

2017年第10期

中国商超行业研究月报

2017年10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.....	7
(三) 居民消费价格变动情况.....	10
(四) 进出口情况分析.....	13
二、财政货币政策	15
(一) 财政政策.....	15
(二) 货币政策.....	16
II 本月关注	18
一、中国 8 月社会消费品零售总额增长 10.1%.....	18
二、京东与网易达成全面战略合作 启动“京易计划”	18
三、美团点评、饿了么或将竞速 IPO 两巨头加速布局	19
四、新华都与阿里合作	19
五、顺丰控股：与 UPS 合资公司获批 推出直运+新产品	20
六、王府井拟开 50 家社区生鲜超市	20
七、上半年生鲜电商交易额达 851.4 亿元	21
八、王府井与首航国力达成战略合作	22
九、天猫与海澜之家正式签署新零售战略合作	22
III 本月商超行业运行分析	24
一、浙江东阳银泰城开业 100 多个品牌首次入驻东阳	24
二、龙湖商业苏州首个商业项目狮山天街正式开业	24
三、永辉精致超市 BRAVOYH 邢台中北新世纪广场店开业	25
四、家乐福推出属于自己的钱包	25
IV 行业区域运行动态	26



一、广东连锁经营发展报告：便利店、社区超市成零售新宠	26
二、盒马鲜生落户杭州	26
三、北京市百货大楼整体改造 500 余品牌重装升级	27
V 重点企业跟踪	28
一、江南布衣净利涨近四成	28
二、永辉、人人乐等 6 家超市前三季度业绩预告出炉	28
三、印力集团新作南通印象城 9 月 28 日正式开业	30



图表目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整.....	5
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整)	6
图表 3: 工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	8
图表 4: 2017 年 8 月工业生产者购进价格涨跌幅走势.....	8
图表 5: 生产资料出厂价格涨跌幅.....	9
图表 6: 生活资料出厂价格涨跌幅.....	9
图表 7: 2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅.....	11
图表 8: 8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅.....	12
图表 9: 8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅.....	13



I 宏观经济

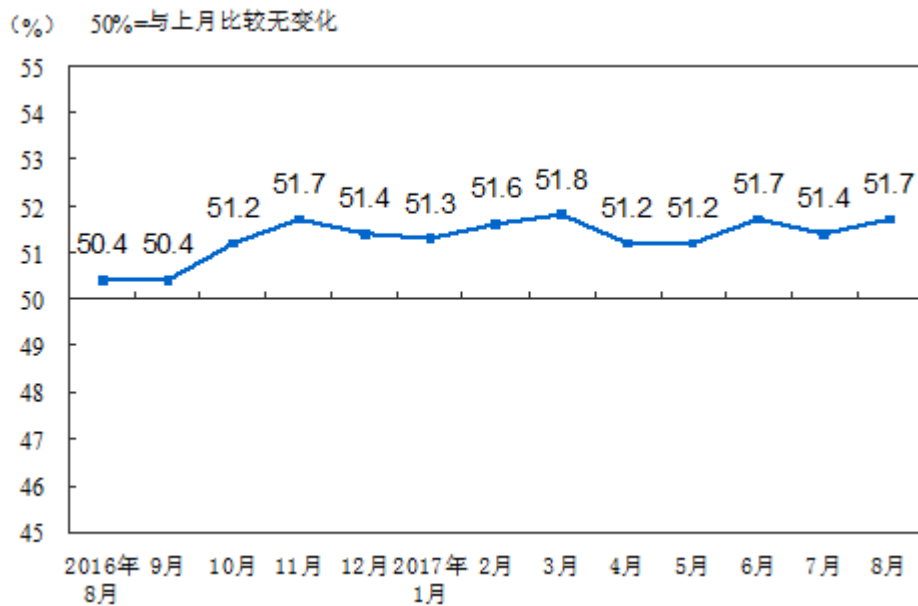
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017年8月中国制造业采购经理指数为51.7%

2017年8月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为51.7%，比上月上升0.3个百分点，制造业总体保持稳中向好的发展态势。

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）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 52.8%，比上月微降 0.1 个百分点；中型企业 PMI 为 51.0%，比上月上升 1.4 个百分点，重回扩张区间；小型企业 PMI 为 49.1%，比上月回升 0.2 个百分点。

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、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 54.1%，比上月上升 0.6 个百分点，继续位于临界点之上，表明制造业生产增速有所加快。

新订单指数为 53.1%，比上月上升 0.3 个百分点，持续位于临界点之上，表明制造业市场需求进一步改善。

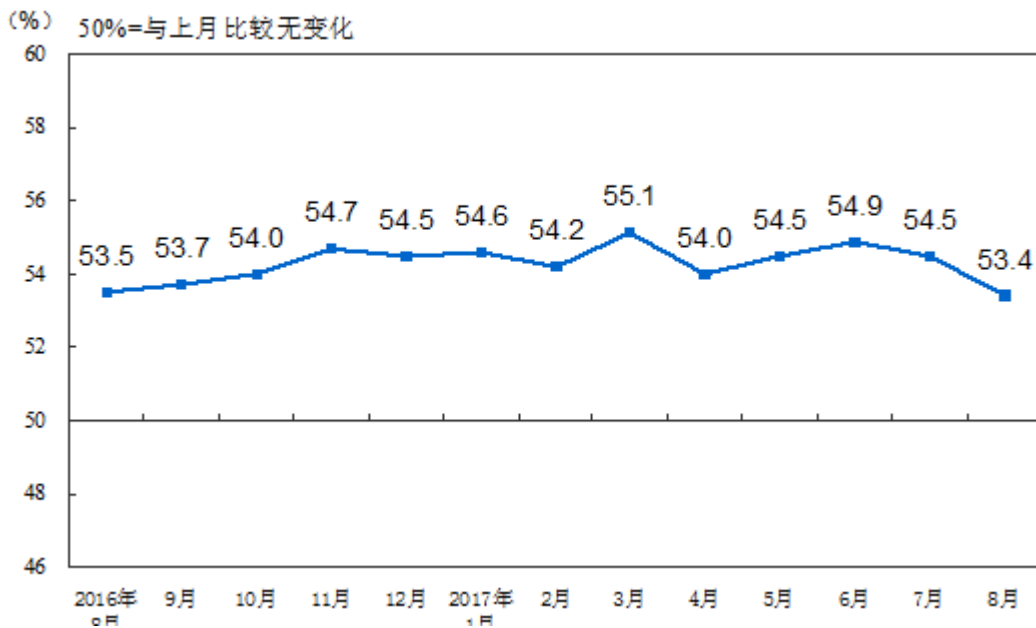
原材料库存指数为 48.3%，比上月下降 0.2 个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量继续下降。

从业人员指数为 49.1%，比上月下降 0.1 个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少。

2、2017 年 8 月中国非制造业商务活动指数为 53.4%

2017 年 8 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.4%，比上月回落 1.1 个百分点，继续保持在临界点之上，非制造业总体仍延续扩张态势。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网 银联信

分行业看，服务业商务活动指数为 52.6%，比上月回落 0.5 个百分点，服务业继续保持增长，但增速略有放缓。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、互联网及软件信息技术服务等行业商务活动指数均连续位于 60.0% 以上的高位景气区间，业务总量快速增长。批发业、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位于收缩区间，业务总量有所回



落。建筑业商务活动指数为 58.0%，比上月回落 4.5 个百分点，仍高于临界点，企业生产增速有所放缓。

新订单指数为 50.9%，比上月回落 0.2 个百分点，继续位于临界点以上，表明非制造业市场需求增速略有回落。分行业看，服务业新订单指数为 50.3%，比上月上升 0.1 个百分点，连续 4 个月高于临界点。建筑业新订单指数为 54.5%，比上月回落 1.5 个百分点，仍高于临界点。

