

2017年第9期

中国商超行业研究月报

2017年9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.....	10
(四) 进出口情况分析.....	13
二、财政货币政策	14
(一) 财政政策.....	14
(二) 货币政策.....	15
II 本月关注	17
一、前 7 月中国社会物流总额同比增长 7.0%	17
二、百度外卖成饿了么全资子公司	17
三、阿里进军租房市场	18
四、易果与哈密达成战略合作 发力办公室自助零售	18
五、永辉超级物种浙江第一家店签约古墩印象城	19
六、永辉超市与调调科技战略合作	19
III 本月商超行业运行分析	21
一、王府井拟近 43 亿吸收合并母公司	21
二、红星美凯龙上半年营收 51 亿 同比增长 10.6%	21
三、天猫年内将改造万家街边小店	22
四、浙江跨境电商产业集群效应初显	22
IV 行业区域运行动态	23
一、合肥百货拟投 39 亿建农产品国际物流园	23
二、山姆会员商店重点布局江苏	23
三、中国贸促会与天津自贸区将在八领域深化合作	23



V 重点企业跟踪	25
一、国美半年报：综合毛利率 17.8%	25
二、苏宁上半年业绩全线增长	25
三、浙江美大实业与红星美凯龙签署战略合作协议	26



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)	7
图表 3: 工业生产者出厂价格涨跌幅走势.....	8
图表 4: 2017 年 7 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 7 月全国居民消费价格涨跌幅.....	11
图表 8: 7 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅.....	12
图表 9: 7 月份居民消费价格分类别环比涨跌幅.....	13



I 宏观经济

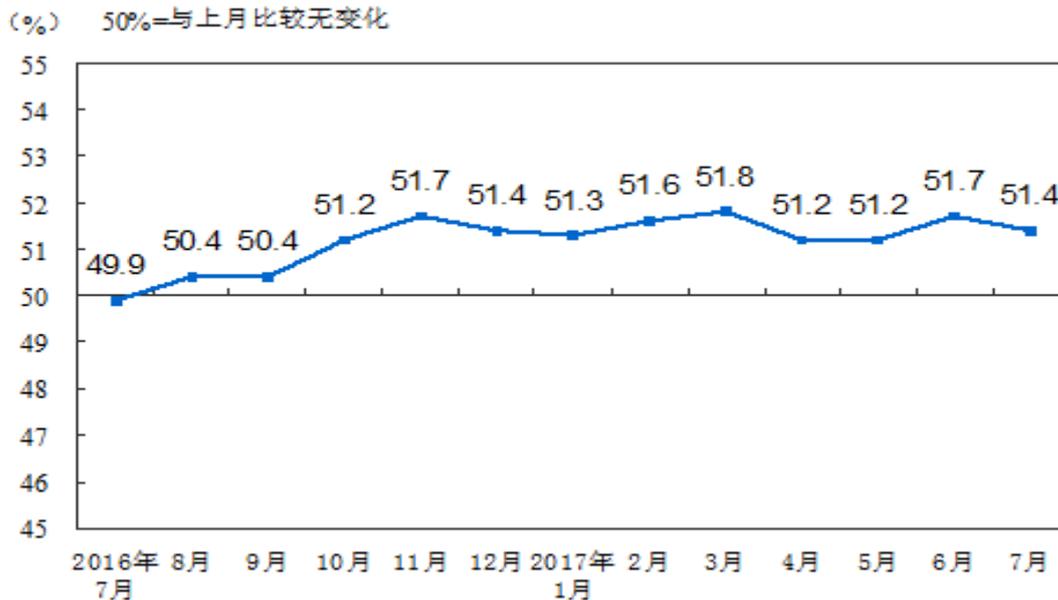
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 2017 年年 7 月中国制造业采购经理指数为 51.4%

2017 年 7 月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为 51.4%，比上月小幅回落 0.3 个百分点，与上半年均值基本持平，制造业总体走势平稳。

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

分行业看，服务业商务活动指数为 53.1%，比上月回落 0.7 个百分点，但高于去年同期 0.5 个百分点，服务业延续了较快增长态势。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、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，业务总量实现快速增长。道路运输业、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 62.5%，比上月上升 1.1 个百分点，企业生产保持快速增长。



新订单指数为 51.1%，比上月回落 0.3 个百分点，保持在临界点以上，表明非制造业市场需求增速略有放缓。分行业看，服务业新订单指数为 50.2%，比上月回落 0.5 个百分点，连续 3 个月位于扩张区间。建筑业新订单指数为 56.0%，比上月上升 0.6 个百分点，持续高于临界点。

投入品价格指数为 53.1%，比上月上升 1.9 个百分点，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持续上涨。分行业看，服务业投入品价格指数为 51.9%，比上月上升 2.3 个百分点。建筑业投入品价格指数为 59.8%，比上月回落 0.1 个百分点。

销售价格指数为 50.9%，比上月上升 1.6 个百分点，重返临界点之上，表明非制造业销售价格总体水平有所上涨。分行业看，服务业销售价格指数为 50.6%，比上月回升 1.8 个百分点。建筑业销售价格指数为 52.5%，比上月上升 0.5 个百分点。

从业人员指数为 49.5%，比上月微落 0.1 个百分点，持续位于临界点以下，表明非制造业从业人员数量继续减少。分行业看，服务业从业人员指数为 48.6%，比上月回落 0.6 个百分点。建筑业从业人员指数为 54.2%，比上月上升 2.3 个百分点。

