

中国零售业 发展报告

2013

商务部流通发展司
中国连锁经营协会

目 录

前 言	1
第一部分 零售业发展情况	2
一、总体规模	2
(一) 企业数量稳步增加	2
(二) 销售额平稳增长	2
(三) 从业人数继续上升	3
(四) 企业营业面积扩大	4
二、效益与效率	4
(一) 利润额增长但利润率小幅下降	4
(二) 平效稳定, 劳效小幅提升	5
三、行业贡献	6
四、各类业态发展情况	6
(一) 业态结构	6
(二) 各业态效益与效率	8
第二部分 零售业发展特点及主要问题	10
一、行业发展主要特点	10
(一) 网络零售继续高速增长, 实体零售加速调整	10
(二) 零售渠道下沉, 经营网络向“三四线城市”扩展	12
(三) 部分企业探索转型, 终端作用有效发挥	12
(四) 外资零售在调整中稳步发展	13
(五) 加强技术应用, 现代化程度进一步提升	14
二、各业态发展特点	14
(一) 便利店加速发展	14

(二) 专卖店发展势头良好	15
(三) 专业店销售下滑	15
(四) 超市、大型超市竞争加剧	16
(五) 百货店转型加快	16
(六) 购物中心发展喜忧参半	16
三、存在的主要问题	17
(一) 网点布局和业态结构有待优化	17
(二) 费用增加过快, 经营压力增大	17
(三) 企业经营模式转型步伐慢	18
(四) 物流等配套服务有待加强	18
第三部分 零售业的发展趋势	19
一、发展环境分析	19
(一) 经济发展方式转变对零售业发展提出新要求	19
(二) 消费结构加快升级对零售业提出新的需求	20
(三) 新型工业化和新一轮技术革命要求零售业加快现代化步伐	20
(四) 城镇化加速推进将带动零售业格局调整	21
二、零售业主要发展趋势	21
(一) 零售企业转型升级, 全渠道经营模式日趋明显	21
(二) 实体店与网络零售融合发展, 网络零售将显现新变化	22
(三) 更加注重供应链管理, 零供关系日趋和谐	22
(四) 零售企业跨区并购提速, 行业组织化程度进一步提高	23
(五) 业态不断创新, 注重品牌建设	23
(六) 逐步实现集约化、绿色循环发展	24

前 言

2012年，是中国零售业充满机遇与挑战的一年，国内外经济形势复杂多变，零售企业经营压力增大。面对复杂经济环境，零售业继续保持增长，商品销售额进一步提升，从业人数继续增加，营业面积继续扩大。行业发展呈现出一些新的特点：网络零售高速增长，实体零售加速调整；渠道下沉，企业扩张重点转向“三四线城市”；成本费用增加，利润上升但利润率有所下降；专卖店、便利店保持良好发展，百货店、超市竞争压力加大；传统盈利模式探索转型，行业现代化程度进一步提升。

零售业发展过程中也面临一些问题，主要是网点布局欠均衡，结构优化步伐慢；费用增加过快，经营压力增大；竞争手段单一，不利于市场秩序优化；物流配送等配套服务有待提升等。解决这些问题，需要坚持扩大内需、促进消费的方针，在转变发展方式，提高流通效率，加快转型创新，规范市场秩序等方面做出不懈努力。

随着经济发展方式转变、居民消费结构加快升级以及城镇化、信息化、新型工业化加快推进特别是电子商务方兴未艾，势必带来零售业态结构、经营模式乃至整体格局新的调整与变化。未来，零售企业将加快转型升级，实体与网络零售加快融合，通过全渠道、复合型、差异化经营，加强供应链管理，跨区域并购重组，加快业态创新、品牌建设以及绿色循环发展，提高行业组织化程度与整体质量水平。

第一部分 零售业发展情况

2012年是中国零售业积极应对经济环境和市场变化，行业继续保持良好增长势头，销售额进一步提升，从业人数持续增加，营业面积继续扩大，各类渠道差异化、品牌化发展。

一、总体规模

(一) 企业数量稳步增加

根据国家统计局相关历史数据及商务系统典型零售企业数据测算¹，2012年全国零售业经营单位达 2354 万个，比上年增长 6%。其中大中型法人企业 2.22 万个，较上年增长 6.7%；小微型及个体户单位 2352.2 万个，较上年增长 6%。