投入品价格指数为 54.4%，比上月上升 1.3 个百分点，连续位于临界点以上，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体水平继续上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为 53.2%，比上月上升 1.3 个百分点。建筑业投入品价格指数为 61.4%，比上月上升 1.6 个百分点。

销售价格指数为 51.5%，比上月上升 0.6 个百分点，连续两个月高于临界点，表明非制造业销售价格总体水平持续上涨，且涨幅扩大。分行业看，服务业销售价格指数为 51.0%，比上月上升 0.4 个百分点。建筑业销售价格指数为 54.4%，比上月上升 1.9 个百分点。

从业人员指数为 49.5%，与上月持平，继续位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量有所减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，与上月持平。建筑业从业人员指数为 54.3%，比上月微升 0.1 个百分点。

业务活动预期指数为 61.0%，比上月微落 0.1 个百分点，连续 4 个月位于 60.0% 以上的高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.1%，比上月回落 0.3 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 66.0%，比上月上升 0.7 个百分点。

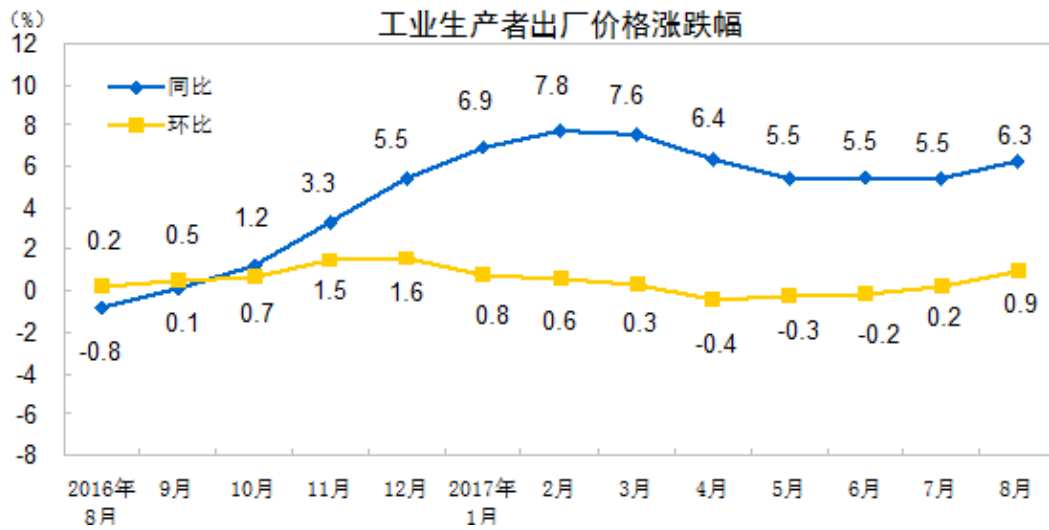
（二）工业生产者价格变动情况

2017 年 8 月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨 6.3%，环比上涨 0.9%。工业生产者购进价格同比上涨 7.7%，环比上涨 0.8%。1-8 月平均，工业生产者出厂价格同比上涨 6.4%，工业生产者购进价格同比上涨 8.4%。



图表 3：工业生产者出厂价格涨跌幅走势

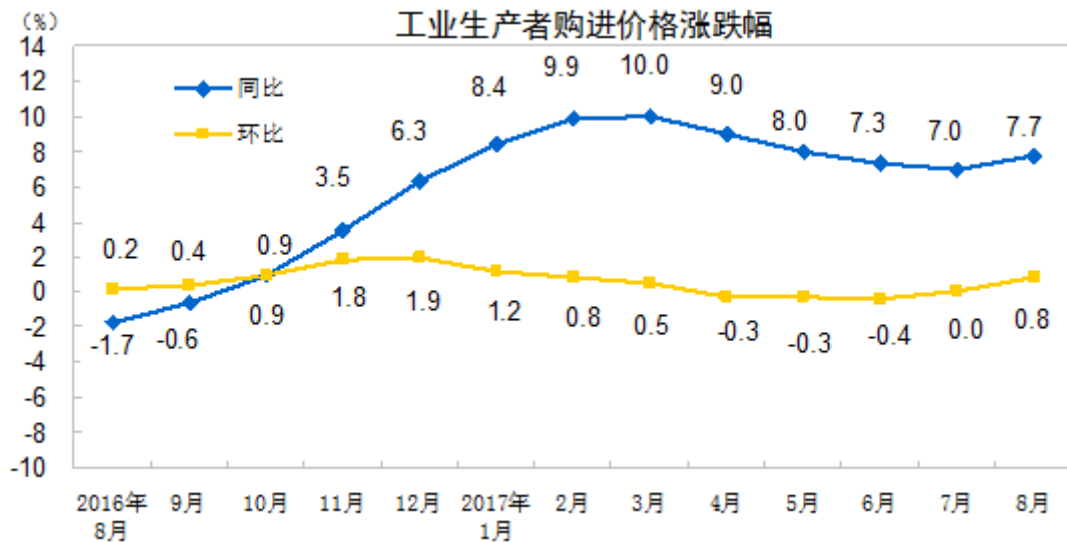
单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2017 年 8 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

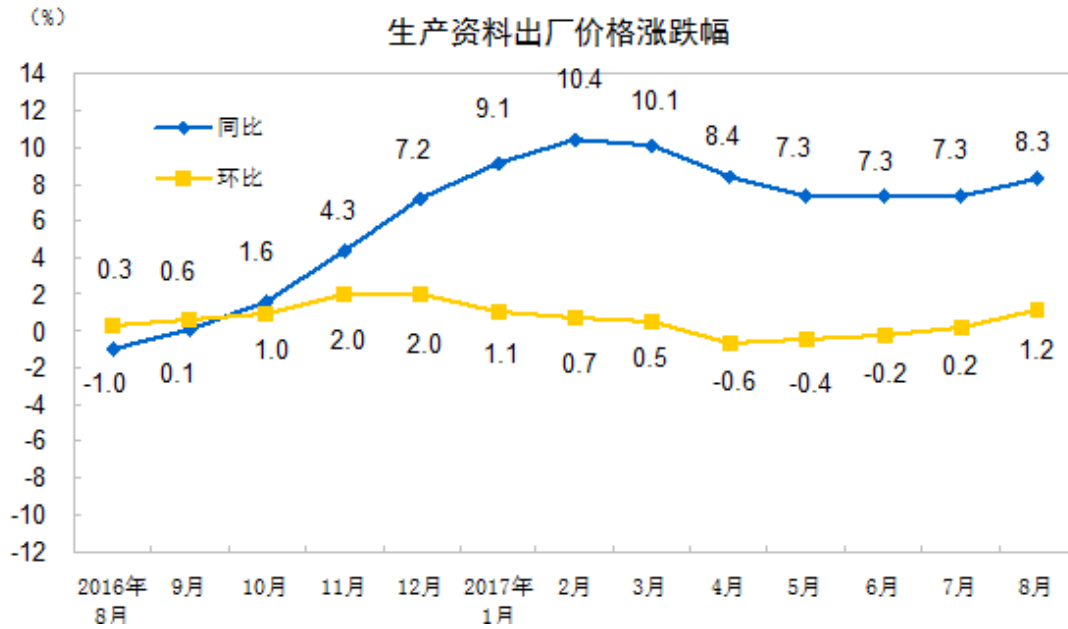
1、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 8.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 6.1 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 18.2%，原材料工业价格上涨 11.0%，加工工业价格上涨 6.4%。生活资料价格同比上涨 0.6%，