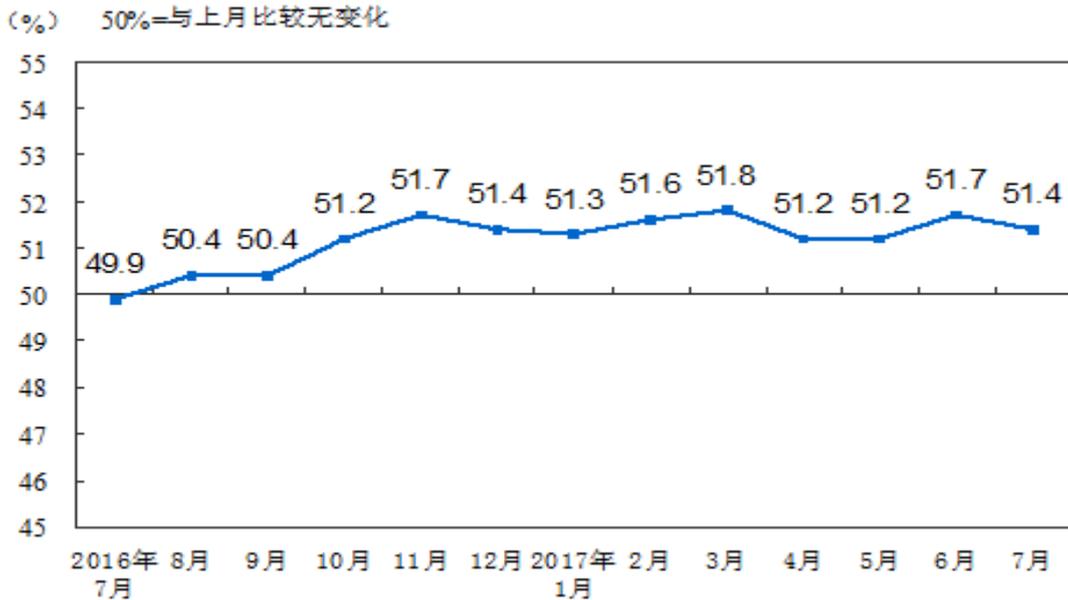
业务活动预期指数为 61.1%，与上月持平，连续 3 个月位于高位景气区间。分行业看，服务业业务活动预期指数为 60.4%，比上月上升 0.4 个百分点。建筑业业务活动预期指数为 65.3%，比上月回落 2.3 个百分点。

2、2017 年 7 月中国非制造业商务活动指数为 51.4%

2017 年 7 月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为 51.4%，比上月小幅回落 0.3 个百分点，与上半年均值基本持平，制造业总体走势平稳。



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

分企业规模看，大型企业 PMI 为 52.9%，比上月上升 0.2 个百分点，连续两个月回升；中型企业 PMI 为 49.6%，比上月下降 0.9 个百分点，落至临界点以下；小型企业 PMI 为 48.9%，比上月下降 1.2 个百分点，低于临界点。

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、新订单指数和供应商配送时间指数高于临界点，原材料库存指数和从业人员指数低于临界点。

生产指数为 53.5%，比上月回落 0.9 个百分点，仍位于扩张区间，表明制造业生产增速有所减缓。

新订单指数为 52.8%，比上月回落 0.3 个百分点，继续位于临界点之上，表明制造业市场需求扩张略有放缓。

原材料库存指数为 48.5%，比上月下降 0.1 个百分点，低于临界点，表明制造业主要原材料库存量持续下降。

从业人员指数为 49.2%，比上月回升 0.2 个百分点，低于临界点，表明制造业企业用工量降幅有所收窄。

供应商配送时间指数为 50.1%，比上月上升 0.2 个百分点，升至临界点之上，表明制造业原材料供应商交货时间有所加快。

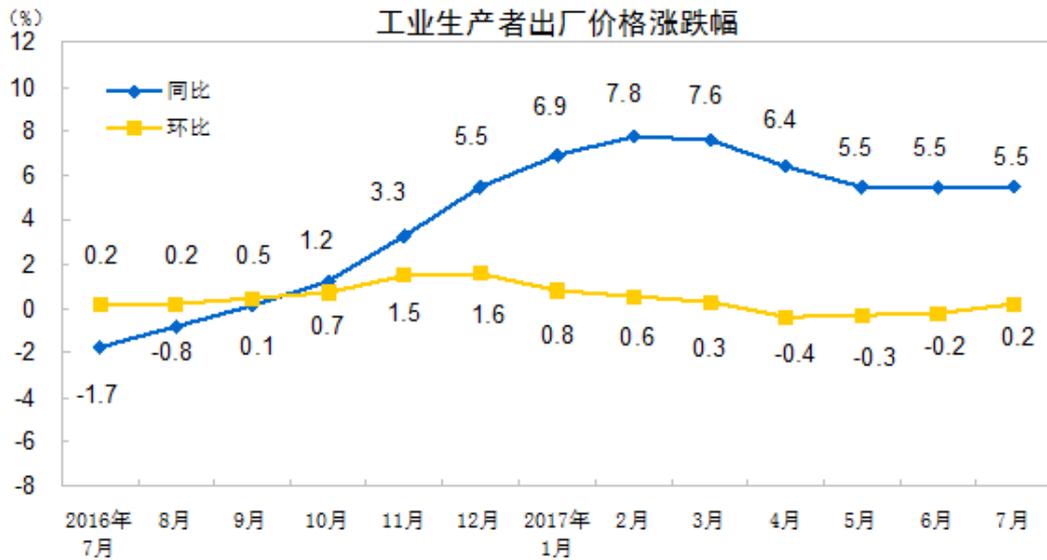


(二) 工业生产者价格变动情况

2017年7月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨5.5%，环比上涨0.2%。工业生产者购进价格同比上涨7.0%，环比持平（涨跌幅度为0，下同）。1-7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8.5%。

图表 3：工业生产者出厂价格涨跌幅走势

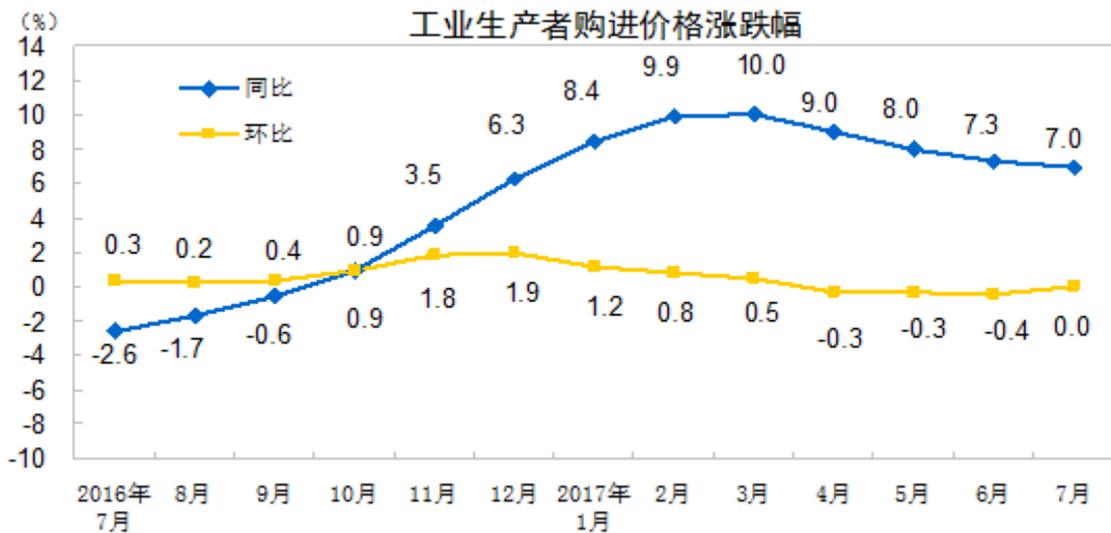
单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2017年7月工业生产者购进价格涨跌幅走势