表1 2012及2011年全国零售业经营单位数

单位：万个

	2012	2011	增速
大中型	2.22	2.08	6.7%
小微型及个体户等	2352.2	2219.1	6.0%
总体	2354.4	2221.2	6.0%

(二) 销售额平稳增长

据测算，2012年全国零售业²实现销售额 16.17 万亿元，较上年增长 14.1%。其中大中型法人企业实现销售额 6.66 万亿元，比上年增长 13.8%；小微型及个体户实现销售额 9.51 万亿元，较上年增长 14.4%。

¹ 本报告注明的据测算数据，依据国家统计局相关历史数据和商务系统典型企业数据测算生成，旨在及时为行业发展提供基本导向。相关数据以国家统计局正式发布为准。

² 本报告第一部分“零售业”涵盖零售业所有细分行业；其他部分“零售业”不包括汽车摩托车燃料及配件零售、医药及医疗器材零售、烟草专门零售、无店铺销售。

表2 2012年全国零售业经营单位销售额及增速

单位：万亿元

	2012	2011	增速
大中型	6.66	5.85	13.8%
小微型及个体户等	9.51	8.31	14.4%
总计	16.17	14.17	14.1%

从不同规模企业占比看,大中型企业实现的销售额占 41.2%,小微型及个体户占 58.8%。

分区域看,东部地区企业销售额占全国比重高达 64.5%,中、西部企业销售额比重分别为 24.8%、10.6%。

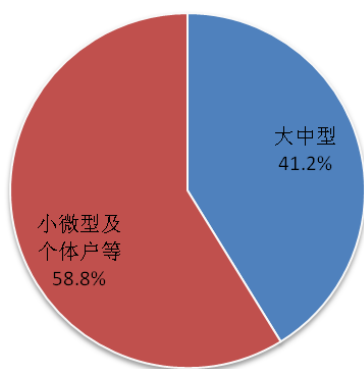


图1 不同规模企业销售额占比

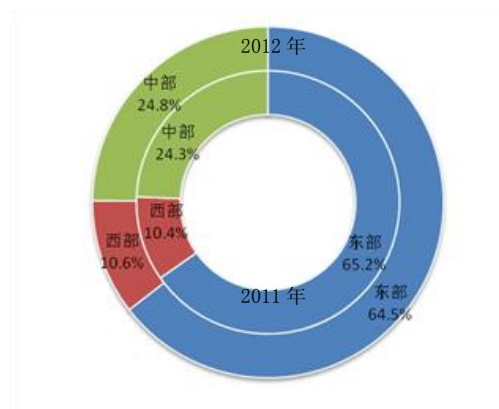


图2 销售额地区分布

(三) 从业人数继续上升

据测算,2012年末全国零售业从业人数为6134万人³,其中大中型企业从

³全国零售业从业人数,根据商务系统典型企业调查数据,结合分业态及大中小法人企业结构推总测算所得。

中国零售业发展报告

业人数为 468 万人，比上年增长 3.0%；小微型及个体户从业人数为 5666 万人，增长 4.3%。在全部从业人员中，大中型企业从业人数占 7.7%，小微型及个体户从业人数占 92.3%。

表3 2012及2011年全国零售业经营单位从业人数

单位：万人

	2012	增速	占比
大中型	468	3.0%	7.7%
小微型及个体户等	5666	4.3%	92.3%
总计	6134	4.2%	100%

(四) 企业营业面积扩大

据测算，2012 年全国零售业企业年末营业面积为 7.5 亿平方米，比上年增长 7%。其中大中型企业 2.34 亿平方米，增幅为 14.7%；小微型企业为 5.16 亿平方米，增幅为 4.0%，扩张步伐明显慢于大中型企业。从营业面积构成看，大中型企业占比为 31.2%，小微型企业占 68.8%。

表4 2012及2011年零售业法人企业年末营业面积

单位：亿平方米

	2012 年	增速	比重
大中型	2.34	14.7%	31.2%
小微型	5.16	4.0%	68.8%
总计	7.5	7.0%	100.0%

二、效益与效率

(一) 利润额增长但利润率小幅下降

1. 营业利润小幅增长

据测算⁴，2012年企业营业利润比上年增长3.6%，其中大型企业增长3.8%，小微企业增长0.6%，而中型企业营业利润有所下滑。影响利润的主要原因是房租和人工成本上升较快，平均增幅在15%以上。