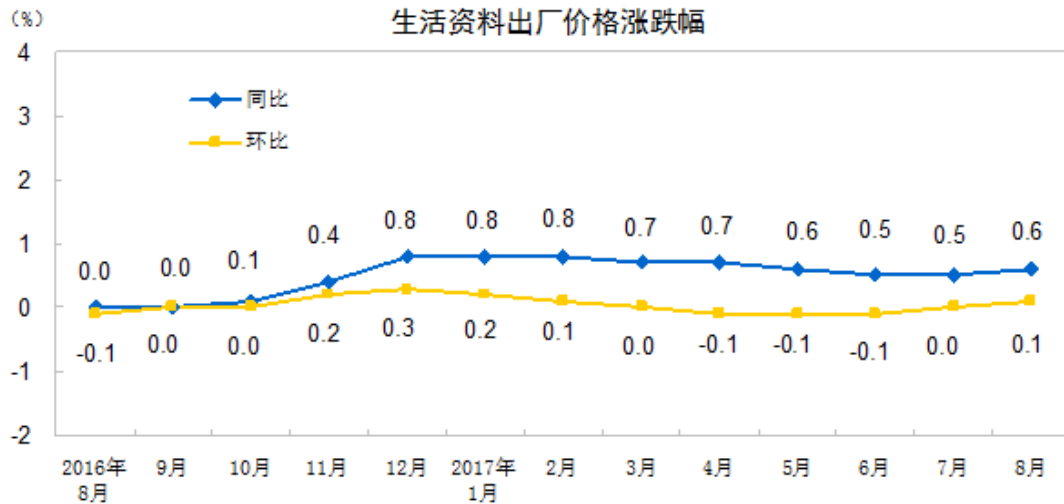
影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，食品价格上涨 0.7%，衣着价格上涨 1.4%，一般日用品价格上涨 0.8%，耐用消费品价格持平。

图表 5：生产资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

图表 6：生活资料出厂价格涨跌幅



资料来源：银联信

工业生产者购进价格中，黑色金属材料类价格同比上涨 15.4%，有色金属材料及电线类价格上涨 15.3%，燃料动力类价格上涨 11.8%，建筑材料及非金属类价格上涨 9.5%。



2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 1.2%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.9 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 1.8%，原材料工业价格上涨 1.7%，加工工业价格上涨 1.0%。生活资料价格环比上涨 0.1%。其中，食品价格上涨 0.3%，衣着价格持平，一般日用品价格上涨 0.2%，耐用消费品价格下降 0.1%。

工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 2.5%，黑色金属材料类价格上涨 2.4%，燃料动力类价格上涨 0.7%。

（三）居民消费价格变动情况

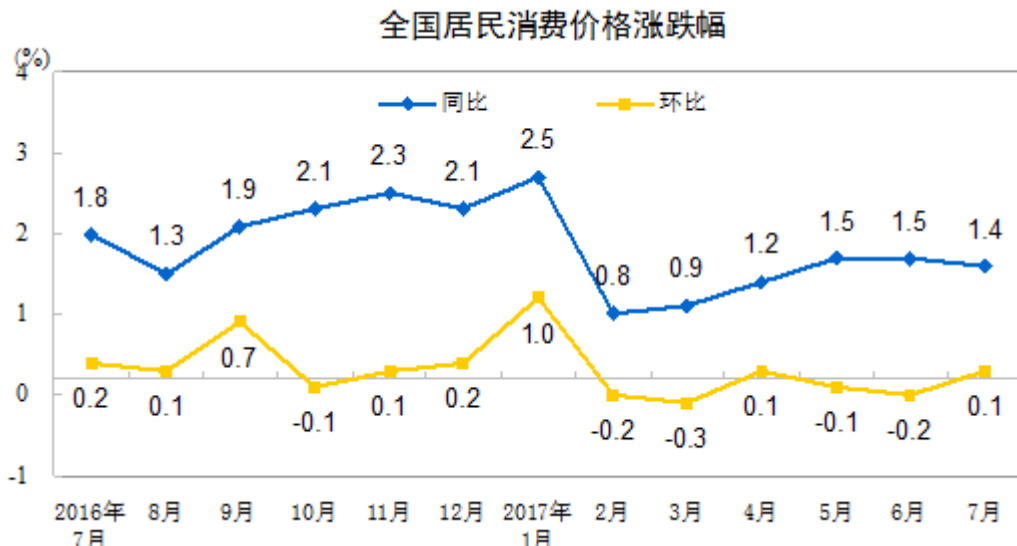
2017 年 8 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.8%。其中，城市上涨 1.9%，农村上涨 1.5%；食品价格下降 0.2%，非食品价格上涨 2.3%；消费品价格上涨 1.0%，服务价格上涨 3.1%。1-8 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.5%。

8 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.4%。其中，城市上涨 0.4%，农村上涨 0.5%；食品价格上涨 1.2%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格上涨 0.5%，服务价格上涨 0.2%。



图表 7：2017 年 8 月全国居民消费价格涨跌幅

单位：%



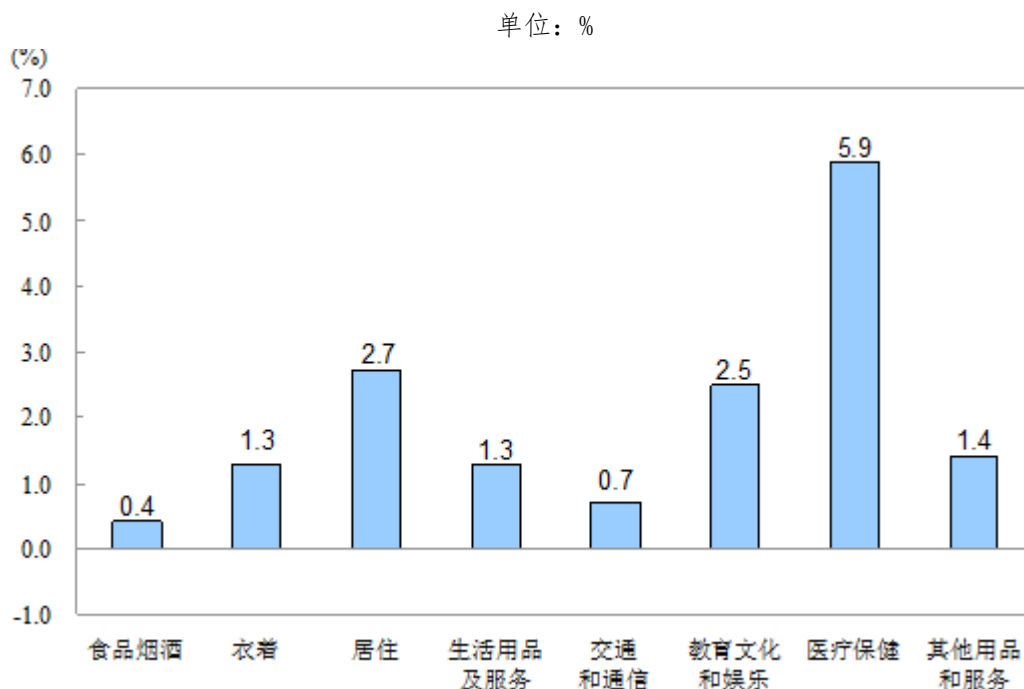
数据来源：国家统计局 银联信

1、各类商品及服务价格同比变动情况

8月份，食品烟酒价格同比上涨0.4%，影响CPI上涨约0.13个百分点。其中，鲜菜价格上涨9.7%，影响CPI上涨约0.22个百分点；蛋类价格上涨4.3%，影响CPI上涨约0.03个百分点；水产品价格上涨3.8%，影响CPI上涨约0.07个百分点；粮食价格上涨1.6%，影响CPI上涨约0.03个百分点；畜肉类价格下降8.4%，影响CPI下降约0.42个百分点（猪肉价格下降13.4%，影响CPI下降约0.39个百分点）。

