

2017年第8期

中国商超行业研究月报

2017年8月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd.



北京银联信科技股份有限公司

Beijing Unbank Technology Co.,Ltd.



目 录

I 宏观经济.....	5
一、本月宏观经济运行及影响	5
(一) 中国制造业经理采购指数.....	5
(二) 工业生产者价格变动情况.....	8
(三) 居民消费价格变动情况.....	9
(四) 社会消费品零售总额情况.....	11
二、财政货币政策	12
(一) 财政政策.....	12
(二) 货币政策.....	14
II 本月关注.....	16
一、永辉半年报出炉：营收增 15.49% 净利增 57.57%.....	16
二、开云集团上半年业绩创历史新高	16
三、亚马逊利润二季度出现大幅下滑	16
四、世纪联华联合火星兔子推进新零售布局	16
五、加码天猫超市 天猫 3 亿美元再投易果生鲜	17
III 本月商超行业运行分析	19
一、卖道打造共享超市模式	19
二、宏图 Brookston 携手华润万家 打造新奇特式“新零售”	19
三、京东伊利签署战略合作协议 双方牵手共同迈向百亿目标	20
IV 行业区域运行动态	22
一、北京华联签约原昆明八中地块	22
二、“BRAVO YH”永辉精致超市长春红旗街万达店隆重开业	24
三、盒马鲜生将进军成都 未来计划开 50 家店	25
四、山东将布局 300 家智慧便利店 提升社区商业功能	25



V 重点企业跟踪	26
一、百丽宣布退市	26
二、新世界百货私有化进入最后阶段	26
三、百货会牵手京东，打造 O2O20 模式助力行业转型	27



图表目录

图表 1: 中国非制造业商务活动指数经季节调整.....	5
图表 2: 中国制造业采购经理指数 (经季节调整)	7
图表 3: 2017 年 6 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	8
图表 4: 2017 年 6 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	8
图表 5: 2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅.....	10
图表 6: 社会消费品零售总额分月同比增长速度.....	11



I 宏观经济

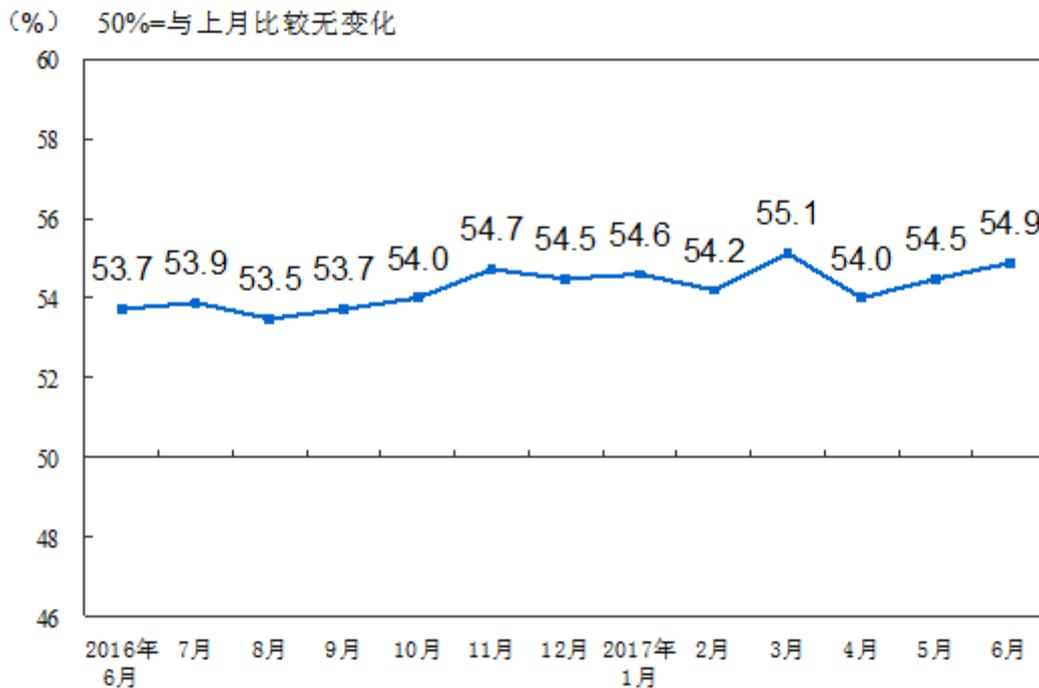
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017年6月中国非制造业商务活动指数为54.9%

2017年6月份，中国非制造业商务活动指数为54.9%，高于5月0.4个百分点，连续两个月上升，非制造业延续稳中有升的扩张态势。

图表 1：中国非制造业商务活动指数经季节调整



数据来源：统计局 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为53.8%，高于5月0.3个百分点，服务业保持增长态势。从行业大类看，航空运输业、邮政业、电信广播电视和卫星传输服务、互联网及软件信息技术服务、货币金融服务、保险业等行业商务活动指数均位于60.0%以上的高位景气区间，业务总量快速增长。餐饮业、资本市场服务、房地产业、居民服务及修理业等行业商务活动指数低于临界点，业务总量有所回



落。建筑业商务活动指数为 61.4%，比 5 月上升 1.0 个百分点，企业生产活动有所加快。

新订单指数为 51.4%，比 5 月上升 0.5 个百分点，持续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速继续加快。分行业看，服务业新订单指数为 50.7%，比 5 月上升 0.4 个百分点，连续两个月位于扩张区间。建筑业新订单指数为 55.4%，比 5 月上升 1.3 个百分点，继续高于临界点。

投入品价格指数为 51.2%，高于 5 月 0.1 个百分点，位于临界点以上，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平涨幅微升。分行业看，服务业投入品价格指数为 49.6%，比 5 月下降 0.2 个百分点。建筑业投入品价格指数为 59.9%，比 5 月上升 1.5 个百分点。

销售价格指数为 49.3%，比 5 月回升 0.5 个百分点，继续位于临界点以下，表明非制造业销售价格总体水平降幅有所收窄。分行业看，服务业销售价格指数为 48.8%，比 5 月回升 0.7 个百分点。建筑业销售价格指数为 52.0%，比 5 月回落 0.9 个百分点。

从业人员指数为 49.6%，虽比 5 月回升 0.6 个百分点，但仍位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少，但收缩幅度收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 49.2%，比 5 月回升 0.8 个百分点。建筑业从业人员指数为 51.9%，比 5 月回落 0.5 个百分点。

