零售百强销售规模达到 6.08 万亿元，同比增长 26%，增速较 2016 年上升 7.5 个百分点。其中 7 家电商销售规模达到 3.57 万亿元，同比增速达到 41.2%；6 家“实体+电商”型企业实现了同比 15.5%的增速，零售百强中其余 87 家实体零售企业同比增长 7.5%，增速回暖。

### 一、零售百强规模保持较快增长

根据中国商业联合会、中华全国商业信息中心统计，2017 年我国零售百强企业销售规模达到 6.08 万亿元，同比增长 26%，较去年同期提高 7.5 个百分点，高于社会消费品零售总额增速 15.8 个百分点。

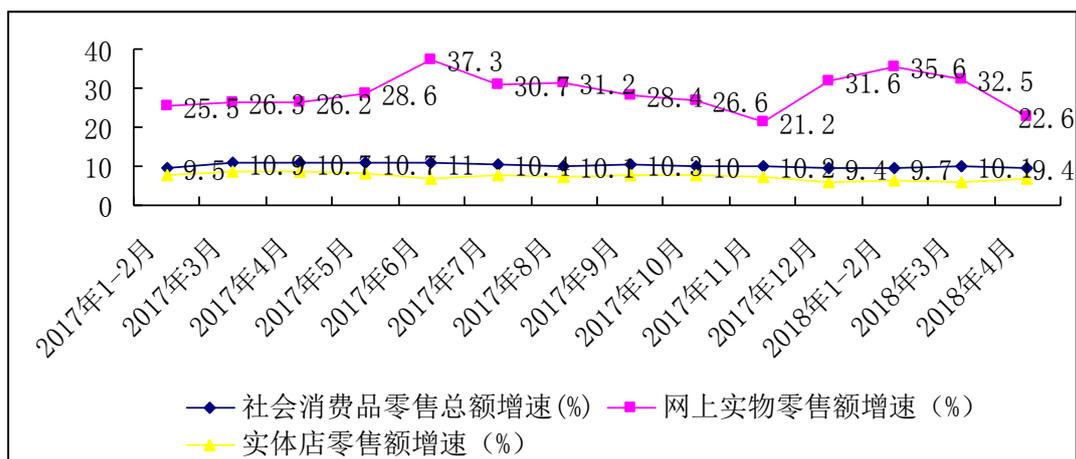


图表 1 2010-2017 年零售百强销售额及同比增速 (%)

## 二、电商保持较快增长，实体零售企业整体回升

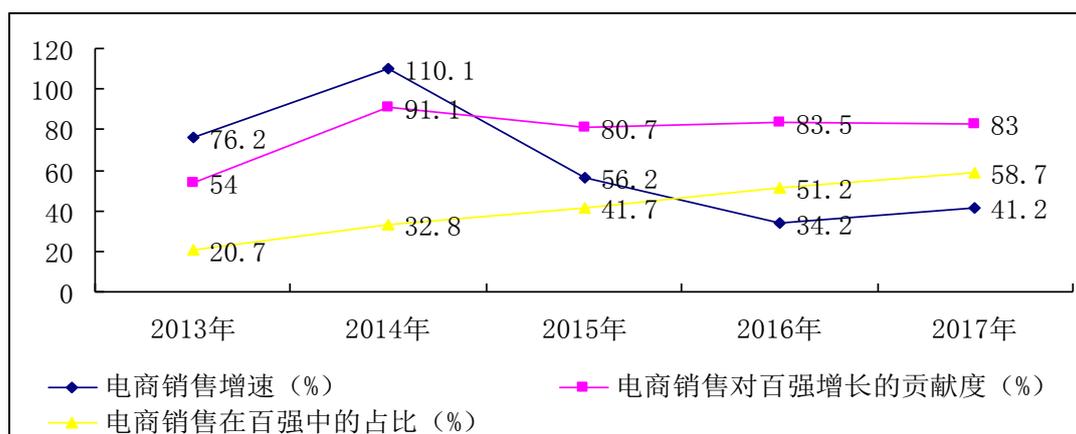
### 1、电商继续保持较快增长

2017 年以来各月网上实物商品零售额月度增速明显高于社会消费品零售总额月度增速及线下实体店零售额增速。



图表 2 社会消费品零售总额、实体店零售额、网上实物零售额同比增速 (%)

百强中 7 家电商同样保持较快增长，且增速相对于上年显著提高。7 家电商的销售规模达到 3.57 万亿元，同比增长 41.2%，增速高于上年 7 个百分点，占百强整体销售的比重为 58.7%，较上年提高 7.5 个百分点。7 家电商对百强零售企业整体销售增长的贡献率为 83%，较上年降低 0.5 个百分点。