8月份，其他七大类价格同比均有所上涨。其中，医疗保健、居住、教育文化和娱乐价格分别上涨5.9%、2.7%和2.5%，其他用品和服务价格上涨1.4%，衣着、生活用品及服务价格均上涨1.3%，交通和通信价格上涨0.7%。

图表 8：8 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

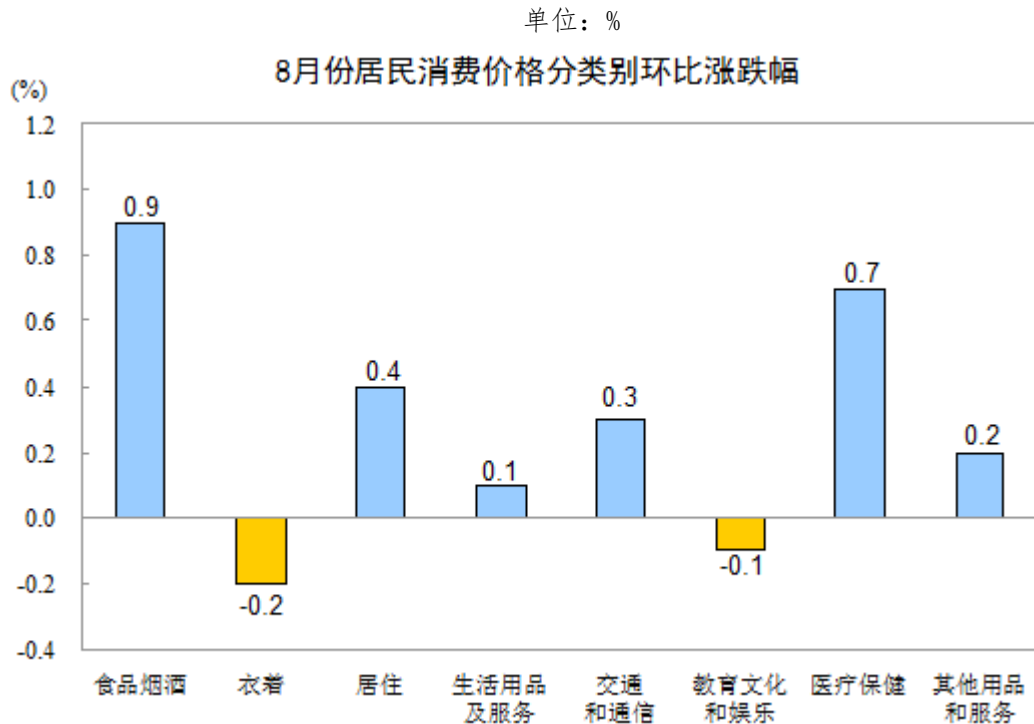
2、各类商品及服务价格环比变动情况

8 月份，食品烟酒价格环比上涨 0.9%。其中，蛋类价格上涨 13.5%，影响 CPI 上涨约 0.07 个百分点；鲜菜价格上涨 8.5%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点；畜肉类价格上涨 0.7%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点（猪肉价格上涨 1.3%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点）；鲜果价格下降 4.2%，影响 CPI 下降约 0.07 个百分点；水产品价格下降 1.1%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点。

8 月份，其他七大类价格环比五涨二降。其中，医疗保健、居住、交通和通信价格分别上涨 0.7%、0.4%和 0.3%，其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 0.2%和 0.1%；衣着、教育文化和娱乐价格分别下降 0.2%和 0.1%。



图表 9：8 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

（四）进出口情况分析

据海关统计，今年前 8 个月，我国进出口总值 15.37 万亿元人民币，比去年同期(下同)下降 1.8%。其中，出口 8.84 万亿元，下降 1%；进口 6.53 万亿元，下降 2.9%；贸易顺差 2.31 万亿元，扩大 5%。

8 月份，我国进出口总值 2.2 万亿元，增长 7.9%。其中，出口 1.27 万亿元，增长 5.9%；进口 9250 亿元，增长 10.8%；贸易顺差 3460 亿元，收窄 5.1%。

前 8 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口增长，比重有所提升

前 8 个月，我国一般贸易进出口 8.66 万亿元，增长 0.6%，占我外贸总值的 56.4%，较去年同期提升 1.4 个百分点。其中出口 4.91 万亿元，增长 1.3%，占出口总值的 55.6%；进口 3.75 万亿元，下降 0.3%，占进口总值的 57.5%；一般贸易项下顺差 1.16 万亿元，扩大 6.8%。同期，我国加工贸易进出口 4.47 万亿元，下降 7.8%，占我外贸总值的 29.1%，比去年同期回落 1.9 个百分点。其中出



口 2.88 万亿元，下降 6.8%，占出口总值的 32.6%；进口 1.59 万亿元，下降 9.5%，占进口总值的 24.3%；加工贸易项下顺差 1.29 万亿元，收窄 3.3%。

此外，我国以海关特殊监管方式进出口 1.64 万亿元，下降 1.5%，占我外贸总值的 10.6%。其中出口 5769.8 亿元，下降 3.5%，占出口总值的 6.5%；进口 1.06 万亿元，下降 0.3%，占进口总值的 16.2%。

2、对欧盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国、东盟等进出口下降

前 8 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 2.35 万亿元，增长 3.5%，占我外贸总值的 15.3%。其中，我对欧盟出口 1.45 万亿元，增长 2.8%；自欧盟进口 8975.7 亿元，增长 4.6%；对欧贸易顺差 5528.5 亿元，与去年同期持平。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 2.14 万亿元，下降 3.2%，占我外贸总值的 13.9%。其中，我对美国出口 1.59 万亿元，下降 1.7%；自美国进口 5469.4 亿元，下降 7.4%；对美贸易顺差 1.04 万亿元，扩大 1.6%。

前 8 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 1.86 万亿元，下降 1.1%，占我外贸总值的 12.1%。其中，我对东盟出口 1.08 万亿元，下降 1.3%；自东盟进口 7733.8 亿元，下降 0.9%；对东盟贸易顺差 3093.8 亿元，收窄 2.3%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 1.14 万亿元，增长 2.7%，占我外贸总值的 7.4%。其中，对日本出口 5429.8 亿元，增长 0.9%；自日本进口 5998.2 亿元，增长 4.3%；对日贸易逆差 568.4 亿元，扩大 53.8%。

3、民营企业进出口增长，比重提升

前 8 个月，民营企业进出口 5.94 万亿元，增长 4.8%，占我外贸总值的 38.6%，较去年同期提升 2.4 个百分点。其中，出口 4.12 万亿元，增长 3.3%，占出口总值的 46.6%；进口 1.82 万亿元，增长 8.4%，占进口总值的 27.8%。同期，外商投资企业进出口 6.98 万亿元，下降 4.3%，占我外贸总值的 45.4%。其中，出口 3.79 万亿元，下降 4.2%，占出口总值的 42.9%；进口 3.19 万亿元，下降 4.5%，占进口总值的 48.8%。

此外，国有企业进出口 2.38 万亿元，下降 10.2%，占我外贸总值的 15.5%。其中，出口 9156.4 亿元，下降 6.1%，占出口总值的 10.4%；进口 1.47 万亿元，下降 12.7%，占进口总值的 22.5%。

4、机电产品出口下降，纺织品等部分传统劳动密集型产品出口增长

前 8 个月，我国机电产品出口 5.02 万亿元，下降 1.3%，占出口总值的 56.8%。其中，电器及电子产品出口 2.23 万亿元，增长 0.5%；机械设备 1.46 万亿元，