表5 法人企业营业利润增速

	营业利润增速
大型	3.8%
中型	-0.6%
小微型	0.6%
平均	3.6%

2. 毛利率有所下降

据测算，企业销售毛利率为15.6%，比上年下降0.9个百分点。其中大中型企业为16.43%，比上年下降0.4个百分点；小微企业为14.17%，比上年下降1.03个百分点。

3. 净利润率略微下降

据测算，企业净利润率（营业收入利润率）为2.46%，较上年下降0.19个百分点。其中，大中型企业为3%，比上年下降0.42个百分点；小微企业为2.27%，比上年下降0.28个百分点。

（二）平效稳定，劳效小幅提升

1. 平效与上年基本持平

2012年，零售企业平效⁵为13855元/平方米/年，比上年下降0.5%。分企业规模看，大型企业为14590元/平方米，中型为8201元/平方米；从增速看，大型和中型企业平效下降近1%，小微企业平效提高3.5%。

2. 劳效小幅上升

⁴ 根据商务系统典型企业数据和中国连锁经营协会百强统计数据综合测算。

⁵ 法人企业平效指标：指单位面积的法人企业年销售额，用于考察单位面积运营效率，单位为元/平方米/年。此处计算的平效指标，不包含汽车、摩托车销售、汽车摩托车燃料及零配件零售、医药及医疗器材零售及烟草零售数据。

零售企业人均劳效⁶为 845394 元/人/年，比上年提高 2.1%，表明销售额增长快于从业人员增加，人均创造的销售额在提升。其中，大型企业人均劳效较上年提升较快，为 2.7%，明显快于中型和小微型的增速。

3.流动资产周转率小幅提升

2012 年法人企业流动资产周转率为 2.4 次，比上年有所提升。其中大型企业为 2.5 次，增幅为 2.8%；中型企业为 2.1 次，增幅为 2.4%；小微企业为 2.0 次，周转速度下降。

三、行业贡献

零售业在便利人民生活、促进居民消费、引导生产发展等方面发挥出日益重要的作用，为拉动经济增长、扩大社会就业、增加财税收入做出了积极贡献。

据测算，2012 年末全国零售业从业人数为 6134 万人，占第三产业从业人数 27690 万人的 22.2%，占全国从业人员的 8%。2012 年零售业新增就业人数 160 万人，占第三产业新增就业人数的 39.2%。

2012 年零售业实现增加值 1.9 万亿元，占第三产业增加值的比重为 9%，占 GDP 比重为 3.7%，对当年 GDP 增长的贡献率为 5.9%。

2012 年零售业实现税收 3844 亿元，占第三产业税收收入的比重为 6.9%，占全国税收收入的比重为 3.4%。

四、各类业态发展情况

(一) 业态结构

1.专业店创造行业1/3强的销售额

从销售额分业态构成看，专业店占比最高，达 37%，作为主要业态之一，占比连续多年超过 1/3；专卖店占比为 21%，近几年呈小幅上升态势；百货店、超市、大型超市分别为 14%、11%、9%；便利店占比最小，仅 2%。从销售额占比变化看，百货店、专卖店、超市业态较上年有小幅提升，大型超市、专业店则有小幅下降，便利店相对稳定。

⁶劳效：指个人实现的年销售额，用于考察从业企业人员效率的指标，单位为元/人/年，此处计算的劳效指标，不包含汽车、摩托车销售、汽车摩托车燃料及零配件零售、医药及医疗器械零售及烟草零售数据。