单位：%



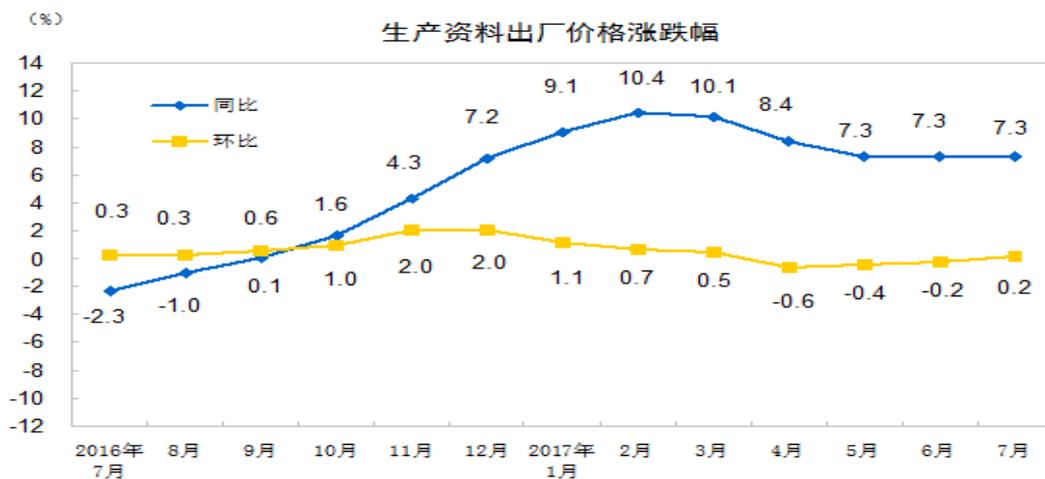


数据来源：国家统计局 银联信

1、工业生产者价格同比变动情况

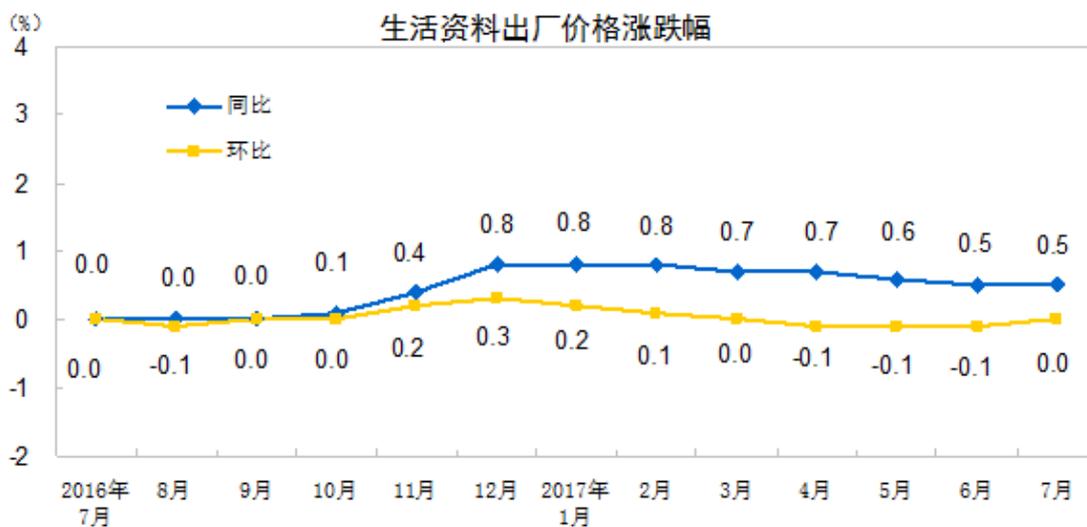
工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨 7.3%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 5.4 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 15.8%，原材料工业价格上涨 9.3%，加工工业价格上涨 5.8%。生活资料价格同比上涨 0.5%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.1 个百分点。其中，食品价格上涨 0.4%，衣着价格上涨 1.2%，一般日用品价格上涨 0.6%，耐用消费品价格持平。

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 14.1%，有色金属材料及电线类价格上涨 13.2%，燃料动力类价格上涨 10.7%，建筑材料及非金属类价格上涨 9.3%。

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 0.2%，

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，采掘工业价格下降 1.1%，原材料工业价格下降 0.2%，加工工业价格上涨 0.5%。生活资料价格环比持平。其中，食品价格上涨 0.1%，衣着和耐用消费品价格均持平，一般日用品价格下降 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 1.0%，黑色金属材料类价格上涨 0.7%；燃料动力类价格下降 1.2%。

（三）居民消费价格变动情况

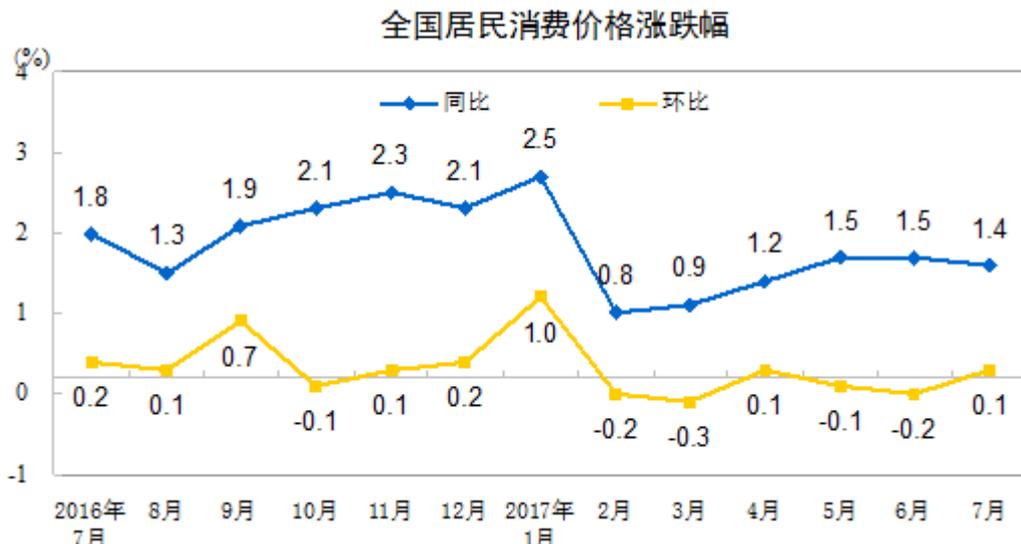
2017 年 7 月份，全国居民消费价格同比上涨 1.4%。其中，城市上涨 1.5%，农村上涨 1.0%；食品价格下降 1.1%，非食品价格上涨 2.0%；消费品价格上涨 0.5%，服务价格上涨 2.9%。1-7 月平均，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨 1.4%。