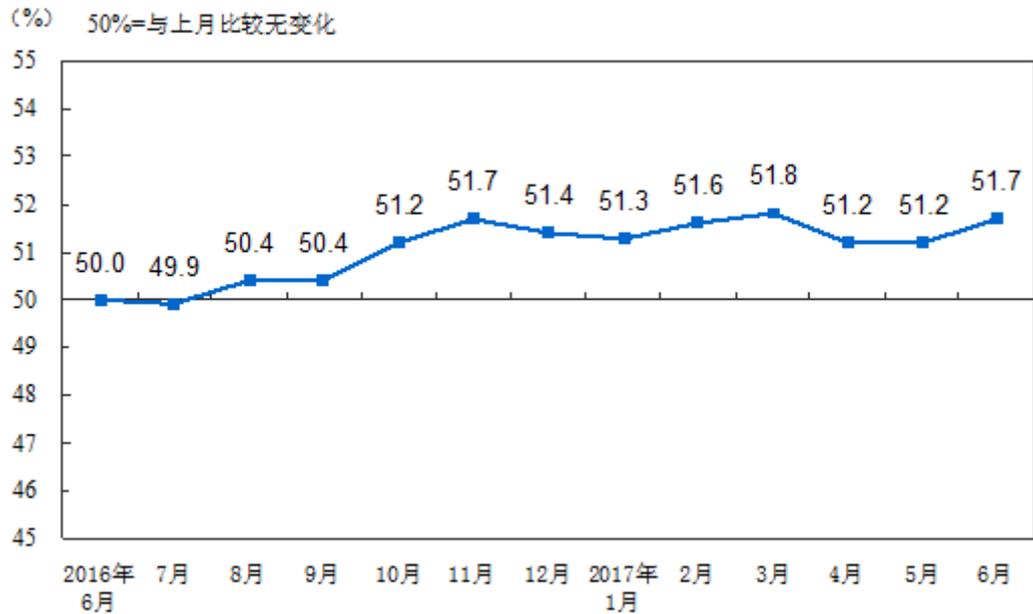
业务活动预期指数为 61.1%，高于 5 月 0.9 个百分点，连续两个月位于高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.0%，比 5 月上升 0.8 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 67.6%，比 5 月上升 1.8 个百分点。

2. 2017 年 6 月中国制造业采购经理指数为 51.7%

2017 年 6 月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为 51.7%，比 5 月上升 0.5 个百分点，制造业扩张步伐有所加快。



图表 2：中国制造业采购经理指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.7%，比 5 月上升 1.5 个百分点，持续高于临界点；中型企业 PMI 为 50.5%，低于 5 月 0.8 个百分点，继续位于扩张区间；小型企业 PMI 为 50.1%，虽比 5 月回落 0.9 个百分点，但仍位于临界点之上。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数和新订单指数高于临界点，原材料库存指数、从业人员指数和供应商配送时间指数低于临界点。

生产指数为 54.4%，高于 5 月 1.0 个百分点，处于扩张区间，表明制造业生产继续保持增长，增速有所加快。

新订单指数为 53.1%，比 5 月上升 0.8 个百分点，位于临界点之上，表明制造业市场需求稳中有升。

原材料库存指数为 48.6%，比 5 月回升 0.1 个百分点，仍位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

从业人员指数为 49.0%，比 5 月回落 0.4 个百分点，持续低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

供应商配送时间指数为 49.9%，比 5 月下降 0.3 个百分点，落至临界点以下，表明制造业原材料供应商交货时间环比略有放缓。

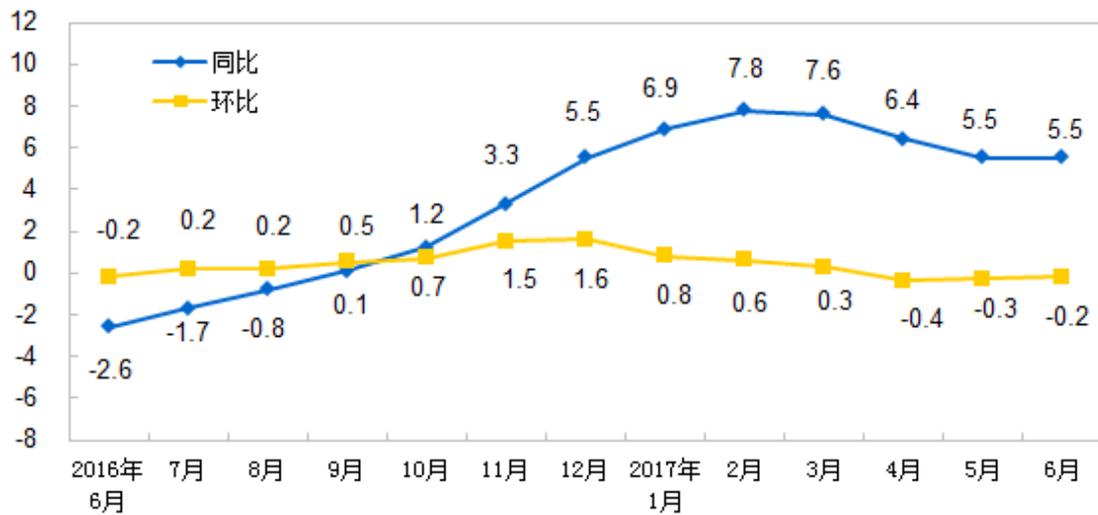


(二) 工业生产者价格变动情况

2017年6月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨5.5%，环比下降0.2%。工业生产者购进价格同比上涨7.3%，环比下降0.4%。上半年，工业生产者出厂价格同比上涨6.6%，工业生产者购进价格同比上涨8.7%。

图表 3：2017年6月工业生产者出厂价格涨跌幅走势

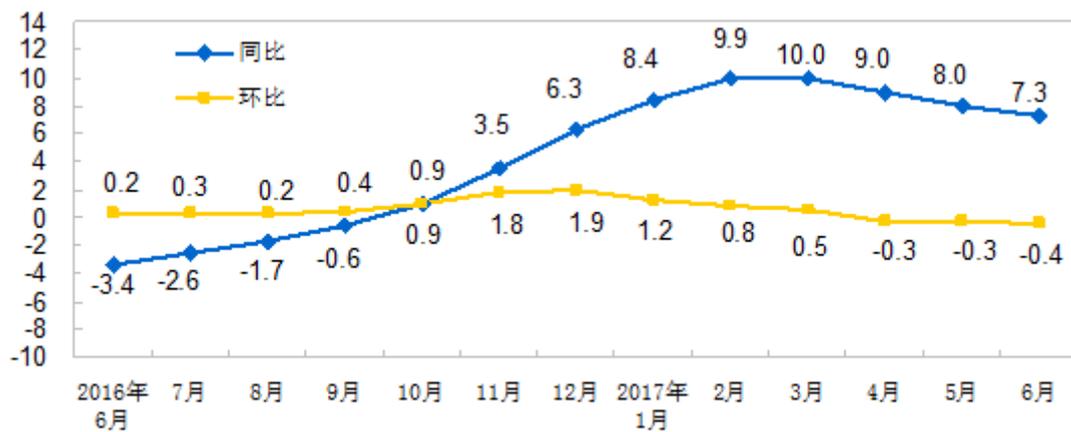
单位：%



数据来源：国家统计局

图表 4：2017年6月工业生产者购进价格涨跌幅走势

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

1、工业生产者价格同比变动情况



工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 7.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 5.4 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.3%，原材料工业价格上涨 10.0%，加工工业价格上涨 5.4%。生活资料价格同比上涨 0.5%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.1%，衣着价格上涨 1.3%，一般日用品价格上涨 1.0%，耐用消费品价格上涨 0.1%。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨 14.1%，黑色金属材料类价格上涨 13.7%，燃料动力类价格上涨 12.5%，建筑材料及非金属类价格上涨 8.6%。

2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比下降 0.2%，

影响工业生产者出厂价格总水平下降约 0.2 个百分点。其中，采掘工业价格下降 1.7%，原材料工业价格下降 0.7%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格环比下降 0.1%。其中，食品和耐用消费品价格均下降 0.2%，衣着和一般日用品价格均持平（涨跌幅度为 0）。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格环比下降 1.2%，黑色金属材料类价格下降 1.1%；建筑材料及非金属类价格上涨 0.5%，有色金属材料及电线类价格上涨 0.3%。