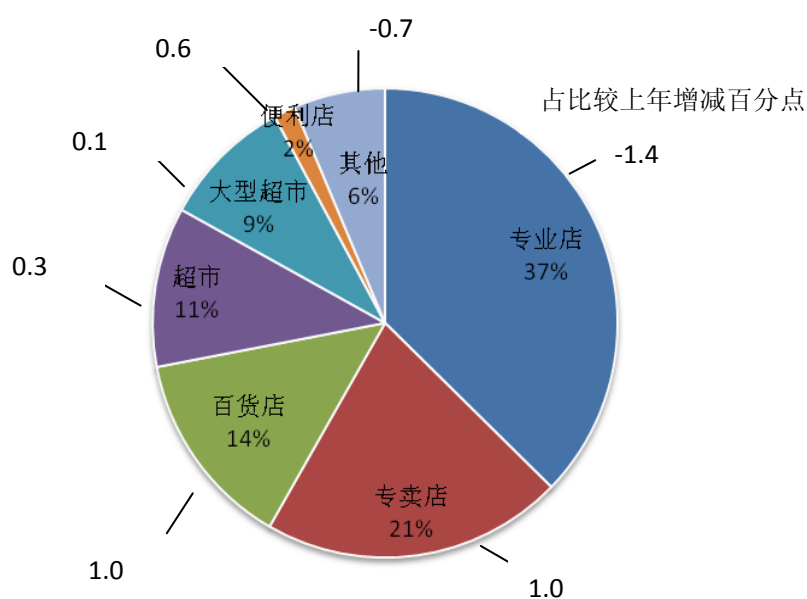


图3 2012年销售额各业态占比及较上年增减情况

2.专业店、百货店和专卖店占据行业近八成的营业面积

从营业面积的业态分布看，2012年专业店占比最高，达38%，其次为百货店和专卖店，占比分别为21%和17%，三者之和超过70%；超市、大型超市、便利店分别为9%、9%、3%。从占比变化看，便利店变化相对较大，比2011年上升1.6个百分点，说明便利民生的社区网点发展步伐加快。

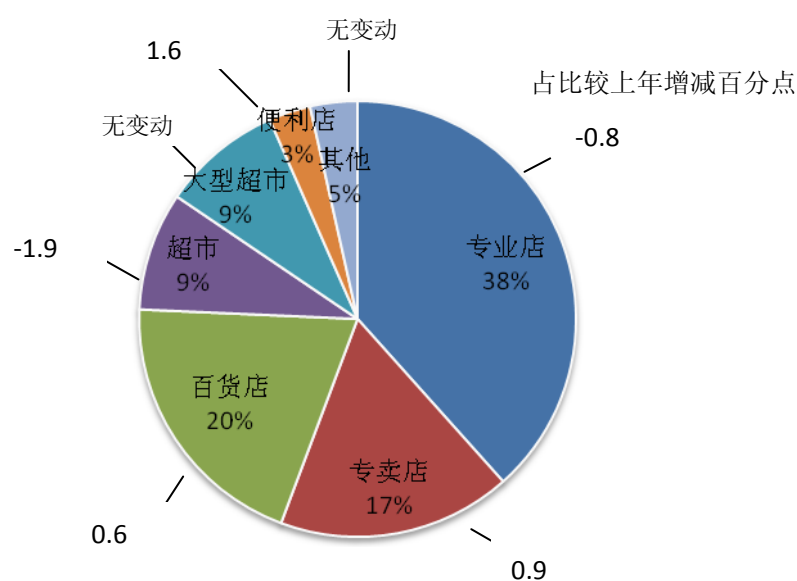


图4 2012年营业面积各业态占比及较上年增减情况

3. 专业店和专卖店是吸纳就业的两大主力业态

从业人员分业态构成中，专业店占比达40%，专卖店占19%，百货占11%，超市占11%，大型超市为8%，便利店为4%。从占比变化来看，超市业态占比比上年下降1.9个百分点，专卖店较上年提高0.9个百分点。