7 月份，全国居民消费价格环比上涨 0.1%。其中，城市上涨 0.1%，农村持平；食品价格下降 0.1%，非食品价格上涨 0.2%；消费品价格下降 0.2%，服务价格上涨 0.6%。



图表 7：2017 年 7 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

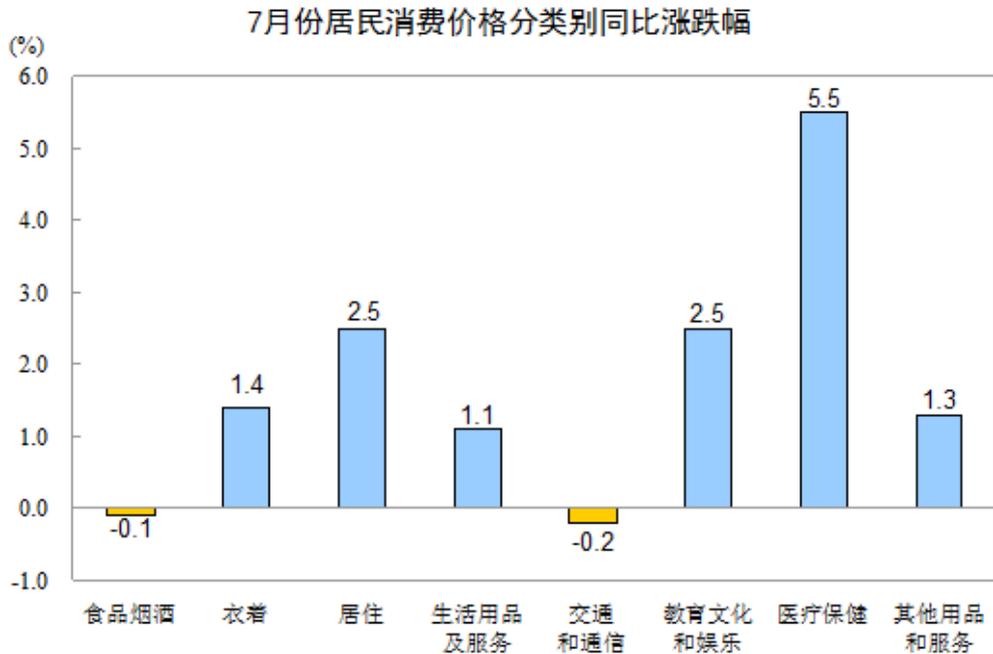
7 月份，食品烟酒价格同比下降 0.1%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点。其中，畜肉类价格下降 9.8%，影响 CPI 下降约 0.49 个百分点（猪肉价格下降 15.5%，影响 CPI 下降约 0.46 个百分点）；蛋类价格下降 4.9%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；鲜菜价格上涨 9.1%，影响 CPI 上涨约 0.20 个百分点；水产品价格上涨 4.3%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；鲜果价格上涨 1.7%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点；粮食价格上涨 1.6%，影响 CPI 上涨约 0.03 个百分点。

7 月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，医疗保健价格上涨 5.5%，居住、教育文化和娱乐价格均上涨 2.5%，衣着、其他用品和服务、生活用品及服务价格分别上涨 1.4%、1.3%和 1.1%；交通和通信价格下降 0.2%。



图表 8：7 月份居民销售价格分类别同比涨跌幅

单位：%



数据来源：国家统计局 银联信

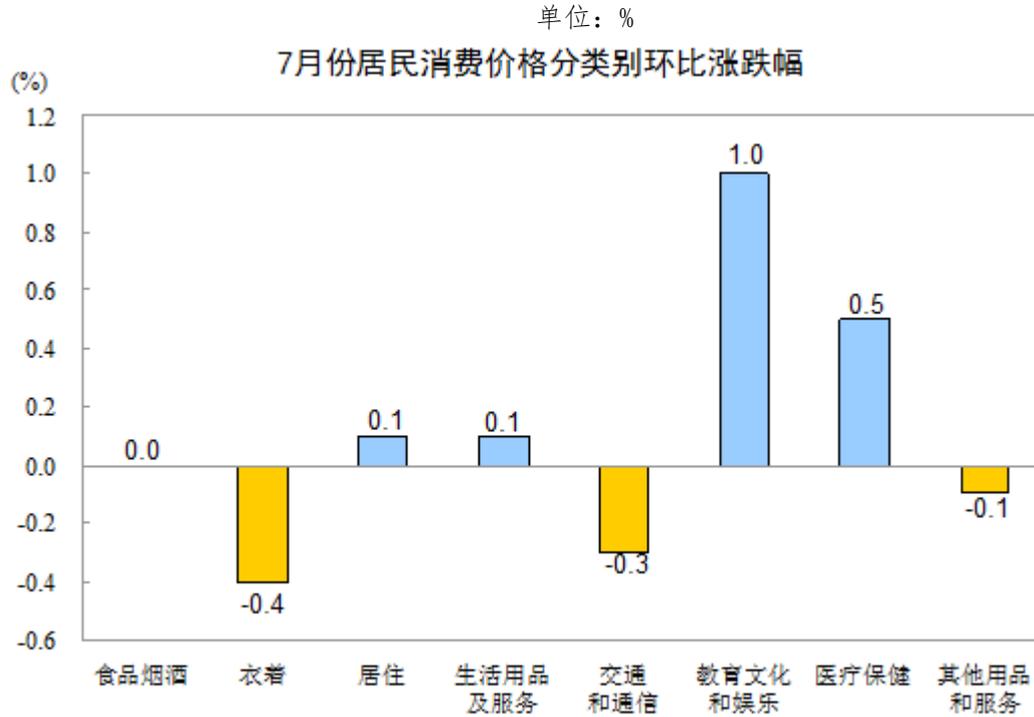
2、各类商品及服务价格环比变动情况

7 月份，食品烟酒价格环比持平。其中，鲜菜价格上涨 7.0%，影响 CPI 上涨约 0.15 个百分点；蛋类价格上涨 3.2%，影响 CPI 上涨约 0.02 个百分点；鲜果价格下降 9.2%，影响 CPI 下降约 0.16 个百分点；畜肉类价格下降 0.5%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点(猪肉价格下降 0.7%，影响 CPI 下降约 0.02 个百分点)。