（三）居民消费价格变动情况

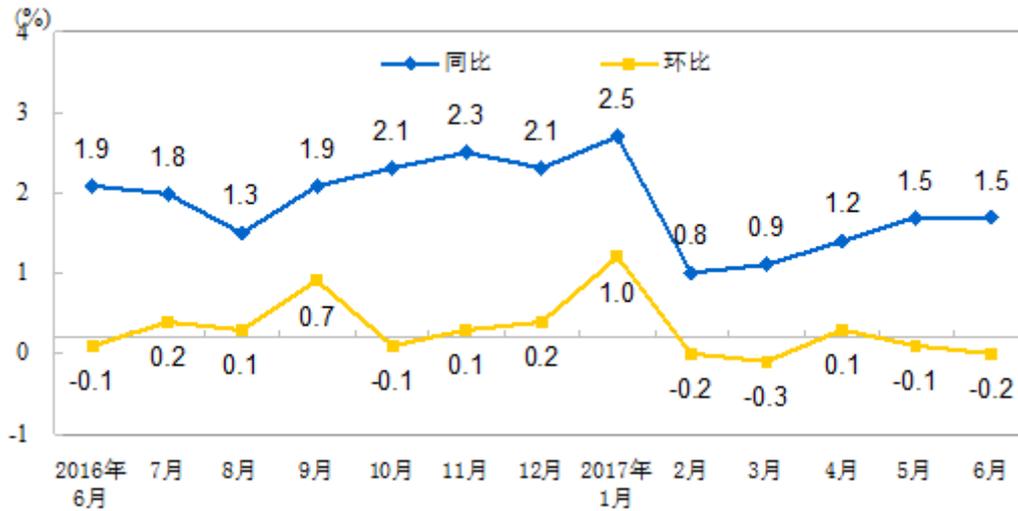
2017 年 6 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.5%。其中，城市上涨 1.7%，农村上涨 1.0%；食品价格下降 1.2%，非食品价格上涨 2.2%；消费品价格上涨 0.6%，服务价格上涨 3.0%。上半年，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.4%。

6 月份，全国居民消费价格环比下降 0.2%。其中，城市下降 0.1%，农村下降 0.2%；食品价格下降 1.0%，非食品价格上涨 0.1%；消费品价格下降 0.4%，服务价格上涨 0.3%。



图表 5：2017 年 6 月全国居民消费价格涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局

1. 各类商品及服务价格同比变动情况

6月份，食品烟酒价格同比下降0.2%，影响CPI下降约0.06个百分点。其中，畜肉类价格下降10.5%，影响CPI下降约0.53个百分点（猪肉价格下降16.7%，影响CPI下降约0.51个百分点）；蛋价格下降9.3%，影响CPI下降约0.05个百分点；鲜果价格上涨9.9%，影响CPI上涨约0.16个百分点；鲜菜价格上涨5.8%，影响CPI上涨约0.12个百分点；水产品价格上涨5.1%，影响CPI上涨约0.09个百分点；粮食价格上涨1.5%，影响CPI上涨约0.03个百分点。

6月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健价格上涨5.7%，其他用品和服务价格上涨2.8%，居住、教育文化和娱乐价格均上涨2.5%，衣着、生活用品及服务、交通和通信价格分别上涨1.4%、1.1%和0.1%。

2. 各类商品及服务价格环比变动情况

6月份，食品烟酒价格环比下降0.7%，影响CPI环比下降约0.19个百分点。其中，鲜果价格下降4.2%，影响CPI下降约0.08个百分点；畜肉类价格下降2.2%，影响CPI下降约0.10个百分点（猪肉价格下降3.4%，影响CPI下降约0.09个百分点）；鲜菜价格下降1.1%，影响CPI下降约0.02个百分点；水产品价格下降0.5%，影响CPI下降约0.01个百分点；蛋价格上涨4.9%，影响CPI上涨约0.02个百分点。



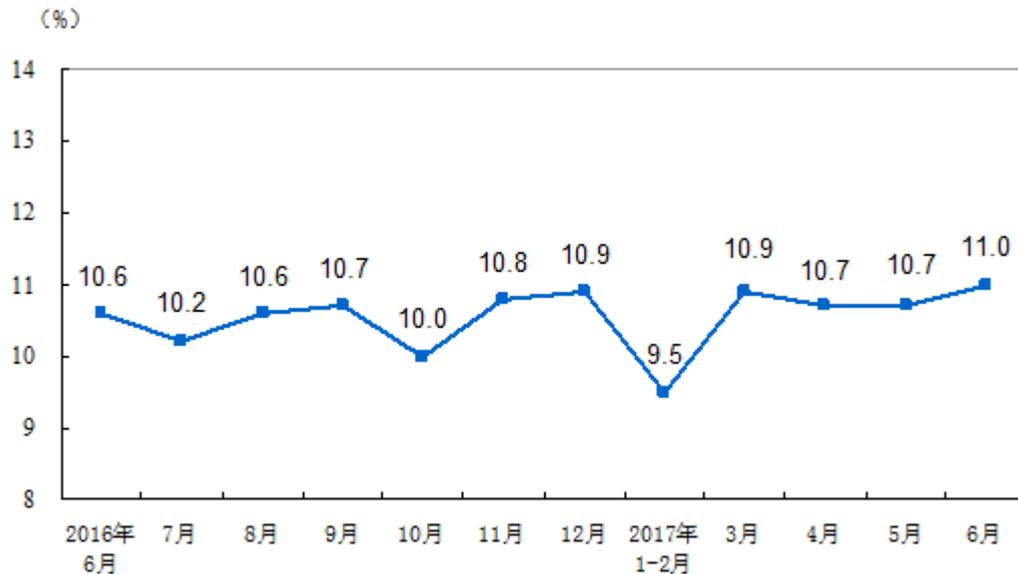
6 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，教育文化和娱乐、医疗保健价格均上涨 0.3%，居住价格上涨 0.2%，生活用品及服务、其他用品和服务价格均上涨 0.1%；交通和通信、衣着价格分别下降 0.3%、0.2%。

（四）社会消费品零售总额情况

2017 年 6 月份，社会消费品零售总额 29808 亿元，同比名义增长 11.0%（扣除价格因素实际增长 10.0%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额 14222 亿元，增长 10.2%。

2017 年 1-6 月份，社会消费品零售总额 172369 亿元，同比增长 10.4%。其中，限额以上单位消费品零售额 76953 亿元，增长 8.7%。

图表 6：社会消费品零售总额分月同比增长速度



数据来源：国家统计局

按经营单位所在地分，6 月份，城镇消费品零售额 25545 亿元，同比增长 10.7%；乡村消费品零售额 4263 亿元，增长 12.9%。1-6 月份，城镇消费品零售额 147786 亿元，同比增长 10.1%；乡村消费品零售额 24583 亿元，增长 12.3%。

按消费类型分，6 月份，餐饮收入 3254 亿元，同比增长 11.9%；商品零售 26554 亿元，增长 10.9%。1-6 月份，餐饮收入 18546 亿元，同比增长 11.2%；商品零售 153822 亿元，增长 10.3%。