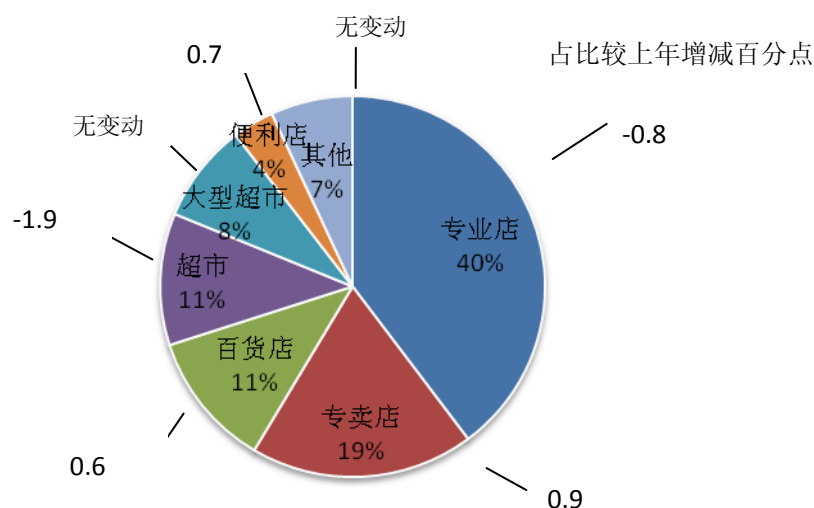


图5 从业人员各业态占比及较上年增减情况

(二) 各业态效益与效率

1. 百货店、便利店和专卖店毛利水平较高

从各业态销售毛利率情况看：便利店毛利率为 17.3%，百货店 17.5%、超市 14.5%、大型超市 12.4%、专卖店 17.0%、专业店 13.1%。除便利店较上年提升 0.8 个百分点，其余业态销售毛利率均出现不同程度降低。

2. 专卖店净利润率高且保持上升势头

根据典型企业数据分析，专卖店净利润率（营业收入利润率）水平最高，为 4.15%；大型超市、超市和专业店较低，分别为 1.3%、2%和 2.15%。与上年比较，便利店净利润率水平收窄 1.05 个百分点，大型超市、专业店、超市分别收窄 0.2、0.35 和 0.4 个百分点，专卖店则上升 0.2 个百分点。

3. 专卖店、便利店和大型超市费用率较高

各业态中，专卖店营业收入费用率最高，达 18.1%，便利店、大型超市收入费用率明显高于各业态平均水平，分别为 15.9%、15.6%，其他依次为超市、百货店、专业店。与 2011 年相比，便利店、专卖店费用率呈上升趋势，其他业态费用率均有小幅下降。

4. 专业店和专卖店平效远高于其他业态，超市平效偏低

分业态看，专业店和专卖店平效较高，分别为 21001 元/平方米和 22876 元/平方米；超市平效最低，仅为 9631 元/平方米。与上年比较，大型超市、超市、便利店平效分别增长 7.1%、7.1%和 7.2%，专卖店有小幅下降，百货店、专业店下降幅度较大，分别为 12.9%和 8.3%，说明 2012 年百货店和专业店销售额增长幅度明显滞后于营业面积扩张的速度。

5. 便利店、超市劳效⁷不到专卖店和百货店的一半

2012 年便利店和超市劳效分别为 353438 元/人/年和 379845 元/人/年，而专卖店和百货店高达 1178184 元/人/年和 1167598 元/人/年，超过便利店和超市劳效水平 1 倍以上。与上年相比，便利店人均劳效较上年提升较快，为 4.6%，其次为超市 3%，专卖店为 2.6%，大型超市、百货店提升相对较慢，分别为 1.9%和 2.0%，而专业店劳效则比上年有小幅下降。

⁷劳效：个人实现的年销售额，用于考察企业人员效率的指标。

第二部分 零售业发展特点及主要问题

一、行业发展主要特点

(一) 网络零售继续高速增长，实体零售加速调整

统计显示，2012年国内网络零售市场交易规模达1.31万亿元，同比增长67.5%；占当年社会消费品零售总额的6.23%，比2011年提高近2个百分点。截至2012年底，国内B2C、C2C与其他零售电商模式企业数已达24875家，较2011年增加4125家，增幅达19.9%。同时，网络购物交易平台开放化程度更加明显，向追求全品类覆盖的综合性平台以及专注细分市场的垂直类平台两个方向演进，自营网站逐渐向第三方平台发展的态势也较明显。

网络零售经营范围从最初标准化的图书音像、家电、数码3C，到服装鞋帽、日用百货，再到家居、食品甚至非标准化的生鲜商品。网

络零售一定程度上挤压了实体零售企业的市场份额。以全国连锁百强为例，2012年连锁百强销售额占社会消费品零售总额的9%，比上年下降2.2个百分点，2003年以来首次出现比重下降的情况。传统零售企业正在经历全面而深刻的调整与变革。