7 月份，其他七大类价格环比四涨三降。其中，教育文化和娱乐、医疗保健价格分别上涨 1.0%和 0.5%，居住、生活用品及服务价格均上涨 0.1%；衣着、交通和通信、其他用品和服务价格分别下降 0.4%、0.3%和 0.1%。



图表 9：7 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

7 月份，我国进出口总值 2.32 万亿元人民币，同比增长 12.7%。其中，出口 1.32 万亿元，增长 11.2%；进口 1 万亿元，增长 14.7%；贸易顺差 3212 亿元，扩大 1.4%。受去年同期基数抬高等因素影响，7 月份进出口增速环比 6 月份回落。

从今年前 7 个月汇总数据来看，我国货物贸易进出口总值 15.46 万亿元人民币，比去年同期增长 18.5%。其中，出口 8.53 万亿元，增长 14.4%；进口 6.93 万亿元，增长 24%；贸易顺差 1.6 万亿元，收窄 14.5%。欧盟、美国、东盟、日本为我国前四大贸易伙伴。

出口方面，机电产品、传统劳动密集型产品仍为我国出口主力。前 7 个月，我国机电产品出 4.87 万亿元，增长 14.2%，占出口总值的 57.1%。服装、纺织品等 7 大类劳动密集型产品合计出口 1.77 万亿元，增长 12.3%，占出口总值的 20.7%。



进口方面，铁矿砂、原油和天然气等大宗商品进口量价齐升。机电产品、汽车等进口增速较快，其中机电产品进口 3.08 万亿元，增长 14.7%，汽车进口 69 万辆，增加 22%。

值得关注的是，7 月中国外贸出口先导指数为 41.9，较上月上升 0.4，显示出口形势仍较为乐观。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

7 月份，全国一般公共预算收入 16457 亿元，同比增长 11.1%。其中，中央一般公共预算收入 8509 亿元，同比增长 9.6%；地方一般公共预算本级收入 7948 亿元，同比增长 12.8%。全国一般公共预算收入中的税收收入 14429 亿元，同比增长 13.4%；非税收入 2028 亿元，同比下降 2.9%。

1-7 月累计，全国一般公共预算收入 110762 亿元，同比增长 10%。其中，中央一般公共预算收入 52400 亿元，同比增长 9.6%，为年初预算的 66.7%；地方一般公共预算本级收入 58362 亿元，同比增长 10.4%，为年初代编预算的 64.8%。全国一般公共预算收入中的税收收入 94503 亿元，同比增长 11.2%；非税收入 16259 亿元，同比增长 3.4%。

2、一般公共预算支出情况

7 月份，全国一般公共预算支出 13496 亿元，同比增长 5.4%。其中，中央一般公共预算本级支出 2328 亿元，同比增长 6.3%；地方一般公共预算支出 11168 亿元，同比增长 5.2%。本月支出增幅有所回落，主要是前期支出进度加快，相关资金已提前拨付。

1-7 月累计，全国一般公共预算支出 116979 亿元，同比增长 14.5%。其中，中央一般公共预算本级支出 16523 亿元，同比增长 9%，为年初预算的 55.8%，比去年同期进度提高 0.4 个百分点；地方一般公共预算支出 100456 亿元，同比增长 15.5%，为年初代编预算的 61%，比去年同期进度提高 4.2 个百分点。

从主要支出项目情况看：教育支出 17088 亿元，增长 15.3%；科学技术支出 3413 亿元，增长 23.4%；文化体育与传媒支出 1524 亿元，增长 13.8%；社会保障和就业支出 16127 亿元，增长 23.5%；医疗卫生与计划生育支出 9387 亿元，



增长 16.7%；城乡社区支出 12742 亿元，增长 16.9%；农林水支出 9821 亿元，增长 10.6%；交通运输支出 6508 亿元，增长 8.5%；住房保障支出 3564 亿元，增长 3.6%；债务付息支出 3672 亿元，增长 34.4%。

（二）货币政策

1、广义货币增长 9.2%，狭义货币增长 15.3%

7 月末，广义货币(M2)余额 162.9 万亿元，同比增长 9.2%，增速分别比上月末和上年同期低 0.2 个和 1 个百分点；狭义货币(M1)余额 51.05 万亿元，同比增长 15.3%，增速比上月末高 0.3 个百分点，比上年同期低 10.1 个百分点；流通中货币(M0)余额 6.71 万亿元，同比增长 6.1%。当月净投放现金 151 亿元。

2、7 月份人民币贷款增加 8255 亿元，外币贷款增加 52 亿美元

7 月末，本外币贷款余额 121.04 万亿元，同比增长 13%。月末人民币贷款余额 115.4 万亿元，同比增长 13.2%，增速比上月末和上年同期均高 0.3 个百分点。当月人民币贷款增加 8255 亿元，同比多增 3619 亿元。分部门看，住户部门贷款增加 5616 亿元，其中，短期贷款增加 1071 亿元，中长期贷款增加 4544 亿元；非金融企业及机关团体贷款增加 3535 亿元，其中，短期贷款增加 626 亿元，中长期贷款增加 4332 亿元，票据融资减少 1662 亿元；非银行业金融机构贷款减少 851 亿元。月末，外币贷款余额 8379 亿美元，同比增长 7.4%。当月外币贷款增加 52 亿美元。

3、7 月份人民币存款增加 8160 亿元，外币存款增加 15 亿美元

7 月末，本外币存款余额 165.83 万亿元，同比增长 9.8%。月末人民币存款余额 160.48 万亿元，同比增长 9.4%，增速比上月末高 0.2 个百分点，比上年同期低 0.1 个百分点。当月人民币存款增加 8160 亿元，同比多增 3089 亿元。其中，住户存款减少 7515 亿元，非金融企业存款减少 3697 亿元，财政性存款增加 1.16 万亿元，非银行业金融机构存款增加 7391 亿元。月末，外币存款余额 7946 亿美元，同比增长 23.1%。当月外币存款增加 15 亿美元。

4、7 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.82%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.9%