图表 3 2013-2017 年电商销售增速、对百强增长的贡献度及占比

图表 4 2017 年零售百强中 7 家电商销售情况

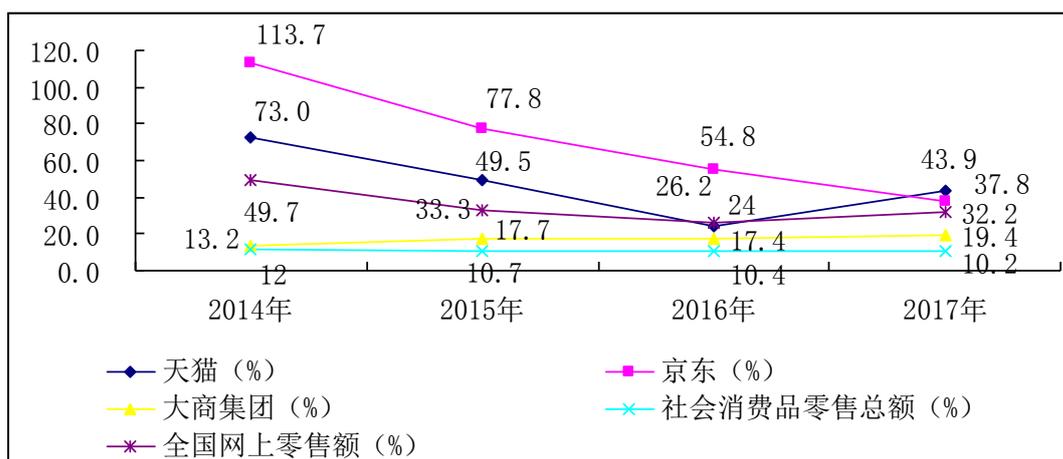
| 企业名称  | 销售额 (亿元) | 占 7 家电商销售额的比重 |
|-------|----------|---------------|
| 天猫    | 21086    | 59.1%         |
| 京东    | 12945    | 36.3%         |
| 唯品会   | 728.7    | 2.0%          |
| 亚马逊中国 | 391.0    | 1.1%          |
| 当当网   | 357.1    | 1.0%          |
| 考拉严选  | 116.7    | 0.3%          |
| 聚美优品  | 58.2     | 0.2%          |

## 2、百强前三甲继续保持快速增长

天猫作为中国最大 B2C 零售平台，2017 年销售规模达到 2.11 万亿元，在百强中排名第一，销售规模同比增长 43.9%，相对于 2016 年销售规模增速大幅提升。2017 年一方面大力发展云计算、物流、导航、人工智能、人工协同等信息技术，一方面积极收购实体零售和服务企业，同时也加快发展自己的实体新零售业态（盒马鲜生、无人货架、天猫小店），完善菜鸟网络，促进线上消费电子和快消品的快速增长；促进线上服装等传统产品销售额的增长。

京东作为中国最大零售商（自营+B2C 平台+实体），2017 年销售规模达到 1.29 万亿，在百强中排名第二，销售规模同比增速达到 37.8%。2017 年京东进一步强化技术驱动发展战略，人工智能（AI）、大数据、云计算、无人机等技术成为京东对外合作赋能的核心。同时，京东也加快向线下实体店的发展，包括收购和开设实体零售店，带有现代信息技术基因的 7 Fresh、无人超市、京东便利店等业态积极推动着无界零售、消费场景智能化的发展。

大商集团作为中国最大实体零售商，2017 年销售规模达到 2808.1 亿元，在百强中排名第三，销售规模同比增长 19.4%。近年来大商集团积极应用现代信息技术，推进供应链向生产端延伸，收购海外企业，打造自有品牌，销售增速连续多年高于实体零售企业平均值。



图表 5 2014 年-2017 年排名前三的企业销售规模增速及社会消费品零售总额和全网零售额增速对比

### 3、“实体+电商”型企业增速提升

2017 年，零售百强中 6 家“实体+电商”型零售企业销售规模为 6415.9 亿元<sup>1</sup>，比去年同期增长 15.5%，增速高于上年 4.3 个百分点，占百强整体销售的比重为 10.5%，6 家企业对百强零售企业整体销售增长的贡献率为 6.9%。

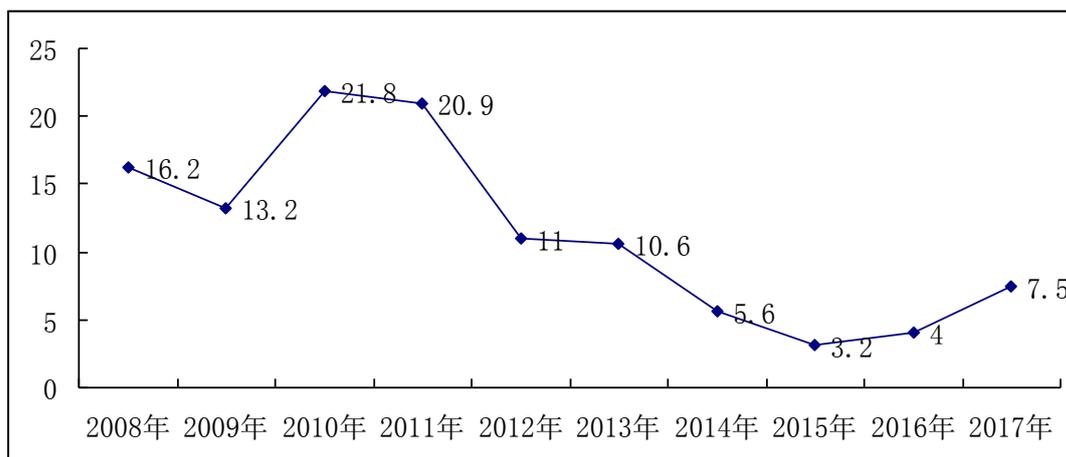
图表 6 2017 年零售百强中 6 家“实体+电商”型企业销售规模

| 序号 | 企业名称            | 销售额 (亿元) |
|----|-----------------|----------|
| 1  | 苏宁云商集团股份有限公司    | 2433.4   |
| 2  | 国美电器有限公司        | 1925.6   |
| 3  | 沃尔玛 (中国) 投资有限公司 | 802.8    |
| 4  | 永辉超市股份有限公司      | 654.0    |
| 5  | 步步高集团           | 370.9    |
| 6  | 银泰商业 (集团) 有限公司  | 229.1    |