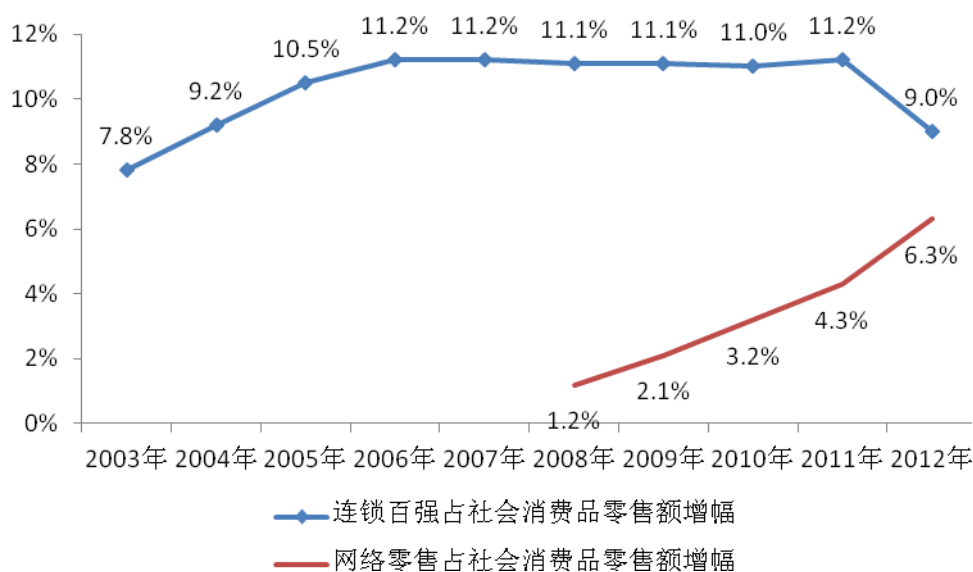


图6 连锁百强及网络零售占社会消费品零售总额增幅

另据中国百货商业协会统计，2012年81家大中型百货零售企业销售总额2282.7亿元，同比仅增长8.92%，比2006年至2011年百货行业销售年均16.5%的增长率明显下滑，一些传统百货商店甚至演变为人们只看不买的“体验地”、“试衣间”。

为应对激烈的市场竞争，传统零售企业纷纷“触网”，传统零售

企业大规模进军网络零售成为 2012 年零售业最为突出特点。越来越多的传统零售企业加大对线上渠道的运营力度，部分企业加强了对自有电子商务平台的投资。在连锁百强中，2012 年传统零售企业已有 62 家以不同方式开通了网络零售平台。尽管从总体看传统零售商网络零售规模尚小，2012 年网络零售额约为 350 亿元，在全国网络零售整体规模中所占比例较低，但从长远看，传统零售商通过调整优化、融合发展，将会在网络零售业务中占据更加重要的地位。

（二）零售渠道下沉，经营网络向“三四线城市”扩展

近两年，一、二线城市零售业竞争日趋激烈，一些区域零售市场趋于饱和，单店销售增长难度加大，经营成本大幅上涨，租金和人工成本显著增加等方面因素叠加，零售企业在一、二线城市扩张的速度明显放缓；而三、四线城市需求潜力较大，租金和人工成本低，经营效益和效率一般好于一、二线城市，加之国家实施“万村千乡市场工程”以及一些地区相继出台有关优惠政策，加快了零售企业向三、四线城市发展的步伐，一些大型连锁企业纷纷向中小城市及农村地区延伸渠道，在县镇及乡村设立零售网点明显增加。2012年连锁百强企业在一二线城市门店数量平均增幅仅2%，平均销售增幅为6%，而在三四线城市上述两项指标分别高达17%和18%，零售企业在三、四线城市扩张步伐加快。

（三）部分企业探索转型，终端作用有效发挥

2012 年，应对成本提高、市场日益饱和、消费者习惯转变以及网络零售高速发展带来的挑战，零售企业积极推进传统经营模式转型：一是加强精细化管理，采取多种措施增收节支，包括健全预算管理、激励机制、优化商品结构等，从而提高整体经营绩效。二是寻求