7 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 68.7 万亿元，日均成交 3.27 万亿元，日均成交比上年同期下降 15.2%。其中，同业拆借日均成交同比下降 44.6%，现券日均成交同比下降 20.5%，质押式回购日均成交同比下降 8.4%。



7 月份同业拆借加权平均利率为 2.82%，比上月低 0.12 个百分点，比上年同期高 0.7 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.9%，比上月低 0.12 个百分点，比上年同期高 0.82 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 3434 亿元，直接投资人民币结算业务发生 1115 亿元

2017 年 7 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 2388 亿元、1046 亿元、221 亿元、894 亿元。



II 本月关注

一、前 7 月中国社会物流总额同比增长 7.0%

中国物流与采购联合会 8 月 22 日披露的最新统计数据显示，1 月至 7 月，中国全社会物流总额为 139.9 万亿，按可比价格计算，同比增长 7.0%，增速比上年同期提高 0.9 个百分点。

数据显示，1 月至 7 月工业品物流总额 129.7 万亿，按可比价格计算，同比增长 6.8%，增速比上年同期加快 0.8 个百分点；1 月至 7 月进口物流总额同比增长 11.4%，增速比上年同期提高 5.7 个百分点，连续六个月保持 10% 以上增长；1 月至 7 月，社会物流总费用为 6.7 万亿元，同比增长 10.1%，增速有所趋缓。

统计数据同时显示，1 月至 7 月，中国物流业总收入为 5.0 万亿元，同比增长 12.7%，比上年同期提高 8.6 个百分点。中国公路物流运价指数 1 月至 7 月平均为 108.7 点，比上年增长 7.1%；中国沿海(散货)综合运价指数 1 至 7 月平均为 1056.44 点，比上年增长 27.3%，高于上年同期水平。

从后期走势看，随着 8、9 月高温和雨季等季节性因素影响不断减弱，中国物流运行环境趋好。从 PMI(制造业采购经理指数)数据看，市场需求较好，企业接单状况继续改善，未来物流需求有望保持稳定增长；从先行指标看，7 月份物流业景气指数中的新订单指数为 52.9%，业务活动预期指数为 57.2%，均保持在较高水平，表明物流企业对市场预期良好，信心较足。综合来看，下半年中国物流运行仍将保持平稳向好的发展态势。

二、百度外卖成饿了么全资子公司

8 月 4 日，在阿里巴巴的融资支持下，饿了么正式宣布：百度外卖成为饿了么的全资子公司。这意味着中国互联网餐饮外卖市场“三分天下”的时代结束，饿了么和美团外卖两大外卖平台正式展开了“双雄争霸赛”。

艾媒咨询发布的数据显示，美团外卖、饿了么、百度外卖三家外卖平台占据中国在线餐饮外卖市场份额超过九成；易观发布的数据显示，截至 2017 年 6 月，



饿了么 APP(手机应用)月度活跃人数达 3402.0 万人，美团外卖月度活跃人数达 2989.7 万人，百度外卖月度活跃人数达 1748.9 万人。三家外卖平台成“三足鼎立”的局面。

然而，随着饿了么“吞并”百度外卖，曾经属于阿里、腾讯、百度“三国”的战场如今将由阿里和腾讯两家主导，中国互联网餐饮外卖市场也将重新洗牌。

三、阿里进军租房市场

8月9日，阿里巴巴集团、蚂蚁金服集团与杭州住保房管局在杭州市人民政府会议中心就合作搭建智慧住房租赁监管服务平台举行签约仪式。

根据杭州公布的方案，杭州全城的租赁房源将全面引入芝麻信用，利用其实人认证、信用评估、免押月付及信用黑白名单能力，为房东、租客、中介建立诚信档案。杭州也由此成为全国第一个明确提出要把所有租赁房屋都纳入信用体系的城市。

未来，杭州市的每一套可租房源、每一个租客、每一个房东，以及每一个中介服务人员，都将对应一套完善的信用评价体系。在杭州租房，以后可以不再需要“押一付六”“押一付三”等，只要信用好，不仅能免押金，租金还可以按月来付。

四、易果与哈米达成战略合作 发力办公室自助零售

8月30日，易果集团宣布已与办公室自助零售企业哈米科技达成战略合作，共同推进办公室自助零售项目落地。

易果将从生鲜供应链、冷链配送、企业福利等角度，全面赋能哈米科技的新零售项目，助力哈米魔方货柜形成立体、全面的垂直闭环，为企业场景中的消费者，提供更好的商品和服务。

无人售货的项目俨然已成为各路资本竞相追逐的焦点。从过往的商业经验来看，明面上是比拼各家创业公司的地推能力，看谁能将货架摆放到更多公司的茶水间里。但从长远来看，谁能接入更好的商品和服务，真正为客户创造价值，才是这个项目的本质。这也是易果与哈米合作的初衷所在。



易果将开放相应的服务体系给哈米，助力其完善业务的闭环，并丰富其服务用户的业务场景。

1、易果会将自己的生鲜供应链体系全面开放给哈米，用强用户黏性的生鲜商品，帮助哈米打造差异化的商品矩阵；

2、在办公室货架 SKU 有限的前提下，易果会将 1 小时送达的服务体系介入哈米，更好满足办公人群的生鲜即时需求；

3、对于办公场景下的一些计划性和定制性需求，易果也会将原有的 B2C 服务能力向哈米开放；

4、易果会根据过往在企业福利上积累的经验，助力哈米在这块业务上建立完整且系统的解决方案。

五、永辉超级物种浙江第一家店签约古墩印象城

8 月 21 日，永辉超级物种浙江首店正式签约古墩印象城。

杭州古墩印象城位于古墩路 588 号，其建筑面积近 8 万方，停车位近 800 个，作为精致型社区购物中心，生活购物俱是便利，其服务于城西的高密度住宅及城北、三墩的主力消费群体，购物、餐饮、休闲、娱乐等多元化的组合，营造社区的“生活乐园”，让客户享受物超所值的服务。本次将要进驻杭州古墩印象城的永辉超级物种面积为 900 平方米，计划国庆节前开业，为杭州首店，也是浙江第一家店。

截止 7 月底，超级物种在福州、厦门、深圳、南京等地已经开出六家店。此外，永辉已在香港、新加坡、美国、澳洲及台湾等目标市场注册分公司，未来将采取与在地企业合作，进行品牌(包含后端技术及供应链支持)输出的方式，进行超级物种的拓点。