### 4、实体零售企业持续回暖

2017 年，零售百强中 87 家实体零售企业销售规模达到 1.87 万亿元，同比增长 7.5%，比 2016 年加快 3.5 个百分点，销售规模占百强整体销售的比重为 30.8%，87 家实体店零售企业对百强零售企业整体销售增长的贡献率为 10.1%。

<sup>1</sup>为保持数据可比性，2017 年选取的 6 家“实体+电商”型企业与 2016 年相同。

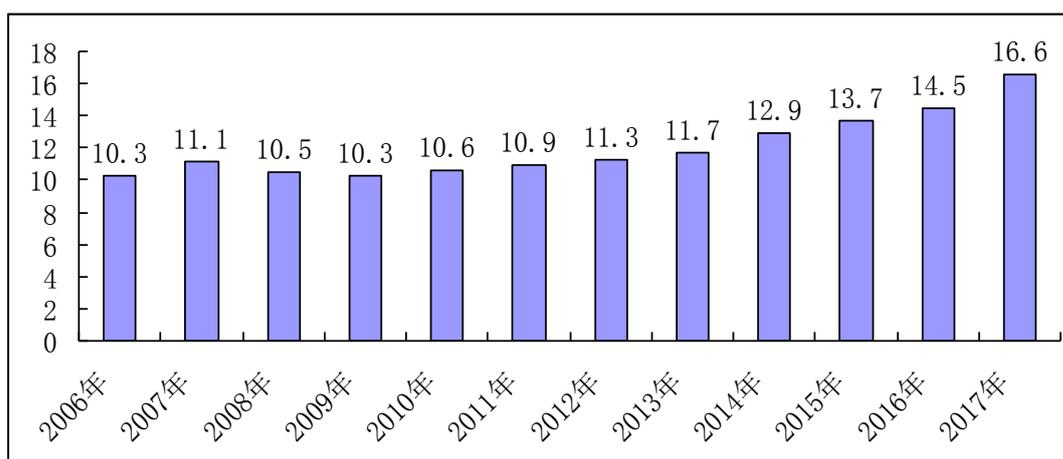


图表7 零售百强中实体零售企业销售规模同比增速 (%)

### 三、零售百强市场集中度进一步提升

#### 1、百强销售占社会消费品零售总额的比重创 2006 年以来最高

2017 年中国零售百强销售规模同比增长 26%，比同期社会消费品零售总额增速高出 15.8 个百分点，销售规模的较快扩张，使得百强销售规模占社会消费品零售总额的比重进一步提升。根据中华全国商业信息中心的统计，2017 年百强销售规模占社会消费品零售总额的比重为 16.6%，比 2016 年提高 2.1 个百分点，创 2006 年以来的最高占比。

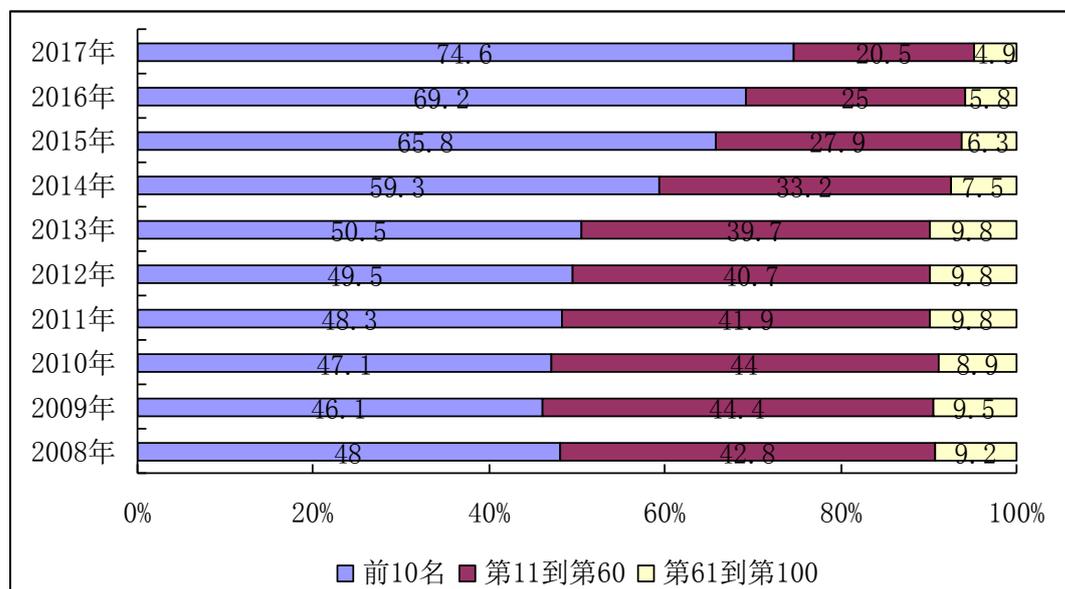


图表8 2006-2017 年零售百强销售规模占社会消费品零售总额的比重 (%)