下降 0.6%。同期，服装出口 6850.8 亿元，下降 0.3%；纺织品 4650.1 亿元，增长 5.2%；鞋类 2079.7 亿元，下降 6.3%；家具 2055.5 亿元，下降 3.2%；塑料制品 1555.6 亿元，增长 4.2%；箱包 1083.5 亿元，下降 4.8%；玩具 665.2 亿元，增长 14.2%；上述 7 大类劳动密集型产品合计出口 1.89 万亿元，增长 0.5%，占出口总值的 21.4%。此外，肥料出口 1801 万吨，减少 19.1%；钢材 7635 万吨，增加 6.3%；汽车 49 万辆，减少 2.5%。

5、铁矿砂、原油和铜等主要大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌

前 8 个月，我国进口铁矿砂 6.7 亿吨，增加 9.3%，进口均价为每吨 343.5 元，下跌 11%；原油 2.5 亿吨，增加 13.5%，进口均价为每吨 1899.9 元，下跌 27.7%；煤 1.56 亿吨，增加 12.4%，进口均价为每吨 320.2 元，下跌 16.4%；成品油 1956.5 万吨，减少 4.5%，进口均价为每吨 2500.1 元，下跌 18.7%；初级形状的塑料 1653.3 万吨，减少 4.7%，进口均价为每吨 1.04 万元，下跌 3.8%；钢材 870 万吨，减少 0.2%，进口均价为每吨 6517.7 元，下跌 8%；未锻轧铜及铜材 345 万吨，增加 17.4%，进口均价为每吨 3.39 万元，下跌 13.2%。此外，机电产品进口 3.17 万亿元，增长 0.3%；其中汽车 67 万辆，减少 6%。

6、中国外贸出口先导指数回升

8 月，中国外贸出口先导指数为 34.7，较上月回升 0.9，表明四季度出口压力有望减轻。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 38.7，回升 1.8；新增出口订单指数、经理人信心指数回升 2.1、2.1 至 38.4、44.5，企业综合成本指数回落 0.1 至 27.9。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

8 月份，全国一般公共预算收入 10652 亿元，同比增长 7.2%^[①]。其中，中央一般公共预算收入 5106 亿元，同比增长 6.2%；地方一般公共预算本级收入 5546 亿元，同比增长 8.2%。全国一般公共预算收入中的税收收入 8907 亿元，同比增长 16%，比上半年和 7 月份增幅都有所提高，主要是经济运行平稳向好、价格上涨等因素带动；非税收入 1745 亿元，同比下降 22.5%，主要是去年同月基数较高。



1-8 月累计，全国一般公共预算收入 121415 亿元，同比增长 9.8%。其中，中央一般公共预算收入 57506 亿元，同比增长 9.3%〔②〕，为年初预算的 73.2%；地方一般公共预算本级收入 63909 亿元，同比增长 10.2%，为年初代编预算的 71%。全国一般公共预算收入中的税收收入 103410 亿元，同比增长 11.6%；非税收入 18005 亿元，同比增长 0.1%。

2、一般公共预算支出情况

8 月份，全国一般公共预算支出 14647 亿元，同比增长 2.9%。其中，中央一般公共预算本级支出 2289 亿元，同比增长 5.7%；地方一般公共预算支出 12358 亿元，同比增长 2.4%。支出增幅较低，主要是加快支出进度，部分支出在前期体现。

1-8 月累计，全国一般公共预算支出 131627 亿元，同比增长 13.1%。其中，中央一般公共预算本级支出 18812 亿元，同比增长 8.6%，为年初预算的 63.6%，比去年同期进度提高 0.3 个百分点；地方一般公共预算支出 112815 亿元，同比增长 13.9%，为年初代编预算的 68.5%，比去年同期进度提高 3.9 个百分点。

从主要支出项目情况看：教育支出 18915 亿元，增长 14.6%；科学技术支出 3809 亿元，增长 18%；文化体育与传媒支出 1793 亿元，增长 14.2%；社会保障和就业支出 17558 亿元，增长 21.5%；医疗卫生与计划生育支出 10314 亿元，增长 15.4%；城乡社区支出 14050 亿元，增长 13.3%；农林水支出 11567 亿元，增长 9.9%；交通运输支出 7307 亿元，增长 6.2%；住房保障支出 4192 亿元，增长 4.4%；债务付息支出 4330 亿元，增长 33.1%。

（二）货币政策

1、广义货币增长 8.9%，狭义货币增长 14%

8 月末，广义货币(M2)余额 164.52 万亿元，同比增长 8.9%，增速分别比上月末和上年同期低 0.3 个和 2.5 个百分点；狭义货币(M1)余额 51.81 万亿元，同比增长 14%，增速分别比上月末和上年同期低 1.3 个和 11.3 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.76 万亿元，同比增长 6.5%。当月净投放现金 422 亿元。

2、8 月份人民币贷款增加 1.09 万亿元，外币贷款减少 52 亿美元

8 月末，本外币贷款余额 121.99 万亿元，同比增长 12.6%。月末人民币贷款余额 116.49 万亿元，同比增长 13.2%，增速与上月末持平，比上年同期高 0.2 个百分点。当月人民币贷款增加 1.09 万亿元，同比多增 1433 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 6635 亿元，其中，短期贷款增加 2165 亿元，中长期贷款增加



4470 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 4830 亿元，其中，短期贷款增加 695 亿元，中长期贷款增加 3639 亿元，票据融资增加 318 亿元；非银行业金融机构贷款减少 513 亿元。月末，外币贷款余额 8327 亿美元，同比增长 2.8%。当月外币贷款减少 52 亿美元。

3、8 月份人民币存款增加 1.36 万亿元，外币存款减少 70 亿美元

8 月末，本外币存款余额 167.04 万亿元，同比增长 9.3%。月末人民币存款余额 161.84 万亿元，同比增长 9%，增速分别比上月末和上年同期低 0.4 个和 1.8 个百分点。当月人民币存款增加 1.36 万亿元，同比少增 4121 亿元。其中，住户存款增加 2590 亿元，非金融企业存款增加 6069 亿元，财政性存款减少 3900 亿元，非银行业金融机构存款增加 3384 亿元。月末，外币存款余额 7876 亿美元，同比增长 21.6%。当月外币存款减少 70 亿美元。

4、8 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.96%，质押式债券回购月加权平均利率为 3.09%

8 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 74.7 万亿元，日均成交 3.25 万亿元，日均成交比上年同期下降 14.9%。其中，同业拆借日均成交同比下降 41.8%，现券日均成交同比下降 28.7%，质押式回购日均成交同比下降 6.6%。

8 月份同业拆借加权平均利率为 2.96%，分别比上月和上年同期高 0.14 个和 0.84 个百分点；质押式回购加权平均利率为 3.09%，分别比上月和上年同期高 0.19 个和 0.97 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 3582 亿元，直接投资人民币结算业务发生 1483 亿元

2017 年 8 月，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 2538 亿元、1044 亿元、363 亿元、1120 亿元。



II 本月关注

一、中国 8 月社会消费品零售总额增长 10.1%

8 月社会消费品零售总额 30330 亿元,同比名义增长 10.1%(扣除价格因素实际增长 8.9%),增速创今年 1-2 月来新低,不及预期 10.5%和前值 10.4%。截止到 8 月份,今年社会消费品零售总额达到 232308 亿元,同比增长 10.4%,与 1-7 月份持平。在商品零售中,8 月限额以上单位商品零售 12400 亿元,同比增长 7.5%。1-8 月份,限额以上单位商品零售 96899 亿元,同比增长 8.6%。

二、京东与网易达成全面战略合作 启动“京易计划”