在商品零售中，6 月份，限额以上单位商品零售 13406 亿元，同比增长 10.2%。1-6 月份，限额以上单位商品零售 72420 亿元，同比增长 8.8%。



2017年1-6月份，全国网上零售额31073亿元，同比增长33.4%。其中，实物商品网上零售额23747亿元，增长28.6%，占社会消费品零售总额的比重为13.8%；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长25.1%、20.8%和31.8%。

2017年1-6月份，限额以上零售业单位中的超市、百货店、专业店和专卖店零售额同比分别增长6.3%、5.8%、10.0%和7.4%。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1. 一般公共预算收入情况

6月份，全国一般公共预算收入17082亿元，同比增长8.9%。其中，中央一般公共预算收入7568亿元，同比增长10.7%；地方一般公共预算本级收入9514亿元，同比增长7.4%。全国一般公共预算收入中的税收收入13720亿元，同比增长12%；非税收入3362亿元，同比下降2.4%。

1-6月累计，全国一般公共预算收入94306亿元，同比增长9.8%。其中，中央一般公共预算收入43891亿元，同比增长9.6%，为年初预算的55.8%；地方一般公共预算本级收入50415亿元，同比增长10%，为年初代编预算的56%。全国一般公共预算收入中的税收收入80074亿元，同比增长10.9%；非税收入14232亿元，同比增长4.4%。

主要收入项目情况如下：

（1）国内增值税28815亿元，同比增长2.2%。其中，受全面推开营改增试点翘尾减收以及去年同期各地清缴营业税导致的高基数等影响，改征增值税下降19.4%；受相关产品价格上涨、部分行业销售收入快速增长等影响，工业增值税、商业增值税分别增长21.9%、30.4%。

（2）国内消费税5849亿元，同比增长7.1%。

（3）企业所得税21210亿元，同比增长15.6%。主要受企业利润较快增长带动。

（4）个人所得税6753亿元，同比增长18.6%。主要是居民收入增长、财产转让所得增加等带动。



(5) 进口货物增值税、消费税 7701 亿元，同比增长 34%；关税 1458 亿元，同比增长 21.2%。

(6) 出口退税 7141 亿元，同比增长 23.1%。主要是出口增长较快以及上年基数较低。

(7) 城市维护建设税 2187 亿元，同比增长 0.6%。

(8) 车辆购置税 1552 亿元，同比增长 22.8%。

(9) 印花税 1197 亿元，同比增长 1.6%。其中，证券交易印花税 618 亿元，同比下降 8.8%。

(10) 资源税 699 亿元，同比增长 58.2%。主要是部分矿产品价格上涨，以及去年 7 月 1 日起全面推开资源税改革、对绝大多数矿产品实行从价计征带来翘尾增收。

(11) 土地和房地产相关税收中，契税 2564 亿元，同比增长 18.5%；土地增值税 2920 亿元，同比增长 23.9%；房产税 1389 亿元，同比增长 18.8%；耕地占用税 1173 亿元，同比增长 8%；城镇土地使用税 1312 亿元，同比增长 14.2%。

(12) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 436 亿元，同比增长 8.7%。

总体上看，上半年全国财政收入较快增长，是我国经济运行总体平稳、稳中向好的综合反映，也是工业品价格上涨、企业盈利状况改善、进口价量齐升等多重因素共同作用的结果。

2. 一般公共预算支出情况

6 月份，全国一般公共预算支出 27016 亿元，同比增长 19.1%。其中，中央一般公共预算本级支出 3030 亿元，同比增长 10.2%；地方一般公共预算支出 23986 亿元，同比增长 20.3%。

1-6 月累计，全国一般公共预算支出 103483 亿元，同比增长 15.8%。其中，中央一般公共预算本级支出 14196 亿元，同比增长 9.5%；地方一般公共预算支出 89287 亿元，同比增长 16.9%。财政支出进度加快，中央财政支出为年初预算的 48%，地方财政支出为年初代编预算的 54.2%，分别比去年同期进度提高 0.6 个和 4.4 个百分点。

2017 年以来，各级财政部门认真落实党中央、国务院决策部署，实施更加积极有效的财政政策，推进财政资金统筹使用，及时拨付下达财政资金，切实保障各项重点支出需要。从主要支出项目情况看：教育支出 15346 亿元，增长 17.2%；



科学技术支出 2905 亿元，增长 22.7%；文化体育与传媒支出 1272 亿元，增长 10.3%；社会保障和就业支出 14803 亿元，增长 24.6%；医疗卫生与计划生育支出 8623 亿元，增长 18.2%；城乡社区支出 11892 亿元，增长 20.1%；农林水支出 8060 亿元，增长 10%；交通运输支出 5507 亿元，增长 4.4%；住房保障支出 2967 亿元，增长 8.7%；债务付息支出 3075 亿元，增长 31%。

（二）货币政策

1、广义货币增长 9.4%，狭义货币增长 15%

6 月末，广义货币(M2)余额 163.13 万亿元，同比增长 9.4%，增速分别比 5 月末和上年同期低 0.2 个和 2.4 个百分点；狭义货币(M1)余额 51.02 万亿元，同比增长 15%，增速分别比 5 月末和上年同期低 2 个和 9.6 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.7 万亿元，同比增长 6.6%。上半年净回笼现金 1326 亿元。

2、上半年人民币贷款增加 7.97 万亿元，外币贷款增加 469 亿美元

6 月末，本外币贷款余额 120.21 万亿元，同比增长 12.7%。月末人民币贷款余额 114.57 万亿元，同比增长 12.9%，增速与 5 月末持平，比上年同期低 1.4 个百分点。

上半年人民币贷款增加 7.97 万亿元，同比多增 4362 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 3.77 万亿元，其中，短期贷款增加 9527 亿元，中长期贷款增加 2.82 万亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 4.43 万亿元，其中，短期贷款增加 1.64 万亿元，中长期贷款增加 4.21 万亿元，票据融资减少 1.59 万亿元；非银行业金融机构贷款减少 2487 亿元。6 月份，人民币贷款增加 1.54 万亿元，同比多增 1533 亿元。

6 月末，外币贷款余额 8327 亿美元，同比增长 6.1%。上半年外币贷款增加 469 亿美元，同比多增 921 亿美元。6 月份，外币贷款增加 126 亿美元，同比多增 76 亿美元。

3、上半年人民币存款增加 9.07 万亿元，外币存款增加 801 亿美元

6 月末，本外币存款余额 165.04 万亿元，同比增长 9.6%。月末人民币存款余额 159.66 万亿元，同比增长 9.2%，增速与 5 月末持平，比上年同期低 1.7 个百分点。

上半年人民币存款增加 9.07 万亿元，同比少增 1.46 万亿元。其中，住户存款增加 3.94 万亿元，非金融企业存款增加 1.45 万亿元，财政性存款增加 4164



亿元，非银行业金融机构存款增加 1.03 万亿元。6 月份，人民币存款增加 2.64 万亿元，同比多增 1856 亿元。

6 月末，外币存款余额 7931 亿美元，同比增长 20.9%。上半年外币存款增加 801 亿美元，同比多增 513 亿美元。6 月份，外币存款增加 141 亿美元，同比多增 159 亿美元。

4、6 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.94%，质押式债券回购月加权平均利率为 3.03%