#### 2、百强前十销售额占比持续提升

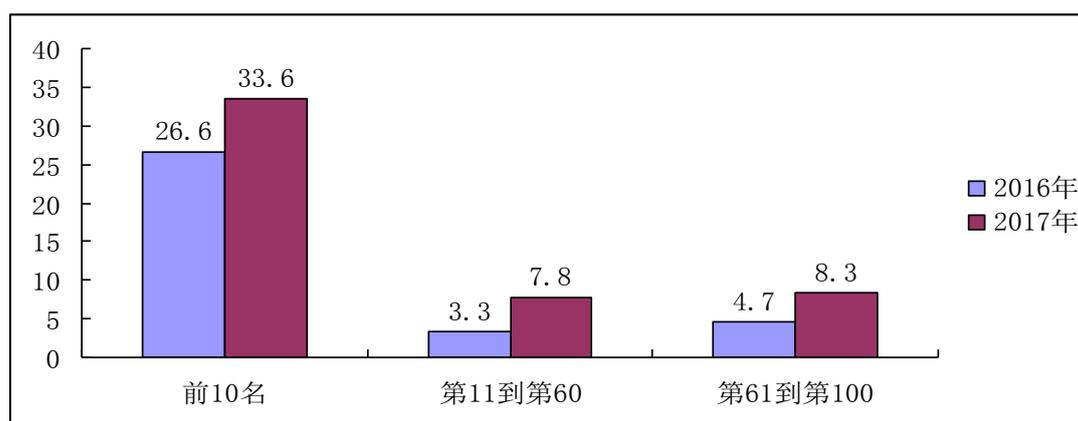
2017 年我国零售百强企业中，前 10 名企业销售规模合计为 45374.0 亿元，

占百强整体销售规模的比重为 74.6%，比 2016 年上升 5.4 个百分点。2017 年第 11 至第 60 位企业销售规模占比为 20.5%，相比 2016 年下降 4.5 个百分点，第 61 至第 100 位企业销售规模占比为 4.9%，相比 2016 年下降 0.9 个百分点。



图表 9 2008-2017 年零售百强企业销售规模所占比重 (%)

从增速对比来看，2017 年前 10 位企业销售规模同比增长 33.6%，比上年同期增长 7.0 个百分点，比百强整体增速高出 7.6 个百分点；第 11 至 60 位企业销售规模增速为 7.8%，比上年同期提高 4.5 个百分点，低于百强整体增速 18.2 个百分点。第 61 至 100 位企业销售规模增速为 8.3%，高于上年同期 3.6 个百分点，低于百强整体增速 17.7 个百分点。

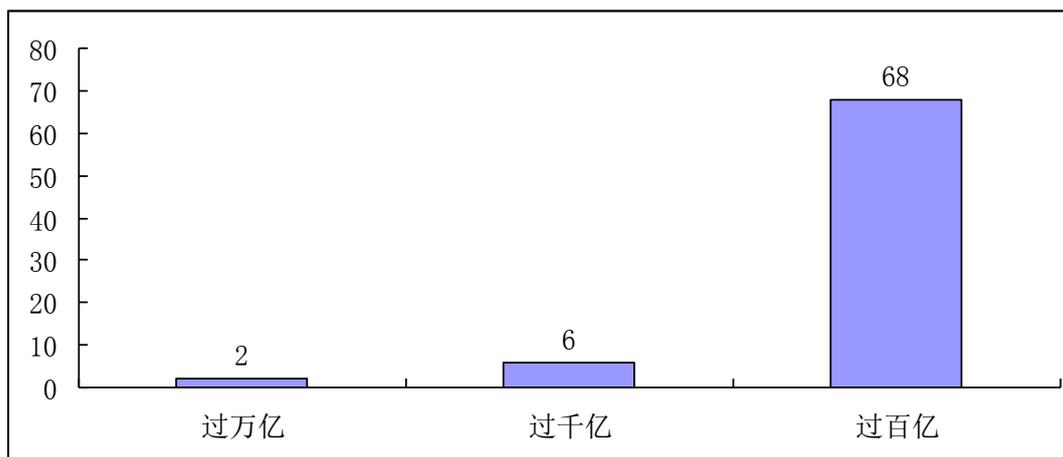


图表 10 2016、2017 年零售百强企业销售规模增速对比 (%)

#### 四、68家企业销售过百亿，百强门槛44.8亿元

##### 1、6家企业销售过千亿，68家企业销售过百亿

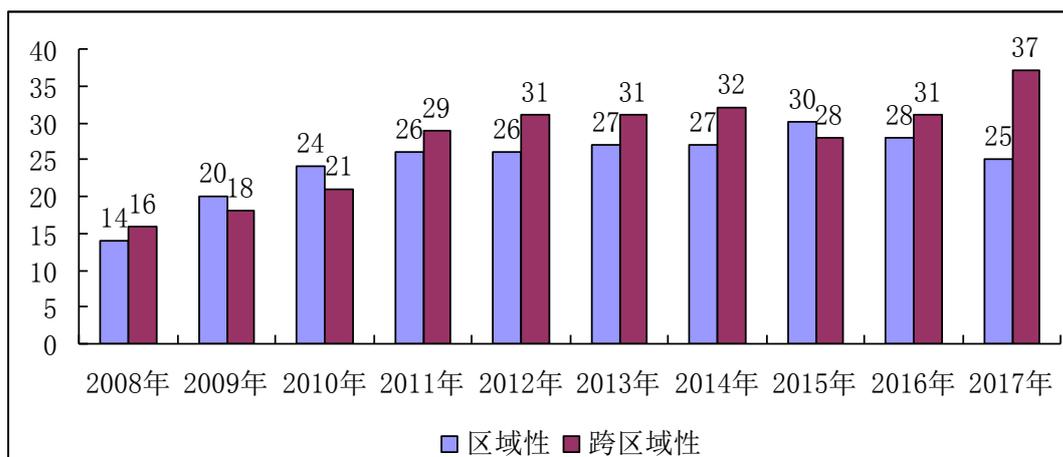
2017年，零售百强中销售规模过千亿的超大型零售企业为6家，过百亿的企业68家。