9 月 27 日,京东与网易达成全面战略合作,共同推出“京易计划”。据了解,按照双方合作计划,双方将共同打造内容营销智能生态。未来网易新闻的用户可在阅读场景中直接享受京东提供的优质购物体验;而京东也可通过与网易的合作,在网易新闻的场景内实现更精准的广告投放和更高效的内容营销。

“京易计划”的合作主要涵盖三个方面:

首先,京东在网易新闻上开设“京东特供”一级购物入口;

其次,双方联手打造大数据平台,依托于个性化的用户数据帮助京东、京东的品牌合作伙伴以及京东平台上的商家实现精准广告投放;

第三,双方将在内容层面展开深度合作,网易新闻将为京东开设直播频道,京东则通过导购、分佣等模式助推网易号创作者提升内容变现能力。

值得注意的是,与前几次“京 X 计划”相比,本次京东与网易联手打造的“京易计划”,合作亮点集中于内容营销的生态完善与品质提升上;双方在用户画像上的高度吻合,也赋予“京易计划”更大的价值成长空间。

此外,本次“京易计划”首次将京东直播平台接入网易新闻。未来京东还将在网易邮箱大师、网易云阅读、网易公开课、网易 LOFTER、有道词典、有道翻译官、有道云笔记等网易系产品上,与网易开展基于数据、内容、营销等层面的,更广泛更丰富的合作。



三、美团点评、饿了么或将竞速 IPO 两巨头加速布局

针对美团点评融资一事业内传闻再起。9月27日，业内传出消息，美团点评新一轮融资已接近完成，金额约为30亿美元，这也是美团点评自去年1月完成超过33亿美元融资后的又一次融资。另外，不少业内人士也指出，美团点评的此轮融资为Pre-IPO（上市前投资），这也意味着IPO即将启动。与此同时，有知情人士向北京商报记者透露，近期刚完成收购百度外卖的饿了么将在明年启动IPO，那么该公司和对手美团点评则有望展开IPO竞速赛，谁先赢得更多资本支持，便可以在市场上加速布局。

据消息人士透露，美团此轮融资由IDG领投，老虎基金参与投资。同时，腾讯也继续追加了10亿美元的投资。此融资消息一出，旋即引发了业内关于美团点评融资用途的诸多猜测，北京商报记者也向美团点评相关负责人求证，但对方未置可否，仅回应“正在确认中”。

实际上，早在今年5月就有传言称美团点评将开始新一轮融资计划，但即刻遭到美团点评和腾讯否认。不过，在很多业内人士看来，饿了么与百度外卖的合并直接刺激了美团点评。美团点评目前的主要营收来源在餐饮，外卖是其中重要的组成部分，美团点评需要尽快补血来与饿了么在外卖市场继续厮杀。

另外，一位不具名的知情人士透露，饿了么与美团点评都已经过多轮融资，却迟迟未能上市，眼看饿了么已在筹备IPO，如果美团点评的此轮融资确为Pre-IPO，那么美团点评与饿了么之间的IPO竞速赛也即将开赛，谁先成功IPO或将直接影响到未来外卖市场的走向。未来，美团点评与饿了么在外卖市场的对抗将会越发激烈，而在这场市场争夺战中，双方都需要更多资金来支撑业务扩张、营销等，最终美团点评和饿了么谁能更受资本青睐还是未知数。

四、新华都与阿里合作

9月26日晚，新华都发布公告称，公司控股股东新华都集团与阿里巴巴成都、杭州瀚云签订了《股份转让协议》，约定新华都集团将其持有的新华都无限售流通A股68,456,388股（占公司总股本的10%）股份转让给阿里巴巴成都及其一致行动人杭州瀚云。合作双方拟进行资源互补，共享各自供应链优势和零售业务转型升级等方面开展业务合作。



五、顺丰控股：与 UPS 合资公司获批 推出直运+新产品

顺丰 9 月 28 日发布公告称与 UPS 成立合资公司事项已取得所有必需的监管审批、备案和登记，合资公司正式成立。同时，顺丰与 UPS 将推出联合品牌的全新产品——“SF-UPS 直运+”。

申万宏源的研究报告称，顺丰联手 UPS 是优势互补、各取所需，本次合作有望加速顺丰的国际化进程。顺丰一方面有望引入 UPS 在国际物流方面的运营管理经验，另一方面有望借助 UPS 已有的国际运输网络作为海外对接端，发展自有国际业务。

UPS 是全球知名的物流企业，通过配备一整套包括包裹递送与货运服务、国际贸易简化、先进科技应用在内的全面完善的解决方案，以实现全球商务的更高效管理。UPS 的总部设在美国亚特兰大，其业务网点遍布全球 220 多个国家和地区。

六、王府井拟开 50 家社区生鲜超市

继在社区布局便利店后，王府井扎根社区又有新动作。从王府井集团获悉，王府井集团与首航国力超市将通过成立合资公司的方式，计划未来 5 年在北京新开 50 家生鲜超市和社区购物中心，打通便民服务最后一公里。

王府井是北京乃至全国知名的百货品牌，目前在全国 30 多个城市运营 55 家大型零售门店。除百货外，近年来王府井还向购物中心、奥特莱斯、超市、便利店等多种商业业态进军。今年 6 月，王府井集团与河南爱便利公司一口气开了 106 家社区便利店，并计划今年内开店 300 家以上。

首航国力公司成立于 1995 年，其旗下首航超市在京城也有几十家门店。根据协议，双方合作将分为两步走：第一步是双方共同出资组建合资公司，其中王府井为控股股东，合资公司近期将重点在京津冀和北方地区发展连锁生鲜超市。第二步是将来在合适的时机，王府井集团收购首航国力部分股权，并成为后者的第一大股东，逐步实现双方资源、业务和管理的深度整合。

据王府井集团相关负责人介绍，合资公司将以“王府井首航”为品牌，主要布局社区生鲜超市、综合超市和社区型购物中心等，并将尝试新零售模式。



七、上半年生鲜电商交易额达 851.4 亿元

中国电子商务研究中心日前对外发布《2017 年(上)中国电子商务市场数据监测报告》(以下简称《报告》),报告核心数据显示,2017 年上半年,中国生鲜电商交易规模为 851.4 亿元,预计 2017 年底,中国生鲜电商市场规模将达到 1650 亿元,相比与 2016 年的 913.9 亿元,将增长 80.5%。

生鲜是电商中门槛最高、要求最高的品类,需要包括物流、金融、用户运营在内的生态力量。同时,生鲜也是复购率最高、市场想象空间最大的品类。生鲜电商难做,但其 3%的行业渗透率、高达数千亿的市场规模、高消费频次、刚需的特性,仍然吸引大量公司投身其中。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为,生鲜电商未来的发展还是值得期待的。同时,2017 年上半年,生鲜电商领域共发生四起融资事件,虽然融资事件数量颇少,但是融资金额普遍较大,并且引进的资本力量比较雄厚,可以看出,各大资本对生鲜电商市场的看重。

不过,数据显示,生鲜电商也正在经历着一轮新的革新改变。由于成本居高不下、配套冷链物流体系不健全,4000 多家生鲜电商仅 1%盈利,88%亏损。与传统电商相比,生鲜电商的获客成本和流量成本更高,需要大量资本补贴烧钱,而一些规模较小的公司由于缺乏经验与资金,很容易半途而废。

此外,生鲜电商去年发展迅猛,大多数都在渗透线下门店,想要形成全渠道销售模式。《报告》指出,生鲜电商想要更好的发展需从以下三个角度入手:

1、从产品入手,实现价值杠杆化。

在生鲜电商出现之前,消费者只有一个生鲜购物的场景,就是线下。现在要想把目标客户的消费场景和习惯从线下转移到线上来,按照一般的理论,这个新的模式必须要在服务与质量上实现 30%以上的价值提升,甚至更高,否则目标客户不会轻易转变。