上半年银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 359.11 万亿元，日均成交 2.92 万亿元，日均成交比上年同期下降 8.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 14.1%，现券日均成交同比下降 21.9%，质押式回购日均成交同比下降 2.8%。

6 月份同业拆借加权平均利率为 2.94%，分别比 5 月和上年同期高 0.06 个和 0.8 个百分点；质押式回购加权平均利率为 3.03%，分别比 5 月和上年同期高 0.1 个和 0.92 个百分点。

5、国家外汇储备余额 3.06 万亿美元

6 月末，国家外汇储备余额为 3.06 万亿美元。6 月末，人民币汇率为 1 美元兑 6.7744 元人民币。

6、上半年跨境贸易人民币结算业务发生 2.15 万亿元，直接投资人民币结算业务发生 5700 亿元

2017 年上半年，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 1.65 万亿元、5058 亿元、1514 亿元、4186 亿元。



II 本月关注

一、永辉半年报出炉：营收增 15.49% 净利增 57.57%

永辉超市迎来一个营收净利双双大涨的上半年。7月30日，永辉超市发布2017年半年度报告。上半年，永辉超市实现营业总收入283.17亿元，同比增长15.49%；归属于上市公司股东的合并净利润10.55亿元，同比增长57.57%。

二、开云集团上半年业绩创历史新高

2017年上半年，奢侈品集团开云集团（Kering）业绩创造历史新高，其营业额增长30%、净利润猛增77.6%。开云集团旗下各个奢侈品品牌业绩表现优异。2017年上半年，开云集团营业额达到73亿欧元，同比增长28.2%。旗下奢侈品品牌营业额增长29.7%，“运动与生活”业务分支营业额出现16.1%的额外增长。开云集团的可比零售营业额增长34%。

三、亚马逊利润二季度出现大幅下滑

第二财季，美国亚马逊利润大幅下滑，且低于预期，但其营业额增长了25%。

第二财季，亚马逊营业额增长25%，从去年同期的304亿美元（合260亿欧元）增至378亿美元（合323亿欧元），高于预期的372亿美元（合318亿欧元）。

然而，亚马逊的利润未能出现同样的发展状况：利润出现77%的降幅，达到1.97亿美元（合1.684亿欧元），合每股40美分。分析人士已经预见到利润下滑，但预期是从每股1.78美元降至1.41美元。

四、世纪联华联合火星兔子推进新零售布局

近日，杭州世纪联华鲸选未来店联合火星兔子开通“我的收银台”自助结账功能。在此之前，“新零售扫码购神器-火星兔子”已与杭州联华华商集团达成深度合作，在杭州二十余家购物广场店陆续开通了扫码购物体验功能。



刚刚开业的杭州世纪联华鲸选未来店有别于世纪联华传统业态风格，这家店主打差异化，精品化的定位，以文艺又极具时尚气息的“发现精彩，乐享生活”为理念，革新了传统超市门店单一购物结账的模式。门店功能设置别出心裁：门店全面覆盖wifi，超流畅的上网体验，再也无需担心手机网络信号；门店拥有特别定制的堂食档口，荟聚全球美食，从深海帝王蟹到澳洲牛肉。顾客选好的新鲜食材交给随时待命的大厨，厨师现炒现卖，满足你迫不及待的胃；而在门店内最大体验升级则是，整个未来店内，顾客可以随时购买心仪的商品或美食，自助结账，完全不必忍受传统购物的排队结账之苦。

扫码购物模块“我的收银台”是由火星兔子独家提供的传统商超新零售改造方案。火星兔子是国内唯一一家做传统商超存量市场的新零售 App，经过火星兔子改造后的门店，扫码购物操作简单便捷，适合超市大流量人群广泛使用。打开火星兔子 App 后，会自动定位到所在的门店，只需用手机摄像头对着商品出厂条形码进行扫描，便可以一键完成扫码购物支付步骤。最后将已支付条形码给工作人员核验后，便可离开，省去收银台排队烦恼。自火星兔子 App 入驻门店后，DAU 涨幅明显，并在营销环节同时推出杭州地区首单 9 折和丰富的品牌优惠活动，深受顾客喜爱。

火星兔子 app 致力于打造更加个性化的用户体验，更加便捷的购物方式。目前已与万余家商超达成合作意向并上线推广。而本次深度合作的杭州联华华商集团旗下的世纪联华商超连锁，则是国内领先的快消连锁零售，也是首家于联交所上市的中国零售连锁超市公司，是浙江区域最知名的连锁零售品牌之一。浙江世纪联华负责人表示，希望通过与火星兔子的合作，共同把世纪联华打造成浙江乃至全国新零售领域的领先品牌。

五、加码天猫超市 天猫 3 亿美元再投易果生鲜

8 月 3 日，天猫宣布，向国内最大全品类生鲜运营平台易果集团投资 3 亿美元。易果生鲜将与天猫进一步全融合，全面加码天猫超市的发展。借助易果生鲜领先的冷链物流能力，天猫超市将进一步提高生鲜物流配送能力，最终实现优质食材在全国范围内的“朝发夕食”。

作为国内领先的生鲜电商企业，易果生鲜以高服务水平、覆盖全国主要城市的生鲜冷链配送体系，获得消费者的广泛认同。目前，易果生鲜已是全国最大的冷链宅配平台，在北京、上海、广州、杭州、武汉、成都、西安、沈阳、济南、



福州等 10 大城市建有 11 个冷链物流基地，其中北京、上海、广州、成都等城市可以做到物流当日达，其他 200 多个城市可以做到次日达。

此前，阿里巴巴集团及天猫已先后参与易果生鲜三轮融资，此次融资将主要用于易果生鲜旗下安鲜达的冷链物流基础设施建设和扩张。阿里巴巴集团表示，易果生鲜与天猫超市会持续融合，并为品牌商提供更多多样性的品牌运营解决方案。天猫的生鲜原产地能力、本地化采购能力和全程可控的专业供应链能力、配送能力都将更上一层楼，最终为全国消费者提供优质的商品和服务。

在天猫和易果生鲜的共同努力下，双方在生鲜领域供应链能力得到大幅提升。一方面来自美国、阿根廷、挪威、澳大利亚等 147 个国家的顶级珍馐齐聚天猫；另一方面，盱眙小龙虾、山东美早大樱桃、巴楚留香瓜、香格里拉野生松茸等也通过天猫卖到全国。”靖捷表示，随着易果与天猫的融合，安鲜达将为天猫平台上的生鲜商户提供更优质的冷链物流等服务。



III 本月商超行业运行分析

一、卖道打造共享超市模式

近日，广州卖道信息科技有限公司宣布推出共享超市，将社区实体零售店闲置的资源实现最大化的共享。对比传统的社区店铺，共享超市有几方面的优势：低成本——无需库存可以将本店铺商品上传到卖道商品库；高利用率——借助共享卖道的技术让消费者购物方便；可连续性——通过就近取货、就近配送、小铺抢单等吸引大量消费者到线下实体店铺消费。

二、宏图 Brookston 携手华润万家 打造新奇特式“新零售”

随着消费升级的变化，多业态合作成为零售企业在转型中考虑的核心问题之一，越来越多的企业始探索多业态发展的道路。为更好适应多元化的消费需求，超市小业态作为一个小体量，可以快速开店，快速复制的新模式正在迅速扩张。

