

## 2. 零售业

### 零售创新成为整个零售业的常态

受新冠肺炎疫情影响，2020年中国的零售总额（社会消费品零售总额）约39万亿元，同比减少3.9%，呈负增长。其中，电商（EC）市场始终保持高速增长，其引领整个行业发展的势力版图日益得到巩固。随着数字社会的进一步发展，在迄今为止尚未取得数字化进展的领域也开始出现零售创新，零售业正在进入一个不开展新业务、新服务就无法生存、无法获得消费者支持的时代。

### 复苏成为消费市场的主旋律

2020年，中国实际GDP增长率2.3%，保持了正增长，而2020年的中国消费市场（社会消费品零售总额）却因新冠肺炎疫情下的停业与居家倡议等影响，同比减少3.9%，约为39万亿元。但是，从月度来看，2020年1、2月触底后逐渐回升，8月份同比转为正增长。恢复最为缓慢的餐饮业也终于在10月份转为正增长，消费正在逐步恢复正常。政策方面，国家积极刺激消费，推出了发行消费券、完善5G等新基建、放宽消费相关政策等措施，市场有望尽快得到恢复。

### 不同业态增长率差异明显，向电商转移的步伐加快

受新冠肺炎疫情影响，不同零售业态之间增长率差异明显。恢复较为缓慢的业态为百货店和入驻商业中心的专卖店。中国商务部监测的5,000家重点零售企业中，百货店和专卖店的零售额分别呈现9.8%和5.4%的负增长。虽然营业已经恢复常态，但客流的恢复仍较迟缓。另一方面，实体店中取得正增长的业态是超市，2020年零售额比上年增长3.1%。近年来，虽然向电商转移导致实体店增长速度明显放缓，但食品、日用品等生活必需品拉动了实体店的销售。另外，随着消费者安全安心意识的不断增强，致力于品质管理和鲜度管理的企业赢得了消费者的支持。这是实体店现状的另一特点。便利店的成长虽然未能比肩超市，但商务部下发了《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》，今后有望取得进一步发展。

电商市场在疫情期间依然保持了较高的增长率。中国国家统计局公布的数据显示，2020年实物商品网上零售额增长率约达14.5%，电商化率为24.9%，同比上升4.2个百分点。近几年，中国不断加强对侵权行为的监管，明确了原本模糊的交易界定，并在政策方面积极推动农村电商、跨境电商的发展，今后电商或将继续在整个零售市场中保持核心地位。

### 电商企业主导的零售创新成为常态

根据中国商业联合会发布的中国零售业排行榜显示，2019年的零售业二十强中，电商企业占据了4席，阿里巴巴集团运营的天猫呈增长放缓趋势，但仍高于其他以实体店为主导的传统零售商。尤其值得一提的是，阿里巴巴集团投资的生鲜O2O（Online to Offline）概念店“盒马鲜生”增长显著。电商企业不仅频频挑战衍生业态，保持高速增长，还在疫情期间，率先开展员工共享，吸纳因营业受限等原因而剩余的其他业态员工，扩大了其自身在社会中的影响力。

在电商企业的主导下，新业务、新服务不断涌现，零售

创新成为常态，零售业逐渐进入了一个不挑战新模式就无法生存的时代。比如，近一年来，网络“直播”已经演变成了中国零售业中一种通用的广告与促销手段。传统直播主要是由在网上对消费者有着极大影响力的KOL（Key Opinion Leader：意见领袖）来介绍推荐产品，但在疫情期间，许多零售业企业开始启用店内员工进行直播。直播销售不再局限于产品介绍、演示销售等传统的促销目的，在通过产地介绍来强调产品的安全放心性用途方面也发挥着作用。对消费者而言，直播购物也已经逐渐成为了生活中不可或缺的一部分。零售创新的常态化不仅仅意味着零售业永不止步的挑战，还成为了一个改变消费者生活方式的重要契机。

### 运用大数据，不断加强价值链

零售创新的目标领域也在逐渐发生新变化。中国零售业以往的数字化或创新仅仅停留在了无人便利店等浮于表面的创新，不过是昙花一现的热潮而已。然而，随着数字化在社会各个领域的发展，许多大型企业、新兴企业积极发起挑战，一些案例表明数字化在店铺选址评价、店铺运营管理等操作层面能够直接改善经营。今后，消费者行为等大数据在产品策划与研发中的应用必然会更加活跃。阿里巴巴集团与消费品制造商联手，或运用大数据合作开发产品，或搭建面向中小企业的C2M（Consumer to Manufacturer）平台，促进立足消费者需求的产品制造，或积极运用大数据，促进价值链上游生产力的提升。