2、从商业模式入手,实现产业一体化。

生鲜电商作为一个新的商业模式,需要自己推动供货商转型,专门为电商生产生鲜产品,最主要的就是要做好通路,一头连产地,一头连顾客,通过自己的力量在产地和顾客之间把这个桥梁搭建起来,形成端到端的供应流通体系,然后形成一整套的供应链体系。以往看供应链,多侧重理解为流通,而在生鲜电商时



代的供应链，更多体现的是产品是否能满足变化的需求，带来持续购买，增加利润，形成品牌，走向良性循环。

3、从冷链入手，实现物流产品化。

生鲜电商的发展，离不开冷链物流的强有力支撑。对于当前生鲜电商的冷链物流配送，主要分为两类：一类是以易果生鲜、顺丰优选、两鲜、每日优鲜、沱沱工社为等代表的自建物流模式；另一类是以本来生活、一米鲜、喵鲜生、拼好货等为代表的第三方物流模式。

八、王府井与首航国力达成战略合作

9月26日，王府井集团股份有限公司和北京首航国力商贸有限公司战略合作暨合资公司签约仪式在王府井集团总部举行。根据双方签订的战略合作框架协议，双方共同出资组建合资公司，注册资金1亿元，王府井集团成为第一大股东（控股股东），合资公司近期将重点在京津冀和北方地区发展连锁生鲜超市，并新筹建一个大型现代物流及社区生鲜共配中心。之后，王府井集团将收购北京首航国力公司的部分股权，成为北京首航国力公司的第一大股东。

九、天猫与海澜之家正式签署新零售战略合作

8月30日，在阿里CEO张勇与海澜集团董事长周建平共同见证下，天猫与海澜之家正式签署新零售战略合作，海澜之家旗下5000家线下门店将全面升级为新零售“智慧门店”。

未来，男装国民品牌海澜之家领军众多自有品牌组成的品牌集群，将在新品首发、品牌建设、产品创新、大数据赋能、全渠道融合等多个方面，与天猫共同展开新零售的深度探索。

对于双方来说，重要的不仅是市场的共享扩大。双方需要的不是物理叠加，而是化学反应。海澜之家和天猫的战略合作，背后是一条明晰的“核聚反应”链——深入重塑消费者价值、持续创造股东价值、建立新的商业秩序、创造全新的生活方式。

深入重塑消费者价值是首要的变化，以海澜之家和支付宝此前达成合作的狂欢季为例，通过资源共享，在场景体验和公益内容层面，给消费者带来物质与精神双重的价值提升和满足感。



通过人工智能、增强现实、虚拟现实等一系列技术的运用，双方或将创造以消费者深层需求为核心，具备高效店铺运营效率、全渠道订单处理能力，能实时感知并满足消费者的新型零售门店。

满足市场，才能持续创造股东价值。双方协同完成产业链和价值链的重构，是对未来商业的提前布局。在消费者珍视体验胜于产品的时代抢占新零售先机，进行要素重构，以消费者为核心对要素资源重新配置，天猫与海澜通过合作都将优化企业、资本、消费者共赢的新生态。

共同面对更大的商业市场，更具意义的成长型消费者，或将驱动以渠道推动的前端的改革，影响整个经济商业模式的变化。这场革命式的零售变革巨浪已经掀起，模糊线上线下边界，一种新的商业秩序正在被建立，一种未来的生活方式正在被创造。

III 本月商超行业运行分析

一、浙江东阳银泰城开业 100 多个品牌首次入驻东阳

9 月 26 日上午，东阳银泰城购物中心开业。

银泰城作为中国第四代城市高端综合体的代表，是城市新中心的重要引擎和驱动力。东阳银泰城以时尚精致的商业定位，打造东阳城区高品质的一站式购物中心，充分满足了东阳及周边 100 万群众的购物需求。

为了进一步满足群众对大牌、潮牌的追求，东阳银泰城购物中心大胆引进 200 余个品牌，其中有 100 多个系首次入驻东阳，包括麦当劳、DQ 等。此外，有博纳影院、大型儿童游乐场菲菲羊、酒吧式 KTV 唛浪 M1 CLUB、立刻健身、爱因宝、H&M、优衣库等 8 家主力店，为消费者提供全新的生活体验。

二、龙湖商业苏州首个商业项目狮山天街正式开业

9 月 28 日，龙湖商业在苏州的第一个商业项目狮山天街正式开业。这座体量 28 万方的商业综合体，是目前长山角地区最大的天街。

据悉，项目总投资近 100 亿，总建筑面积 75 万方，位于高新区狮山路与塔园路交汇处，涵盖住宅、写字楼和商业金街三大部分，共 7 层。集合职、游、住、学、食、艺、灵、乐 8 大生活机能为一体的苏州狮山天街开业后，是狮山商圈极富竞争力的商业体之一。

为满足周边居民一站式的消费需求，苏州狮山天街将引入 400 家品牌，其中不乏 Ole 精品超市、UME 国际影城、全明星滑冰俱乐部、OCE、西西弗书店等首进苏州的品牌。

在餐饮上，米其林餐厅翡翠拉面小笼包、鹅夫人、网红餐厅 awfully chocolate、花蒲甜品、半山小馆、南京大牌档、pizza marzano、澳拜客、KFC 园林餐厅、泰炯等品牌业已入驻。

同时，苏州狮山天街还注重了亲子交流，引入昆塔乐园、孩子王、金宝贝、玩具反斗城、乐高活动中心、Balabala、灰姑娘、天才宝贝等儿童品牌。



三、永辉精致超市 BRAVOYH 邢台中北新世纪广场店开业

9月27日，永辉精致超市 BRAVOYH 中北新世纪广场店开业，该店位于河北省邢台市桥东区中兴东大街与新华路交口东北侧，总面积4941平方米。

该店引进了大量的高端进口商品以及时尚品牌精品，在商品结构上有了高层次的调整，打造出了一个集精品、时尚品等为一体的购物超市。

四、家乐福推出属于自己的钱包

移动支付领域再多一员猛将，零售巨头家乐福入局。9月28日，家乐福推出了属于自己的钱包“CarrefourPay”，围绕场景化进行“互联网+支付”改革，是业内首个共同经营场景化支付的产品。此举凸显了家乐福大力推进移动支付创新的决心。

同日，家乐福与中国银联在上海正式签署全面业务合作协议，双方将通过资源共享、优势互补，共同打造移动支付可信生态圈。

家乐福方面表示，在此次与中国银联的跨界合作中，双方将围绕综合支付平台、会员体系建设、安全支付、大数据分析、智慧零售等方面展开深入合作，致力于为消费者提供安全、快捷、实惠的支付服务体验。

在新零售氛围下，CarrefourPay 的推出是家乐福在互联网金融领悟的一项全新尝试。依托中国银联的平台优势，家乐福可通过大数据更好地了解消费者的需求和购物习惯，据此来不断优化自身的商品结构，以提升消费者满意度，增加用户粘性。



IV 行业区域运行动态

一、广东连锁经营发展报告：便利店、社区超市成零售新宠

近日，广东省连锁经营协会发布了《2016 年度广东连锁经营发展报告》，就 2016 年连锁经营五十强的发展状况和发展特点进行了剖析，对目前行业存在的问题进行了解读分析。

2016 年，受电子商务的冲击加上人力物业的成本上涨影响，大型综合零售企业销售出现下滑。在连锁五十强企业中，以百货店、大型综合超市为主营业态的大型综合零售企业共计 18 家上榜，实现销售规模 2767 亿元，比上年下滑 0.2%，门店数量 4252 间，比上年下滑 2.7%。