图表11 2017年零售百强销售规模过万亿、千亿、百亿企业数

##### 2、跨区域经营企业增加

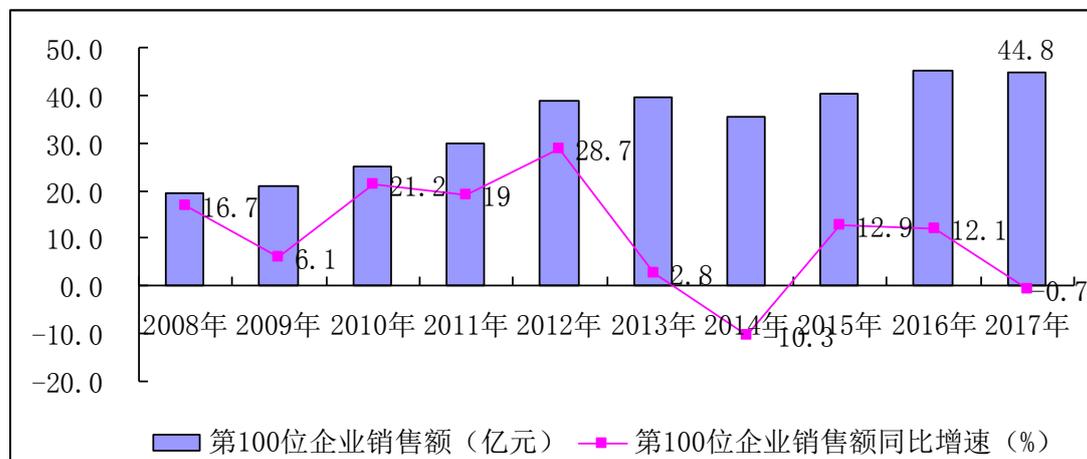
过百亿的68家零售企业，扣除其中6家网上零售企业，剩下的62家实体零售企业，有37家跨区域经营企业，25家区域内经营企业，与2016年相比，跨区域经营企业增加6家，区域内经营企业减少3家。



图表12 2008—2017年百亿级企业中跨区域企业与区域性企业数量（家）

### 3、零售百强入围门槛 44.8 亿

2017 年零售百强入围门槛为 44.8 亿元，比 2016 年下降 0.3 亿元，第 100 位企业销售额比 2016 年第 100 位企业销售额低 0.7%。