表：中国流通及零售业排行榜（单位：亿元）

	企业名称	2018年 销售额	2019年 销售额	同比
1	天猫	24,520	26,120	6.5%
2	京东	16,769	20,854	24.4%
3	拼多多	4,716	10,066	113.4%
4	苏宁易购集团股份有限公司	3,367	3,787	12.5%
5	大商集团	3,002	3,280	9.3%
6	国美电器	1,381	1,276	△7.6%
7	康成投资	959	1018	6.2%
8	华润万家	1,012	951	△6.0%
9	永辉超市股份有限公司	767	931	21.4%
10	唯品会	845	930	10.1%
11	沃尔玛（中国）投资有限公司	804	822	2.2%
12	居然之家新零售集团股份有限公司※	—	811	—
13	重庆商社（集团）有限公司	674	604	△10.4%
14	合肥百货大楼集团股份有限公司	509	563	10.6%
15	联华超市股份有限公司	492	546	11.0%
16	物美控股集团	483	498	3.1%
17	长春欧亚集团股份有限公司	453	477	5.3%
18	步步高集团	390	415	6.4%
19	王府井集团股份有限公司	364	401	10.2%
20	上海盒马网络科技有限公司 （盒马鲜生）	140	400	185.7%

※居然之家新零售集团股份公司2018年的销售额无公开数据  
资料来源：中国商业联合会

## 中国零售行业的课题

### 营造不断挑战的企业氛围

中国已经成长为网络发达国家，中国的零售业也进入了完全不同于其他国家的独一无二的发展阶段。在上述零售创新趋于常态化的大背景下，时代已经发展到不尝试新的

举措就必然会导致业态陈旧过时，为消费者所厌倦的地步。另一方面，向营造不断挑战的企业氛围转变也是零售业面临的一个巨大的挑战。在零售业中，从高层到一线员工，所有人都站在顾客的立场上开展工作是竞争力的源泉，但是培养人材需要时间与精力。企业未来发展的关键在于不断积累挑战，而不是进行徒有其表的挑战。

### 消费者细分市场与产品企划能力的提升

无论线上还是线下，产品的差异化都将变得越来越重要。尤其是在数字社会化已经深深扎根的中国市场，新的消费模式正在萌芽，商机正在不断扩大。比如，以往人们对家庭社会意识极强，但近年来因单身一族人数日益增加，加之社交软件普及，“单身消费”呈增加趋势。快速捕捉到这些此前并不为关注的消费模式，并开发出与之匹配的产品或服务的重要性日益凸显。

### 加强供应链

经历新冠肺炎疫情后，人们的安全意识日益提升，为零售业提供坚实后盾的供应链的加强将日益受到重视。此前，大型零售企业也在不断推进冷链投资，以加强生鲜食品与副食业务，增强可追溯性，但今后这一点还有望得到进一步加强。同时，农村及农产品流通的数字化也在加速，旨在提高供应链的可视化与效率的基础设施也在逐步完善。

## <建议>

### ①在市场监管方面，进一步确保内资企业和外资企业的平等性

中国经济正在经历产业结构调整，从量的扩张向质的提升转变，这促使零售业方面也开始从注重数量及价格的竞争向重视品质和安全、以技术创新带动需求增长进行转变。希望针对这一结构上的变化，建立起高度透明、统一有序的市场。从零售业的部分行政法规来看，虽然其适用对象包括整个零售业，但有些情况下会针对外资企业加以严格执行，对内资企业则相对宽松。应建立相应的市场体系，使内资企业和外资企业能够在平等的环境下开展竞争。希望更加重视保护外资企业的合法权益及知识产权，平等对待内外资企业。

### ②适当放宽并统一冷链即食食品的审查标准

国家标准(GB)规定了冷链商品的储存条件，火腿为0-4℃、加工蔬菜为1-5℃，温度范围较小，考虑到商品特性，放宽至10℃以下更可提升商品的美味。希望允许将部分冷链商品的储存条件放宽至10℃以内。而且此类冷链即食食品的审查标准仅在北京市和天津市施行，其他地区分别有不同的解释，尚未统一。希望中国各地区执行统一的标准。

### ③关于食品生产许可证与《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》(GB2760-2014)的食品分类不统一的问题

生产许可证的32项分类是原国家食品药品监督管理总局公布的规定，而《食品安全国家标准食

品添加剂使用标准》(GB2760-2014)中的食品分类是原国家卫生和计划生育委员会公布的规定，两个分类存在不统一的部分。为严格遵守规定，希望新组建的国家市场监督管理总局和国家卫生健康委员会能够通过协调工作职能范围，整合并统一两个分类标准。

### ④放宽烟草、药品、书籍等方面的经营限制

根据《烟草专卖许可证管理办法实施细则(国烟法[2020]205号)》所作规定，外资企业还不得从事烟草制品的专卖零售业务。为此，许多外资零售店会以承租人的身份附设烟草专卖店，以这种方式来满足消费者的购物需求。除烟草制品外，药品、书籍等领域同样不允许外资企业经营。受此影响，除直接的销售额外，外资企业在吸引顾客方面也不得不与拥有烟草专卖资格的内资企业开展不平等的竞争。希望能够从进一步方便消费者的角度出发，取消或放宽对外资企业在烟草、药品和书籍等领域的经营限制，使相同业态的外资企业能够得到与内资企业同等的对待。