值得一提的是，2016 年精品、社区超市和便利店成零售业新宠。调查数据显示，广东省连锁经营协会 15 家超市业态会员单位全年在广东新开超市 104 家，精品或社区超市数量占全部数量的比重达到 78%。其中，华润万家、嘉荣、天和等传统大型综合零售企业均已布局精品或社区超市，传统“价格战”升级为“品质战”，优化和提升顾客消费体验；保利地产打造的社区生活超市“比邻”品牌全速扩张，全年新增 21 家门店，广东胜佳、深圳美宜多等社区超市也快速发展。

同时便利店也成为中国零售市场成长最快的业态之一。广东省连锁经营协会调查显示，2016 年广东便利店店铺数量增长 18.6%，销售增长 12.6%，增速均远远高于大型综合超市。截止 2016 年 12 月，经国家商务部备案的 16 家广东便利店企业门店数超过 2.5 万家，其中超过八成集中在珠江三角洲地区。

二、盒马鲜生落户杭州

9 月 28 日，盒马鲜生杭州首店开业，首店地址在杭州市拱墅区台州路 2 号运河上街购物中心 B1 层，面积约 5000 平方米，除去仓库和厨房，正常营业面积在 3000 平米。

在正式开业前，这家店已经从 9 月上旬在线上试运营了近半个月。这家店的落地，标志着盒马正式来到阿里巴巴大本营。



三、北京市百货大楼整体改造 500 余品牌重装升级

随着近来北京环境整治促提升工作的落实，曾被誉为“新中国第一店”的北京市百货大楼也进行了整体改造升级。“点亮金街——百货大楼亮灯仪式”近日在北京市百货大楼楼前广场举行。百货大楼内部也进行了经营调整，500 余品牌重装升级。

据了解，此次楼体改造以恢复建筑原貌为宗旨，百货大楼外立面的广告牌都已被撤下，完整展露了大楼原有的充满历史感的楼体建筑。百货大楼内部也进行了经营调整，500 余品牌重装升级，打造了诸如女士内衣馆、精品女鞋馆、时尚运动区等以品类为标准划分的区域。今年 12 月，面积约一万平方米的儿童体验式购物中心——“哈姆雷斯”旗舰店也将在百货大楼开业，这是百货大楼对体验式消费的新型探索。



V 重点企业跟踪

一、江南布衣净利涨近四成

9月18日，江南布衣发布了2017财年报告。报告显示，截至2017年6月30日，江南布衣共获得收入23.32亿元，较上年同期增长22.6%；净利润为3.32亿元，较上年同期增长38.5%。与此同时，为拓展品牌多元化发展，江南布衣还相继推出了青少年设计师品牌蓬马和设计师家居品牌JNBYHOME。

2017财年是江南布衣上市后首个财年，江南布衣方面表示，受益于消费升级，追求生活品位的人群快速增长，消费者对个性化和时尚产品的需求不断提升，越来越寻求能彰显个性的产品，因此设计师品牌所处的细分化市场潜力巨大。江南布衣旗下最主要的女装设计师品牌INBY获得收入1.68亿元，较上年同期增长14.1%，占集团总收入的58.5%。

财报显示，过去公司大部分收入来自女装，近年来不断推出男装及男童、家居等产品类别，未来将利用成熟的品牌形象进一步发展全面的设计主导平台及扩充产品组合。不过，为了支持产品扩充计划，需要聘请更多在管理不同品牌及产品类别方面具备专业知识的人员，同时需要投入大量财务及管理资源用于研发，推出的任何新品牌或产品类别均可能无法达到预计的销售目标，公司将面临相应风险。

值得注意的是，粉丝经济仍为江南布衣业绩增长贡献的主要力量。2017财年，江南布衣拥有会员账户超200万个，活跃会员账户数目超26万个，较上年同期增长27%。2017财年，购买总额超过5000元的会员达11.8万个，会员所贡献的零售额占零售总额的62.6%。

二、永辉、人人乐等6家超市前三季度业绩预告出炉

截止目前，有6家超市上市企业公布了前三季度的业绩预告。其中，永辉、步步高、华联综超、红旗连锁等4家企业都有望继续保持盈利或者盈利增长；而人人乐预计亏损扩大、新华都则下滑明显。



永辉超市：预计实现较大增长

上半年净利增长近 6 成，而基于上半年较大的净利增幅，永辉“预计年初至下一报告期期末的累计净利润可能与上年同期相比发生较大增长。”

截止上半年，永辉在全国一共拥有门店 549 家，包括 357 家红标店、132 家绿标店、有 4 家优选店、51 家会员店和 5 家超级物种门店。

步步高：预计增长 0.00%至 30.00%

步步高上半年净利实现超两成增长，线上线下业务融合发展创造了新的利润增长点。得益于“销售增长带动利润增长”，步步高“预计 1-9 月归属于上市公司股东的净利润变动区间 1.74 至 2.26 亿元，变动幅度 0.00%至 30.00%。”

截止上半年，步步高拥有各业态门店 304 家，其中超市业态门店 250 家、百货业态门店 54 家（含梅西商业门店）。

华联综超：累计净利为盈利

华联综超上半年净利润增加 198.20%，实现同期扭亏为盈。“由于公司加强运营管理、调整商品结构等措施，预计年初至下一报告期期末的累计净利润为盈利。”

截止上半年，华联综超门店总数 154 家，其中生活超市 142 家，高级超市 12 家。

人人乐：预计亏损达 2.3-2.9 亿

人人乐去年同期盈利 1633 万元，刚刚摘帽后又交出一份全面下滑的成绩单。而前三季度亏损将继续扩大，“预计 1-9 月亏损达 2.3-2.9 亿元。”

对此，人人乐表示：“公司计划根据实际情况审慎关闭、处置部分租赁合同即将到期、长期亏损且经过调整后业绩仍改善无望的门店，将会造成关店损失；三季度拟新增新业态门店数量较多，预计开店成本将增大。”

截止上半年，人人乐已开设 121 家自营门店。

新华都：预计增长-99.53%至-85.84%

新华都上半年净利下滑近 15%，而前三季度下滑仍将继续，“预计 1 至 9 月归属于上市公司股东的净利润变动区间在 100 万元至 3000 万元之间，变动幅度在 -99.53%至-85.84%。”新华都表示，这主要是“受上年同期转让长沙中泛置业公司的 19.5%股权，本年第 3 季度主力门店装修等影响。”



红旗连锁：预计增长-15.00%至 3.00%

红旗连锁上半年净利润有所下降，而下半年有望实现正增长，“预计 1-9 月归属于上市公司股东的净利润 1.15 亿元至 1.39 亿元，变动幅度为-15.00%至 3.00%。”红旗连锁表示，业绩变动主要是“公司不断优化商品品类、管理更加精细化，有力促进销售业绩提高”。

截止上半年，新华都门店数为 131 家，其中超市 124 家、百货 7 家。

三、印力集团新作南通印象城 9 月 28 日正式开业

由印力集团打造的南通印象城于 9 月 28 日开业，将打造集时尚、艺术、潮流一身的 29 万方 Lifestyle 商业综合体。

项目坐落于崇川区工农南路与洪江路交汇处，涵盖 15 万方购物中心、3.5 万方生态办公楼、3.5 万方印象公馆以及 0.77 万方印象街区特色配套商业。

内部开设 500m 环河主题公园、2000 平米河滨景观区，2000 平米开放式景观艺术广场，1000 平米艺术共享空间，300m 主题创意街区，2000 平米屋顶农场，2260 平米屋顶花园等，还有包括设计师集合店，地下森林剧场，屋顶涂鸦广场等在内的创意社群公共设施。



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。