来自美国的新奇特品牌宏图 Brookstone 布局小业态，进驻大型超市在行业内引起广泛关注。自 2016 年 3 月，宏图 Brookstone 就将小体量店铺、新奇特产品、场景化体验搬到大型超市，成为“吸金”利器。7 月 29 日在山东开启的工业南路华润万家店，现场火爆人气也验证了新零售时代，转型先锋新奇特“独角兽”的魅力。

作为国内顶尖的潮流尖货聚集平台，宏图 Brookstone 发挥高盈利，高增长，高增值，高周转的供应链优势，将国内外独特性、异质化的新奇特产品引入国内大型超市，丰富产品品类，解决了超市大众化、同质化产品造成顾客购物选择单一性的困扰。同时，宏图 Brookstone 也将场景化体验搬到超市生活场景中，小场景，大体验，新奇特产品融入日常生活，弥补超市店直购模式的缺陷，让顾客在体验中感受，在感受中认可，达到产品、商场、消费者三者之间的良性互动。

此次宏图 Brookstone 与山东华润万家合作，同为具有强劲市场潜力的两大品牌强强联手，在零售业态不断“交替称王”的现下，充分融合双方优势，共同打造的新零售模式，在未来的行业转型中将发挥不可小觑的实力。



三、京东伊利签署战略合作协议 双方牵手共同迈向百亿目标

电商的崛起，不断改变着零售业的格局，给各行各业带来了巨大冲击。京东集团近日提出，第四次零售革命或将到来，这次零售革命是建立在互联网电商基础上、又超越互联网的一次革命，它将把人类带入智能商业时代。事实上，如今的零售业已经处在变革的前夜，伊利作为零售革命的见证者和参与者，早已先声夺人，通过与京东的合作走在了拥抱互联网的前端。

日前，全球乳业 8 强伊利集团和京东超市签署了全新的战略合作协议，双方将进一步深化产品创新、渠道共建、物流数据、品牌营销、社会责任等方面的合作，共谋发展，为消费者带来更丰富、更高品质的绿色乳品，并实现 2017 年至 2020 年伊利在京东平台累计销售额超过 100 亿的目标。

伊利是今天中国乳业举足轻重的龙头企业，是“中国品牌”的典型代表，已经成为中国乳业的一面旗帜。在最新公布的 2017 年全球乳业排名中，伊利集团以约 90 亿美元的营业收入再次蝉联第八名的位置，而前七名均是美洲、欧洲和大洋洲等西方乳业传统优势国家的乳企。伊利集团此次不仅稳固了亚洲第一、全球前八的位置，更进一步缩小了与前七名欧美乳业巨头的差距，为向互联网全面转型奠定了良好的基础。

随着互联网与传统行业开始相互融合和渗透，2014 年伊利正式与京东开展合作，为产品销售带来了全新的机会。据了解，在双方正式合作之前，伊利在京东超市牛奶品类销售额占比仅 13%左右，如今占比已升至 21%。同时，伊利在京东超市以每年销售额增速超 100%，而京东超市也成为了伊利全网最大的 B2C 销售平台。目前，伊利拥有包括纯牛奶、乳饮料、雪糕、冰淇淋、奶粉、酸奶、奶酪在内的多个产品品类，旗下金典、安慕希、谷粒多、金领冠、每益添、畅轻等大众熟知的品牌都在京东超市持续畅销。

根据伊利与京东超市全新的战略协议，京东超市将助力伊利实现 2017 年至 2020 年累计销售额破 100 亿，年复合增长率达到 66%。在产品定制方面，双方将联手打造高端产品的京东专供品，金典、安慕希等，目前，金领冠（960g）等京东专供装也已经在京东独家发售；此外，伊利每年将挑选核心新品在京东超市首发。在渠道共建方面，伊利将探索与京东线下便利店的合作，并在合适的时机拓展海外市场。在物流数据方面，双方将共同建立协同仓，打通供应链及产品库存，以应对更加灵活的用户需求。在品牌营销上，伊利将重点发力食品和母婴两大品类的资源置换，参与“东联计划”、“京腾计划”；双方将每年打造一次超级品



牌日，每季度打造一次大型联合营销活动，包括 IP 合作、跨品类联合营销等，全面为消费者带来个性化、高品质的购物体验。

在新品方面，伊利以京东大数据为基石，收集和分析用户反馈，为产品开发提供了重要决策作用。早在 2016 年末，伊利一款专注女性生理期的饮品——“暖哄哄”在京东超市悄然上市，这是伊利借助京东大数据创造的全新奶粉品类——女性经期奶。与以往铺天盖地投广告的营销策略不同，这是伊利在 1 个月的时间内单纯通过数字营销战略推出的产品，在这个充满新鲜创意的互联网时代，打响了新品上市第一炮。随后，在 2017 年 3 月，伊利携手京东超市结合热门 IP 推出伊利暖哄哄《美女与野兽》珍藏版新品，在京东超市独家首发，上线两个月后销量环比增长 170%。

在婴幼儿奶粉上，京东超市和伊利的合作也逐步加深，推动了国产奶粉崛起。2017 年 5 月 17 日，伊利婴幼儿奶粉金领冠睿护系列在京东全球首发，2017 年 4 月份，伊利婴幼儿奶粉新品培然系列也选择京东超市进行线上首发。除此之外，京东超市还在 5 月份独家包销了伊利金领冠（960g）系列产品，该系列产品在 2017 年 618 大促中成为伊利排名前五的爆款系列。2017 年 618 期间，伊利婴幼儿奶粉的销售额同比去年增长近 130%，流量增长近 600%。

对于伊利而言，京东绝对不仅仅是简单的销售渠道，更是可以帮助我们在互联网时代提升牌美誉的平台。伊利深度参与了京东 3 月 15 日国品日及 6 月 6 日中国品牌盛典，3 月 15 日当天，伊利在京东的销售额是 15 日日均销售额 1.3 倍，6 月 6 日当天，伊利在京东的销售额同比去年增长近 600%。同时，伊利在 2017 年成为京东“国家健康品牌计划”首批入选成员，这些活动对伊利的品牌影响力和销售有极大的促进作用。

京东超市与伊利的合作，顺应了“互联网+”时代企业转型的需求，与京东超市的创新合作也将更加速了伊利全球的战略布局。



IV 行业区域运行动态

一、北京华联签约原昆明八中地块

昆明市规划局日前发布《关于举行五华区 KC2010-47 号地块控制性详细规划修改听证会的公告》，拟对如安街原昆八中地块控制性详规进行修改，用地性质由商业商务设施用地调整为商业、商务兼容二类居住用地，住宅比例 $\leq 30\%$ ，同时容积率由原来的 ≤ 6.0 提升至 ≤ 9.0 ，建筑密度从 $\leq 40\%$ 调整为 $\leq 60\%$ 。该听证会将于 7 月 28 日举行。此次规划调整听证会将为北京华联 SKP 签约落户该地块之后的下一步拿地行动铺平了道路。

原昆八中地块一波三折 7 年后终于迎来新主人

KC2010-47 号地块位于昆明市核心商业区，东临五一路，西临云南省农业银行宿舍、省国有企业监事会工作办公室，北临人民中路，南临如安街，地块总面积约 44.79 亩。