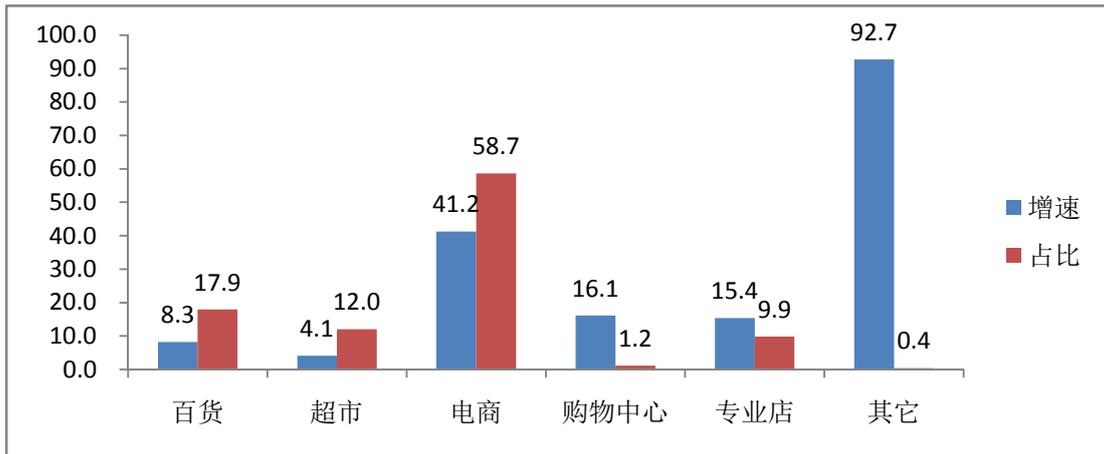


图表 13 2008—2017 年零售百强入围门槛情况

## 五、百货、电商增速大幅提升，超市增速不及同期

### 1、百货、电商增速大幅提升

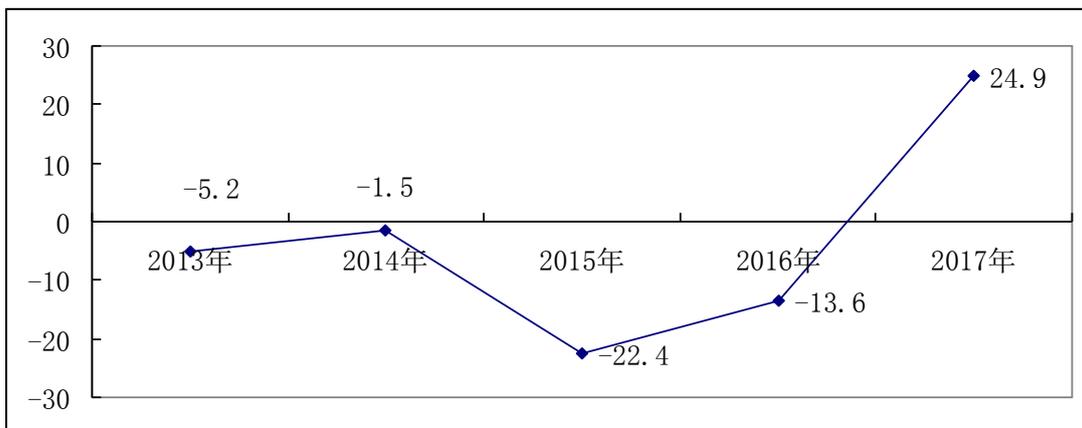
业态以专业店为主的企业有 12 家，销售规模占百强的 9.9%，同比增速为 15.4%，增速较 2016 年上升 2.3 个百分点；业态以百货为主的企业共有 46 家，销售规模占百强的 17.9%，同比增速为 8.3%，比上年加快 5.0 个百分点；业态以超市为主的企业共有 25 家，销售规模占百强的 12.0%，同比增速为 4.1%，比上年同期加快 0.4 个百分点；9 家购物中心销售同比增长 16.1%，增速比去年加快 6.9 个百分点，规模占百强的 1.2%；而 7 家电商的销售增速同比增长 41.2%，增速比去年同期提高 7 个百分点。



图表 14 2017 年零售百强中各业态销售占比及增长速度 (%)

## 2、百强中上市公司净利润增速由负转正

2017 年，上市公司业绩大幅回暖，根据中华全国商业信息中心对上市公司年报的整理，2017 年零售百强企业中 26 家上市公司净利润增长率中位数为 24.9%，增速较 2016 年提高 38.5 个百分点，有 4 家上市公司净利润出现负增长。

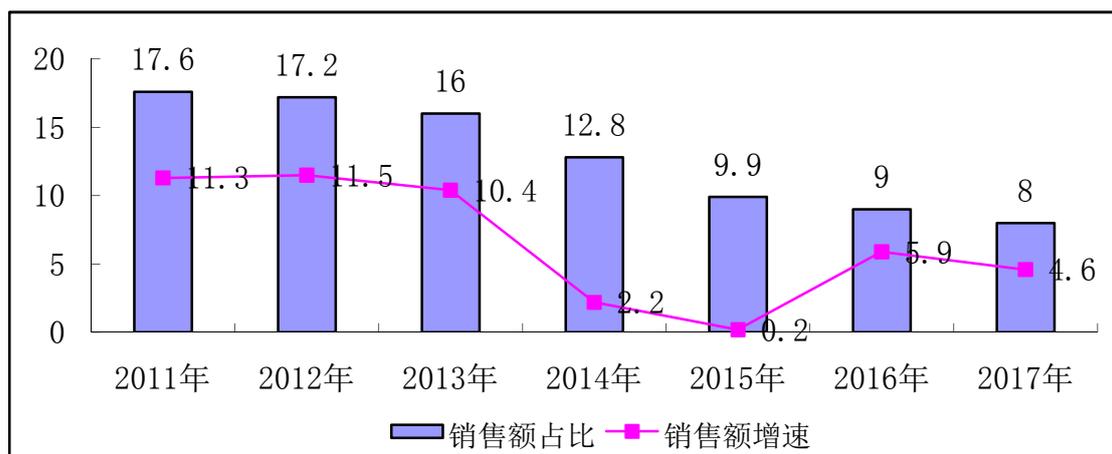


图表 15 2013—2017 年零售上市公司净利润增长率中位数 (%)

## 六、外资零售企业市场份额继续下降，门店调整力度加大

### 1、外资零售企业占百强市场份额继续下降

2017年进入百强的外资零售企业共有21家（非电商），数量比上年增加2家，21家外资零售企业实现销售额4858.18亿元，占百强销售总额的比重为8.0%，较2016年下滑1个百分点，降幅较上年略有扩大。21家外资零售企业销售额同比增长4.6%，增速较2016年放缓1.3个百分点。



图表 16 2011—2017 年零售百强企业中外资零售企业（非电商）销售额占比及增速 (%)

### 2、外资零售企业单店销售额下滑明显

此外，外资零售企业单店销售额下滑明显。根据中华全国商业信息中心统计，21家外资零售企业单店平均销售规模为6089万元，与2016年相比，单店平均销售额下降4.7%，其门店数量则同比增长17.2%。