六、永辉超市与调调科技战略合作

为构建新一代智能化未来超市，永辉超市（专题阅读）与调调科技达成战略合作，永辉线下门店及全新业态“超级物种”将采用调调科技提供的智能照明解决方案。目前，永辉旗下的 112 家超市已全部采用了调调的照明产品，一线发达地区基本已经全部覆盖。



目前永辉超市门店不仅在货架区安装了调调科技定制版高显色 LED，还在就餐区安装了智能照明系列产品超级电灯。人们在就餐的时候，能够通过多种情景模式，直观地感受到智能照明带来的体验升级，从而吸引到更多年轻消费者。

在商场不断着力体验升级的当下，灯光同样是超市提升品质，增加体验感的主体之一。超市照明通过合理的明暗搭配有助于提高顾客的体验感，增强舒适性。超市中的灯光虽不起眼，作用却远超想象：

在果蔬区，商品需要呈现出新鲜感，果蔬表面要呈现出光泽，并且不能使用发热量过高的灯具造成生鲜水果的水分流失。

在熟食区，超市应重点关注光色表现，偏暖色的灯光让肉色和禽类产品看上去更加健康。

在烘培区，柔和的暖光可以让人联想到温馨的家庭聚餐。

在生鲜区，却要用 5000K 以上的冷光，搭配冰块，表现出海面一般的光泽。

未来的超市将成为新零售购物体验中心，全面满足用户“消费升级，生活升级，使用升级”的一站式需求。其中，照明系统的智能化升级在空间升级中非常重要，电子化、数据化是未来趋势，线下超市也可以拥有更多年轻与科技元素。

据悉，永辉超市与调调科技将继续深入合作，探索新一代未来超市应有的购物体验与消费方式，实现更多创新和实践。

III 本月商超行业运行分析

一、王府井拟近 43 亿吸收合并母公司

由于重大资产重组停牌两周后，王府井终于宣布吸收合并母公司，为完成整体上市铺平了道路。该公司 8 月 20 日发布一系列公告称，将斥资 42.9 亿元股份加现金，吸收合并母公司北京王府井国际商业发展有限公司。根据交易细则，王府井将把母公司持有的上市公司股票全部注销，同时以 14.21 元的价格对母公司的四家股东发行等量的股票，不足收购金额部分以现金补足。北京王府井东安集团和北京国有资本经营管理中心分别持有王府井国际 65%和 5%的股权。剩余 30%的股份中，两家投资公司各持有一半，分别是北京信升创卓投资管理中心和福海国盛（天津）股权投资合伙企业。

二、红星美凯龙上半年营收 51 亿 同比增长 10.6%

8 月 28 日，红星美凯龙家居集团股份有限公司发布截至 2017 年 6 月 30 日止六个月的中期业绩公告，报告期内，集团实现营业收入人民币 50.71 亿元，相比 2016 年同期的人民币 45.84 亿元增长 10.6%。报告期内扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为人民币 12.86 亿元，相比 2016 年同期的人民币 12.19 亿元增长 5.5%。

报告期内，集团实现营业收入人民币 50.71 亿元，相比 2016 年同期的人民币 45.84 亿元增长 10.6%。报告期内，集团实现毛利人民币 36.96 亿元，相比 2016 年同期的人民币 34.08 亿元增长 8.5%；综合毛利率为 72.9%，相比 2016 年同期的 74.3%下降 1.4 个百分点，主要是自有/租赁商场相关收入毛利率、委管商场相关收入毛利率及其他收入毛利率降低所致。报告期内扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为人民币 12.86 亿元，相比 2016 年同期的人民币 12.19 亿元增长 5.5%。

截至报告期末，集团货币资金余额为人民币 77.54 亿元，相比 2016 年末的人民币 61.38 亿元增长 26.3%。截至报告期末，集团的净资本负债率由 2016 年末的 39.7%上升至 43.4%。



截至报告期末，集团共经营 214 家商场，覆盖全国 150 个城市，商场总经营面积 13, 296, 491 平方米。公司通过招商管理、营运管理、营销管理及物业管理四个方面持续提升商场经营管理水平，同时积极发展扩展性业务，如互联网泛家居消费业务、互联网家装业务、家居金融服务及全方位物流服务。

三、天猫年内将改造万家街边小店

8 月 28 日，阿里巴巴旗下零售通宣布，第一家专心服务社区的天猫小店已在杭州正式运营。据悉，目前天猫小店暂为加盟的方式，预计财年底将突破一万家。这是继阿里无人便利、盒马鲜生之后，推出的又一基于新零售理念，旨在更好服务数百万零售小店老板和消费者的落地项目。

零售通是阿里巴巴针对线下零售小店推出的一站式进货平台，能够为社区零售小店提供订货、物流、营销、增值业务等全方位服务。作为阿里新零售战略两翼之一的零售通，正通过与品牌商共建智能分销网络，助力零售小店转型升级。天猫小店及今后陆续升级的各种天猫便利店，将改变现有社区小店的运营模式，还将为消费者带来智能化的门对门购物体验。

四、浙江跨境电商产业集群效应初显

从浙江省产业集群跨境电商发展试点工作现场会上了解到，浙江省首批 25 个产业集群跨境电商发展试点地区 2016 年累计开展跨境电商人才培养 2 万多人次，新增跨境电商企业约 5000 家，带动出口 720 亿元，2017 年有望翻倍增长，跨境电商产业集群效应初显。下阶段浙江将重点围绕主体培育、模式推广、服务支撑体系建设和加强考核督查四个方面的工作，确保产业集群跨境电商试点工作不断取得实效。



IV 行业区域运行动态

一、合肥百货拟投 39 亿建农产品国际物流园

合肥百货 8 月 22 日公告，公司在合肥市肥西县拟投资建设肥西百大农产品国际物流园项目。该项目总用地约 1500 亩，将通过招拍挂取得。总建筑面积约 112.91 万平方米，包含市场交易区、冷链物流区、配套商业区和配套住宅区等四大功能区。项目总投资约 427,620 万元，其中建设投资 392,791.40 万元，建设期利息 31,237.50 万元，流动资金 3,591.10 万元。项目建设期 5 年，计算期内预计年均可实现营业收入 65,760.24 万元，年均利润总额 27,175.81 万元，税后投资回收期约 13 年。同时，项目满负荷运载后，可年实现交易额 200 亿元以上，远期实现年交易额 500 亿元。