2010 年 12 月 18 日，苏宁环球经过百轮竞价以每亩土地价格 2800 万元、总价 12.9 亿元将位于如安街的昆八中原址地块收入囊中，创下了当时昆明土地交易的历史单价新高。但拿地之后，项目却一直没有开工，沦为停车场多年。期间不断传出苏宁环球要退地的传闻，2013 年 7 月，昆八中地块被列入闲置土地处理名单，被要求在三个月内完成方案编制工作并全额缴纳土地出让金及相关费用并于年内开工建设。

2016 年 10 月 27 日，苏宁环球在三季度业绩报告中，正式确认公司已退出昆八中项目的开发。公告称，苏宁环球已分期缴纳了宗地的土地出让金（不含土地竞买保证金）共计 10.325 亿元，昆明市土地矿产储备中心同意按约定于 2017 年 7 月 31 日前分期退还公司已缴纳的土地出让金 10.325 亿元，及截止 2016 年 12 月 31 日按中国人民银行同期贷款利率计算的利息人民币 1.8973673264 亿元，公司参加宗地竞买时缴纳的土地竞买保证金不予退还。

苏宁环球有限公司退地后，为加快地块开发建设，五华区政府于 2017 年 6 月 8 日组织召开了 KC2010-47 号地块控制性详细规划修改必要性专题论证会，经意见征集和论证，相关部门及专家认为：综合分析该地块市场接受度，有必要对



用地性质、建筑密度等进行修改。2017年6月9日，五华区政府向市政府上报请示，恳请同意按照相关程序启动五华区 KC2010-47 号地块控制性详细规划修改工作，市政府于 2017 年 6 月 26 日批示同意。

苏宁环球去年 10 月正式公告退地之后，昔日地王原昆八中旧址地块也迎来了新的主人。2017 年 3 月 9 日，北京华联集团昆明投资项目战略合作框架协议签约仪式在昆举行。根据协议，北京华联集团、五华区政府、昆明市城投公司将携手合作，投资近 40 亿元，打造昆明 SKP 商业综合体，建成昆明市、云南省以及西南地区最具影响力的时尚品质生活新地标。

北京华联拟投 40 亿打造 SKP 将成昆明商业新地标

“为落实国家‘一带一路’战略，华联集团来到西南重镇昆明，决定在昆打造 SKP 商业综合体，为昆明市经济社会发展贡献力量。”北京华联集团总裁畅丁杰说，昆明 SKP 的目标是打造成为辐射周边乃至东南亚地区，具有国际水准、国际影响力的地标性商业综合体。

这将是西南地区第一家 SKP 旗舰店，项目将包括高端公寓及酒店等配套设施，总建筑面积超过 30 万平方米，总体投资近 40 亿人民币。昆明 SKP 的落户，将整体改善和提升昆明国际化市场地位，为带动和引领昆明现代服务业向国际化水准迈进发挥重要作用。

SKP 项目落地五华，将成为昆明市、云南省乃至西南地区最高端，辐射东南亚国家的商业零售业态，成为满足中高端人士生活休闲极致需求的标志性项目，为昆明建设区域性国际中心城市增添城市新地标。SKP 项目将为五华区现代服务业注入新活力，推动昆明商业发展水平达到一个新高度。

在带来巨大影响力和经济效益的同时，项目还将带来良好的社会效益。保守预估，在商业综合体运营后，每年将持续创造税收数亿元，创造就业岗位近万个。

北京华联 连续多年成中国百货商业单体销售冠军

商务部首批重点扶持的十五家全国性大型零售企业集团之一、国际百货协会唯一的中国零售企业会员……这些荣誉都属于北京华联集团。目前，集团旗下拥有 2 家上市公司和多家控股公司，核心零售业务包括奢侈品百货、时尚百货、大型购物中心、大型综合超市、高级食品超市等，在全国拥有 200 多家门店。

北京华联集团商业运营以全球化的视野、定位对标国际化标准，集团旗下的北京 SKP 是全球最具标志性的时尚奢侈品聚集空间，也是全球最重要的顶级时尚生活方式地标，连续多年成为中国百货商业单体销售冠军，每年接待超过 1000



万顾客。2016年，北京华联SKP单店销售96亿元，位列全国第一、世界第三，单店为地方财政创造税收近6亿元，安置近2万个就业岗位。

经综合分析该地块实际情况、交通承载、绿地率、教育配套、经济测算等内容，五华区人民政府提出控规调整方案，主要调整内容如下：

1、地块用地性质由商业商务设施用地（B1B2）调整为商业、商务兼容二类居住用地（B1、B2/R2）；住宅比例 $\leq 30\%$ 。

2、主要经济技术指标调整为：容积率 ≤ 9.0 ；建筑密度 $\leq 60\%$ ；绿地率参考万达广场项目，调整为不再控制绿地率指标，改为控制开放空间占地比例 $\geq 15\%$ ；机动车位 ≥ 1750 位，非机动车位 ≥ 1100 位。

3、建筑高度控制调整为：150米。

4、建筑控制线由退人民中路30米、退人民中路与五一路交叉口30米调整为：退人民中路20米、退人民中路与五一路交叉口15米。

二、“BRAVO YH”永辉精致超市长春红旗街万达店隆重开业

2017年07月28日，“BRAVOYH”——永辉精致超市长春红旗街万达店于吉林省长春市朝阳区红旗街万达广场隆重开业，总面积9265平方米。

“BRAVOYH”是永辉超市股份有限公司精心打造的高端品牌超市。随着市场的不断变化和消费者日益提高的购物需求，永辉超市在立足于先进的经营理念，不断突破、不断超越，力求在不断变化的市场动态中充分满足各个消费群体的需求。

长春红旗街万达店在永辉生鲜的基础上，更加彰显其全球直采的竞争力，引进了大量的高端进口商品以及时尚品牌精品。在满足都市时尚快节奏生活步调的同时，也满足顾客对高品质生活的要求，充分享受购物的乐趣。

同时，“BRAVOYH”在购物环境上也有着全面的提升，在保持一如既往的服务品质的基础上，更加突出了干净、温馨、时尚的购物环境，让购物者能在享受优美的环境之时，进行愉悦的购物。



三、盒马鲜生将进军成都 未来计划开 50 家店

继在上海、北京、宁波开店之后，盒马鲜生未来将进军成都，计划开设 50 家店。

8 月 3 日，盒马鲜生创始人带队赴成都选址，并表示未来在成都计划开设 50 家店。而在此前，盒马鲜生贵阳和深圳门店已在筹备当中，计划 9 月份开业，杭州也将有 2 家门店在年底前开出。盒马在成都选址要考虑三个要素：一是要具备现代物业管理，二是在大型 shoppingmall，紧邻社区，三是要有足够多的停车位。

在成都，海鲜品类依旧是盒马鲜生的特色。侯毅计划联合大的海鲜供应商在成都的渠道，实现全国统一定价。截止目前，盒马在全国共有 13 家门店，其中上海 10 家，北京 2 家，宁波 1 家。

四、山东将布局 300 家智慧便利店 提升社区商业功能

日前，山东省政府办公厅印发《关于促进内贸流通供给侧结构性改革的意见》，其中首次提出“用外贸标准办内贸”，把外贸出口能力转化为内销竞争优势。2017 年内将布局 300 家智慧便利店、3 万组智能快件箱和 30 个大型超市品牌农产品专区。