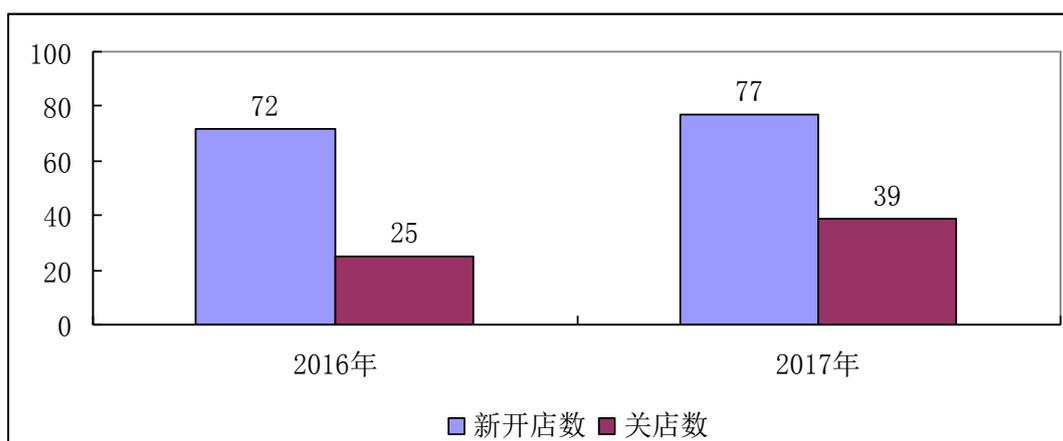
图表 17 2017 年零售百强企业中主要外资企业销售情况

| 序号 | 企业名称              | 销售额 (万元) | 增速 (%) |
|----|-------------------|----------|--------|
| 1  | 康成投资（中国）有限公司（大润发） | 9540000  | 2.3    |
| 2  | 沃尔玛（中国）投资有限公司     | 8027818  | 4.7    |
| 3  | 家乐福中国             | 4979594  | -1.3   |
| 4  | 银泰商业（集团）有限公司      | 2291282  | 7.5    |
| 5  | 郑州丹尼斯百货有限公司       | 2186620  | 5.6    |
| 6  | 锦江麦德龙现购自运有限公司     | 2130000  | 10.4   |
| 7  | 屈臣氏中国             | 1814088  | 4.2    |

|    |                  |         |       |
|----|------------------|---------|-------|
| 8  | 金鹰国际商贸集团（中国）有限公司 | 1797663 | 5.6   |
| 9  | 宜家（中国）投资有限公司     | 1768326 | 16.8  |
| 10 | 茂业国际控股有限公司       | 1748759 | 14.5  |
| 11 | 百盛商业集团有限公司       | 1595380 | -3.9  |
| 12 | 欧尚（中国）投资有限公司     | 1569728 | -13.1 |
| 13 | 永旺（中国）投资有限公司     | 1409300 | 20    |
| 14 | 江苏华地国际控股集团有限公司   | 1341710 | 2.3   |
| 15 | 卜蜂莲花             | 1270000 | -2.3  |
| 16 | 新世界百货中国有限公司      | 1234000 | 7.3   |
| 17 | 迪卡侬（中国）          | 1054000 | 14.6  |
| 18 | 恒隆广场（上海）         | 809000  | 8.59  |
| 19 | 中国全家 FamilyMart  | 802580  | 24.1  |
| 20 | 上海（IFC）国金中心      | 700000  | 16.67 |
| 21 | 成都伊藤洋华堂有限公司      | 512000  | 7.8   |

### 3、主要外资零售企业门店调整力度加大

根据主要外资零售巨头公布的数据，2017年7个主要外资零售企业新开店数合计77家，较上年增加5家，关店数39家，较上年增加14家。



图表 18 2016、2017 年主要外资零售企业新开店数和关店数（家）

开店方面，沃尔玛、卜蜂莲花和永旺 2017 年新开门店数多于 2016 年，其他外资零售巨头新开店数均少于 2016 年。其中，欧尚 2017 年新开门店数仅 1

家，大润发 2017 年新开门店数相比 2016 年减少了 7 家，是新开门店数下滑最快的外资企业。

关店方面，除大润发和卜蜂莲花外，其他外资零售巨头 2017 年关店数均高于 2016 年。其中，沃尔玛关闭 24 家门店，较上年增加 11 家，综合新开店情况，沃尔玛 2017 年门店调整力度最大。

表 19 2016、2017 年主要外资零售企业新开店数和关店数（家）

| 零售企业 | 新开店数   |        | 关店数    |        |
|------|--------|--------|--------|--------|
|      | 2016 年 | 2017 年 | 2016 年 | 2017 年 |
| 沃尔玛  | 21     | 27     | 13     | 24     |
| 大润发  | 26     | 19     | 1      | 1      |
| 家乐福  | 6      | 3      | 5      | 6      |
| 卜蜂莲花 | 2      | 12     | 4      | 0      |
| 麦德龙  | 9      | 6      | 0      | 1      |
| 欧尚   | 5      | 1      | 1      | 2      |
| 永旺   | 3      | 9      | 1      | 5      |

## 七、我国零售业发展趋势

### 1、创新推动零售业更高质量发展

创新是第一驱动力，对于消费品市场，习总书记指出：我国“模仿型排浪式消费阶段基本结束，消费拉开档次，个性化、多样化消费渐成主流，通过创新供给激活需求的重要性显著上升。”（2014 年 12 月 9 日，习总书记在中央经济工作会议上的讲话）。零售业的创新，关键是大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术的创新，业态和模式的创新，商品和服务的创新。通过信息技术的创新，可以降低物流成本、经营成本、管理成本，提高效率、提高竞争能力；通过技术的创新，可以有力推动业态和模式的创新；通过业态和模式的创新，可以更好地满足消费者多样化、多层次化、多方面化和个性化的需求；通过商品和服务的创新，可以刺激潜在消费，提高边际消费率、扩大消费。