二、山姆会员商店重点布局江苏

8 月 23 日，沃尔玛与江苏省商务厅签署了深化合作备忘录。根据备忘录内容，山姆会员商店将重点布局江苏市场，加大对江苏的投资，未来三年，山姆在江苏至少再新设五家门店。

作为中国的重要经济省份，江苏强劲的发展势头拉动了消费市场持续增长，特别是中高端零售市场有着巨大的发展潜力，山姆重视并看好在江苏的发展。已经运营了多年的山姆苏州店和常州店有着非常突出的业务表现，预计南通和苏州将在明年各迎来一家山姆店。未来几年，山姆的布局将可全面覆盖江苏的重要经济城市。

三、中国贸促会与天津自贸区将在八领域深化合作

中国国际贸易促进委员会 8 月 23 日与中国(天津)自由贸易试验区管理委员会在天津签署合作备忘录，双方拟在促进对外贸易投资等八个领域开展深入合作。



根据《中国国际贸易促进委员会与中国(天津)自由贸易试验区管理委员会合作备忘录》，双方将在促进对外贸易投资、开展国际交流合作、提供涉外商事法律服务、联合开展研究工作等方面携手合作，为自贸区企业“走出去”提供便利化服务。此外，双方还将加强会展资源整合，培育壮大市场主体；合作举办会展人才培养，共同促进会展业改革发展等。

当日，中国贸促会(天津)自由贸易试验区服务中心揭牌。



V 重点企业跟踪

一、国美半年报：综合毛利率 17.8%

国美零售于 8 月 28 日发布截至 2017 年 6 月 30 日的业绩报告。报告期内，集团整体 GMV(成交额)同比增长 23%至人民币 617 亿元，线下 GMV412 亿元，线上 GMV205 亿元，其中移动端 GMV 同比增长 75%，占线上 GMV 的 74%。期内，国美实现销售收入 380.7 亿元，同比增长 7.8%，远超 2017 年上半年全国百家重点大型零售企业零售额累计同比增长数据 3.1%。

得益于门店的新场景改造和商品结构的优化，国美综合毛利率高达 17.8%；同店销售增长强劲，第二季度可比门店增长率达 8.5%。两者均远超同行水平。同店增长数据是零售企业的重要指标，可反映三点信息：门店客流量的提升；门店商品选品能力的提升；门店商品价格优势的提升。国美同店增长与其近年来持续推动门店改造，搭建了以家为核心的“家装+家电”和“娱乐+休闲”新场景，通过高频场景和沉浸式体验重塑线下场景有关。

而国美高出同行约 3 个百分点的综合毛利率，与国美以差异化竞争为主要内容的供应链模式有关。

国美方面表示，一方面，通过价格锁定，可以获得某时段内独有的价格优势。

另一方面，基于大数据分析，国美与厂家共同研究差异化商品定制。此外，商品结构决定零售企业的综合毛利率。2017 年半年报显示，在国美销售的 56% 的商品可以获得较高毛利，分别为影音、空调、冰洗三大品类。

二、苏宁上半年业绩全线增长

7 月 30 日苏宁云商发布业绩快报，显示其商品销售总额(GMV)达到 1044.69 亿元，营业收入 835.88 亿元，利润总额、归属于上市公司股东的净利润全面扭亏，分别达到 3.27 亿元、2.92 亿元，同比增长 251.58%、340.71%。苏宁云商 7 月 31 日涨停，股价上涨至 11.9 元。



业绩快报显示，苏宁上半年线上线下零售业务均取得进展：线上上半年平台实体商品交易规模为 500.39 亿元，同比增长 52.76%；自营营收为 413.65 亿元，同比增长 61.39%；第三方平台 GMV 为 86.74 亿元。运营费用率同比下降了 1.59%，三项费用率水平同比下降 1.55%。

从线下看，截至 6 月 30 日，苏宁合计拥有各类自营店面 3645 家，其中大陆连锁店面 1489 家，苏宁易购（专题阅读）服务站直营店 2079 家，苏宁易购授权服务网点 833 家。可比店面（指 2016 年 1 月 1 日及之前开设的店面）销售收入同比增长 4.54%。其中二季度可比店面销售收入同比增长 5.54%。苏宁易购服务站直营店可比店面销售收入同比增长 33.51%。

目前，苏宁云商在香港、澳门地区合计拥有 24 家店面，日本市场合计拥有 40 家店面。苏宁云商在公告中称，下半年开店速度将有所加快，同时将在这些地区尝试互联网的本地化运营。

苏宁物流在宣布开放以来，上半年社会化收入（不含天天快递）同比增长 152.67%。

零售业近期释放回暖信号。根据中华全国商业信息中心统计数据，2017 年上半年全国百家重点大型零售企业零售额累计同比增长 3.1%，增速相比上年同期提升了 6.3 个百分点。

苏宁方面称，苏宁在上半年加强了差异化商品运作以及对商品销售价格的管控，提升了日常销售毛利水平，而在重大促销节点，实施积极的价格政策抢占市场。促销影响了苏宁的利润，整体来看，上半年苏宁内线上销售占比进一步提升，但是整体毛利率水平下降。但苏宁表示同期物流、金融方面的增值服务收入增加，多方向“开源”，改善了综合毛利率。

上半年，苏宁的金融业务（支付业务、供应链金融等业务）总体交易规模实现同比增长 172%。2017 年 6 月，苏宁云商发起成立的苏宁银行正式开业，这是江苏省第一家民营银行。前华夏银行副行长、苏宁金融集团常务副总裁黄金老出任行长。苏宁云商持股 30%。

三、浙江美大实业与红星美凯龙签署战略合作协议

近日，浙江美大实业股份有限公司与红星美凯龙达成战略联盟，签署了战略合作协议，双方将在信息数据咨询和渠道拓展领域展开深入合作。本次战略合作



协议的签署意味着公司将凭借自身发展优势，结合红星美凯龙多年的行业领先运营经验及优质商业资源，为公司今后的长足发展奠定基础，由此开启营销新纪元。

公司是集成灶行业的开创者和领导者，也是 A 股上市公司，具有强大的研发实力和规模化的生产能力。产品进入市场以来广受好评，广告输出也以央视、高铁等高端主流渠道为传播重点，大力提升公司知名度和影响力。

红星美凯龙是中国经营面积最大、商场数目最多、地理覆盖面积最广的家居装饰及家具商场运营商。公司与红星美凯龙的强强联手，势必会促进公司商业版图的进一步扩展，增强市场竞争力，为公司的持续发展提供强有力的保障，助推公司战略目标的快速实现，为集成灶行业的发展注入新活力。



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。