根据《意见》，山东省将完善流通供给体系，完善农村商贸流通体系、提升社区商业便民服务功能。

在提高流通供给质量方面，山东省首次提出“用外贸标准办内贸”，把外贸出口能力转化为内销竞争优势；围绕促进流通领域开放合作，引进国际知名流通企业在省内设立地区总部、采购中心、物流中心。有条件的地方对注册地在山东的新获三星以上星级认定的冷链物流企业，将分档给予奖励。



V 重点企业跟踪

一、百丽宣布退市

7月27日，百丽国际在香港联交所宣布正式退市，曾经的“一代鞋王”百丽，终于还是难在新零售市场中成功转型。早在4月初，百丽发布称收到私有化通知，董事长邓耀和CEO盛百椒均没有参加此次收购，宣布出售全部25.74%的百丽股份，套现百亿离场。

最初的百丽凭着迅速占领商场和街边店等渠道，成功占据了大量的种子客户。在2010年到2012年，百丽每年净增门店数目都在1500至2000家；而巅峰时期，百丽平均不到两天便会开设一家新店。绝大部分的百货商场，都有百丽的店面。

近年来，国内电子商务爆发，消费场景转移，整个实体零售业受到前所未有的冲击，女鞋行业尤甚。从数据上看，同行业上市公司业绩普遍不佳，其同行业品牌达芙妮营收同比下滑22.04%，净利润同比下滑116%。百丽在年报中也表示：“近两三年来，中国实体零售领域持续面临重重压力，时尚服装、鞋类、配饰行业普遍面临增长乏力、利润下滑的困难局面。”

业界有人评价称，“鞋王”的唏嘘落幕，意味着以百货商场为核心的时代正式结束了。百丽的成功兴于百货商场的盛起，百丽的失败也源于对百货商场的无限执着；面对电商的到来，百丽公司丝毫没放在心上，当真正意识到冲击的时候，已经为时晚矣。

二、新世界百货私有化进入最后阶段

百货行业竞争激烈，继百丽、银泰这些曾经风头无两的行业领头羊选择退市后，新世界集团旗下在中国内地经营零售百货业务的新世界百货中国也选择退市，私有化已经进入最后阶段。新世界发展提出要约以每股2港元收购广大股东手上的股份。



根据其在香港联交所发布的公告来看，公司已经接获要约项下 3.84 亿股股份，大约相当于提出私有化所涉及股份的 82.23%及无利害关系新世界百货股份的 82.25%，距离达到 90%要约股份的私有化条件已经不远。

新世界百货股价目前靠近 2 港元高位，较宣布私有化前的收市价有五成以上溢价，出手不低，持有公司股份的股东可以抓紧机会，接纳新世界发展的要约或在市场上售出股份套现。投资者若静观其变，实在是坐困愁城进退两难，一旦错失 2 港元高位套利的机会，若私有化未遂股价可能旧地重游，若私有化成功公司顺利退市股份则不再流通，更是徒叹奈何。

百货业前景黯淡 退市在即勿高追

随着近年来互联网及电子商务平台的迅猛发展，百货行业的发展已大不如前。百丽、银泰这些行业领头羊选择退市再谋发展之路，经过慎重的考虑，新世界发展选择在这样一个时刻私有化新世界百货，不仅为小股东们提供了一个套现的机会，同时也让私有化后的新世界百货能够重整旗鼓，让业务等到更好的发展。无论是对投资者还是公司本身而言，都是一个双赢的选择。

港元的出价已板上钉钉 法规不容提价勿高追

根据最近的数据，新世界百货股价在收盘时曾一度超过 2 元的要约价。由此可见，市场上仍有人误认为私有化价格还会有提升空间，因而选择继续购入公司股份。然而投资者们要明白，根据香港证监会《收购守则》的规定，即使现在新世界百货愿意提高私有化价格来完成交易，上市条例也是不允许的。换句话说，每股 2 港元的私有化价格已经板上钉钉，不会再有提升的空间了，投资者不应该盲目指望要约价可以往上提。

三、百货会牵手京东，打造 O2O20 模式助力行业转型

8 月 3 日至 5 日，有着“中国内贸第一展”美誉的第 111 届中国日用百货商品交易会暨中国现代家庭用品博览会(百货会)，将在上海新国际博览中心正式启幕，约有 2000 多家海内外知名企业和优质品牌前来参展，展品范围覆盖日用百货、家居用品各产业链。作为电商巨头的京东，京东本次参展面积超过 2000 平方米，集合了 70 多个知名厨具品牌。菲仕乐、WMF、膳魔师、虎牌、WOLL、双立人等国际大牌也都悉数亮相，参展阵容空前豪华。励展华百携手京东集团全面发力本届百货会，为到场专业买家提供优势货源和潮流新品，成为百货会一道靓丽风景。



百货会牵手京东，打造 O2O2O 模式助力行业转型

作为国内一年一度的百货日用品、家居用品贸易盛会，历届百货会都是全国范围内百货界同仁、区域展商的聚集地，特别近几年，政府和企业协会组织，区域展商抱团参展已成为百货会的主流。本次百货会牵手京东，致力于发挥电商的渠道优势，为百货会注入新鲜血液。届时展会开幕，百货会将和京东零距离对接，线下线上一体办展，为观众提供更加便捷的展会体验。

事实上，选择与电商京东合作，已非百货会首例，上一届展会京东同样派团参展，双方合作良好，收获了现场观众一致的好口碑。百货会作为历史悠久的行业采购平台，汇聚了国内外知名百货品牌，有很好的品质保证，在理念上与京东倡导的打造品质电商平台不谋而合。同时，百货会为品牌商、专业观众和行业人士之间沟通交流提供了专属平台，京东现在可以更多地借助平台优势，构建产业联系，输出自身电商价值和优势，这对京东等电商的未来发展是大有裨益的。

当然，京东参与百货会，也有助于对整个百货行业变革起到助推作用，通过与电商合作，更多还没有接触互联网和准备“触网”的品牌能深入了解电商平台的优势，加快自身信息化转型，因此，业内人士对本次双方合作预期十分看好。

百货会牵手京东，打造 O2O2O 模式助力行业转型

随着国家互联网+概念的强势崛起，电商在各领域发挥的作用越来越重要。百货展作为行业发展的风向标，必须认清电商崛起的不争事实，积极探寻互联网+时代下的新机遇，顺应行业发展趋势。他认为，线下展会与线上电商之间不是冰与火，没有不可调和的矛盾，它们之间是互补的，彼此谁也取代不了对方。比如线下消费者对产品的直观体验，是线上永远不能实现的；当然线上平台便捷的购买体验，也为线下提供了学习的目标。

百货会不仅为展商观众提供了贸易互动的权威平台，还是行业人士探询行业发展规律、把脉市场前沿动态的进修场。电商也需要了解行业风向、掌握发展趋势，需要和行业伙伴交流经验、分享信息，这一切在百货会展上均可轻松实现。因此，百货会牵手京东，最终要形成一个线上线下的互补，打造一种线下展会链接线上电商的创新“O2O2O”发展模式。

线下、线上深度合作，打造零距离对接平台，共享合作商机与客户资源，百货会与京东已经有了较为一致的奋斗目标，未来，它们将为实现这一目标付诸更多努力。



免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。