在过去我国模仿型排浪式消费的环境下，业态“标准化”、“模版式”发

展是我国零售业发展的一个显著特征。在目前及今后消费拉开档次，个性化、多样化消费渐成主流的新环境下，“模版式”发展已不能适新形式、满足新消费，必需加快新技术、新业态、新模式创新。首先，要解决消费者追求差异化的商品与服务 and 零售商提供标准化、模版式经营之间的矛盾问题；其次，零售商要掌握商品的定价权，要拥有自己独特的商品，以取得市场上的优势。在新业态、新模式创新方面，中小零售企业是创新的主体、生力军，国家在政策上也要重视占市场主体 90% 以上的中小零售企业的创新，通过全行业的积极主动创新推动我国零售业更高质量发展。

## **2、加快提升商品品质**

零售业之所以称之为零售业，是其对实物商品的零售。虽然目前及今后，一些零售业态加快和“文旅体健康养”等产业融合经营，但不能缺少实物商品的零售，没有实物商品的零售，也就不能称之为零售业态。这次我国零售业变革的一个重要原因，就是居民日益增长的对高品质商品的需求与我国零售业高品质商品、高性价比商品、创新性商品供给不足的矛盾，因此，我国零售业转型创新的一个重要方向，就是要加快提升商品品质，加大高品质商品、高性价比商品、创新性商品（包括绿色、信息、智能等新理念、新科技、新功用的商品）和的供给。随着我国关税的下调和对外开放力度的加大，我国将迎来进口商品的大新时代，国内外商品价差也将进一步缩小，进口商品也进一步更加丰富，我国居民能将更加方便的购买到海外的高品质商品、高性价比商品、创新性商品高性价比商品，这也将促进我国零售商和国内品牌生产商加速提升产品品质。

## **3、实体零售加快现代信息技术应用**

企业发展的归根结底的核心问题，是赢利问题。习总书记指出：“企业所以叫企业，就是必须赢利”（2015 年 10 月 29 日，习近平在中共十八届五中全会第二次全体会议的讲话）。目前，我国消费品市场已从高速发展转变中速发展时期，我国零售业特别是大型零售企业，2012 年以前平均 20% 左右的高速增长，2017 年，中华全国商业信息中心统计的全国百家大型零售企业零售额仅增长 2.8%，从发展趋势看，我国消费品市场的增长速度是逐步回落的。因此当前及今后，零售企业面临的一个关键问题是在低速增长环境下，如何赢利的问题。

零售企业特别是实体零售企业，要保持赢利，一是降低成本，二是保持销售的稳定增长，这就需要应用现代信息技术来解决。当前世界已进入信息技术革命时代，互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能等现代信息技术快速发展，这些技术我国已走在发展的前列，在网上零售已得到很好很广泛的应用，这些现代信息技术实体零售业的加快应用是必然的发展趋势，是建设高效的供应链，降低成本，增强体验、满足消费者多样化、个性化需求的重要、关键、有效的解决技术手段。

#### **4、零售业加快与“文旅体健养”等产业的深度融合**

当前我国居民消费升级的特征，一是对商品品质需求的提高，二是服务性消费快速增长。零售业应顺应消费趋势，加快与“文旅体健养”等产业的深度融合。一是，购物中心、城市综合体等，加快餐饮、文化、旅游、体育、养老、教育、娱乐等业态的经营，一些便利店、社区商业也加快餐饮、养老等服务性业态的融合经营；二是，一些文化、体育等场所融入相关商品的零售；三是一些旅游景点，加快零售店铺和经营商品的升级；四是，零售业加强与重大文化、体育等重大赛事、活动的联动，加大相关商品的促销；五是，零售业和“文旅体健养”等产业加快共同开发相关商品；六是，一些“文旅体健养”等产业进军零售业。以服务性消费带动商品性消费，以商品性消费促进服务性消费，推动我国零售业、服务业向更高质量发展。

#### **5、实体零售仍是满足多样化、个性化需求的主渠道、主力军**

多样化、多方面化、多层次化、个性化需求是我国未来消费发展的大趋势，且消费需求的变化进一步加快。满足这种需求趋势和变化的特征，就需要渠道、业态模式的多样化、多方面化、多层次化。过去几年，网上平台式零售虽然快速发展，但由于其在满足多样化、个性化、体验化需求以及在促进商品品质、服务品质、诚信水平提高等方面的弱点和局限性，就像过去小商品批发交易市场的快速发展，不能取代零售的主渠道地位一样，网上平台式零售同样不能取代实体零售的主渠道、主力军地位。从一定程度来看，网上平台式零售，是接过了小商品批发交易市场的衣钵，是小商品批发交易市场的翻版，只不过是加上了信息科技的工具，但就其核心内容—商品销售来说，由于平台上众多的零售主体而造成的

管理困难, 以及消费者对其低价格的偏好, 使其发展难以很好地符合国家提升商品品质的政策, 难以很好满足消费者对商品品质提高的需求。而在这次零售业大变中, 零售业变革的一个重要内容就是提升商品品质, 创新业态模式, 来满足消费者对商品品质提升的需求, 来满足市场多样化、多方面化、多层次化、个性化发展大趋势。同时实体零售在增加就业、繁荣城市、促进人文交流等方面也有更大更广更重要的作用和意义, 实体零售将再次进入更高水平的活跃发展期, 仍是促进商品品质提高的重大主流力量, 仍是满足多样化、个性化需求的主渠道、主力军。