### ⑤护理用品经营相关限制

在护理用品(主要指《医疗器械分类目录》中第一类、第二类的器械)的经营方面，有些地区针对其经营场所的面积设置了下限，并要求必须采取附设药品专柜的经营形式。根据规定，开设药店时，与其他药店之间的直线距离必须超过350米，否则不予批准。再加上必须附设药品专柜的规定，这令护理用品的经营陷入了极其困难的境地。为了应对老年人口比例不断增加这一社会变化，希望完善制度，营造一个允许单独销售护理用品的环境。希望废除销售护理用品时附设药品卖场这一规定，并废除对经营场所面积的限制性规定。

### ⑥便利店的食品加热销售许可

随着城市现代化的发展，中国传统的快餐店由于其存在卫生安全隐患，所以在不断减少，而便利店则提供令人放心安全的快餐、关东煮、包子等，作为现代化的社会基础设施为提高民众的生活品质做出了贡献。为了鼓励其今后提供更多的产品和服务，对于便利店食品的现场加工制作希望只予以适度的监管，为便利店的进一步发展创造良好的环境。2015年10月1日起施行了《食品经营许可管理办法》(2017年11月17日进行了最新修订)，但中国各地尚未统一执行。例如，北京市各区规定各不相同，致使有的商品无法在某些区销售。希望制定细则等，统一中国各地快餐、关东煮、包子等的许可规定。

### ⑦租赁合同相关法律的完善

在中国，类似于日本《借地借家法》的法律法规尚未完善，承租人处于弱势地位。例如，租赁合同期限较短，必须预估短期内的收益；在续约时，如果双方对新的租赁条件不能达成共识，必须立即退租，致使无法预估中长期承租人的收益。为促进第三产业的发展，希望尽快完善相关法规，保护商业用途房屋承租人的权利。

一的同时,能够采取有效措施,确保物流运输的正常运行。

#### ⑧进口手续

自福岛第一核电站事故以来,从日本进口产品时,申请取得通关和卫生许可需要花费一定时间(1个半月至2个月)。所需时间是以前的1.5至2倍,希望缩短办理时间。

#### ⑨公平性

根据公平平等原则,希望政府不要依据内资及外资等企业的资本关系、企业规模(无论是大型企业还是个体经营等)而采取不同的标准进行管理,希望执行同一标准。

#### ⑩打击仿冒产品

市场销售的许多商品都不是正规商品。希望加大对违法侵害商标权并生产仿冒产品的企业、以及在知情条件下销售该类产品的企业的处罚力度,取缔市场中流通的违法违规产品。希望向上述企业正确征税,以建立公平的竞争环境。

#### ⑪解除或放宽对日本产食品的进口限制

2011年3月11日,东日本大地震导致福岛第一核电站发生事故,由此禁止进口来自日本的多种农产品和食品。福岛核事故已经过去了整整10年,根据国际原子能机构(IAEA)的评估,可以证实目前很多商品残留放射性物质的风险极低。对于那些已在日本国内恢复正常流通和消费的产品,希望能够尽快解除或放宽其进口限制。

#### ⑫就业制度

员工的就业制度分为综合工时制及不定时工作制,都需要获得行政审批。鉴于当前产业结构发生的巨大变化,希望零售业员工的工作方式能有多种选择。希望废除员工就业制度的行政审批,认可备案制度或由企业酌情决定。

#### ⑬蔬菜沙拉申请食品生产许可

蔬菜沙拉一般被归类为《食品生产许可分类目录》中的“3101其他食品”,但是并非所有地区都可以获得生产许可。其原因在于缺乏相应的国家标准和地方标准,例如《食品生产许可分类目录》中并未列出与蔬菜沙拉对应的项目,或是由于未制定产品的生产许可证审查细则。希望推动将蔬菜沙拉类产品列入《食品生产许可分类目录》,同时制定相应产品的生产许可证审查细则,制定相应的国家标准,为蔬菜沙拉产品在各地取得生产许可证创造有利条件。

#### ⑭在新冠肺炎疫情防疫过程中确保物流的正常运行

疫情爆发期间,中国国内各地为防止疫情蔓延,纷纷采取了封闭式管理。在中高风险地区,往往会采取限制措施,禁止外来人员和车辆进入小区。有些地区甚至出台了主干道路禁止通行的规定。尽管这些措施有望对疫情扩散起到很好的遏制作用,如果不考虑疫情规模,采取一刀切的限制措施,那么将会造成物流停滞,使得人们无法购买到所需商品(包括那些已经过安全检测的产品)。此外,由于配送时间超出预期,导致产品鲜度下降,从而缩短了产品的可售期限,这将对经济活动产生极大的影响。希望在确保安全第