供应链变革，例如，超市企业努力进行基地直采、开展农超对接、推出自有品牌等方面的实践，零售商和供货商通过加强合作，树立共同目标，通过整体供应链效率提升降低费用，增加各方利益。据不完全统计，全国已有开展农超对接的大型流通企业已达 800 多家。这些转变一定程度上改变了零售企业过度依赖通道费的情况，使增长方式逐步从以追求规模为主的粗放型扩张，向注重效率和效益提升的精细化管理方向转变，对带动流通效率提升，引导生产发挥出积极的作用。

（四）外资零售在调整中稳步发展

外资零售企业在我国发展大致经历四个阶段：2000 年以前是集中进入期，2000 年-2004 年是稳定增长期，2004 年-2008 年是快速发展期，2008 年至今为外资的调整期。调整原因，一方面与内资企业一样，面临激烈的竞争和高企的成本；另一方面，在国内零售企业快速发展，经营模式、管理理念、商品结构等方面与外资差距大大缩小的情况下，外资企业所专长的开大店、一站式购齐模式，对于消费者的吸引力逐步下降。

2012 年尽管出现个别外资企业退出中国市场的情况，但外资零售总体发展势头良好。2012 年，全国零售业新设立外资投资企业 321 家，实际利用外资 19.11 亿美元，比上年同期增长 5.46%。外资零售企业发展速度仍然快于行业平均水平，并呈现出以下特点：一是业态相对集中。大部分外资企业专注于某一种业态，在一个专业领域内精耕细作，例如大型超市业态中，无论是店铺数量还是销售规模都显现出一定优势。二是单店效率高。外资大型超市单店销售均在 3 亿元左右，仍高于内资企业单店销售水平。三是注重战略布局。在全面扩张的同时注重实施区域优势战略，即在某一区域内集中开店，在物流、

总部功能等方面形成优势，然后再向外扩张。

(五) 加强技术应用，现代化程度进一步提升

随着科技进步特别是电子商务高速发展，零售企业信息技术、通信技术、物流技术等得到比较广泛的应用，零售业的现代化程度加速提升。

一是连锁化步伐进一步加快。据测算，近5年来限额以上连锁零售企业销售额占社会消费品零售总额的比例一直保持在16%以上，2012年这一比例约为19%，比上年提高约0.3个百分点。

第二，管理信息化程度大幅提升。目前，已有80%的大中型零售企业采用了计算机管理，70%以上的连锁企业建立了前台POS（point of sale 销售点终端）销售时点系统和后台MIS（management information system 管理信息系统）、ERP（Enterprise Resource Planning 企业资源计划）管理系统，53%的企业使用了办公自动化系统，89%的企业使用了财务管理软件系统，30%的企业率先进入了商业自动化技术、现代通讯技术和网络信息化技术相结合的数字化管理系统集成阶段。

第三，POS刷卡消费比重逐步提高。2012年，法人企业通过POS刷卡销售额比重达11.6%，占整个零售业销售额的9.3%，较上年提高0.4个百分点。

第四，物流配送专业化和社会化水平提高。第三方物流配送力量不断加强，据典型企业数据，2012年零售业法人企业第三方配送率为37%，较上年提高了5个百分点。

二、各业态发展特点

(一) 便利店加速发展

近几年，便利店销售额、营业面积和从业人数在零售业中所占的比重很低，约在2~4%左右。2012年，便利店企业在经营中充分利用区位优势 and 门店数量多的优势，不断扩展延伸服务，出现较快增长势头。

一方面，将销售实体商品和提供服务性商品相结合，提供话费、水电费、煤气费等代缴，影印、传真、快餐、熟食、代售报刊、送货上门等便民服务，极大地方便了周边社区居民和上班族，促使2012年便利店零售额增长20%以上，占比提高0.4个百分点；另一方面，除部分便利店自身开始发展网络零售外，大部分便利店利用其网点分布密集及离居民住宅区近的优势及便利性，与网络零售商进行资源整合，进行站点拓展，推动营业面积比上年增长27%，占比提高1.6个百分点。

(二) 专卖店发展势头良好

专卖店成长为零售业态中的第二主力业态，2012年其在零售业销售额、营业面积和就业人数中的比重均在20%左右，其销售额在零售业销售额中的比重较上年提高1个百分点；同时，专卖店的毛利率、净利率、平效和劳效水平在所有业态中均为最高，呈现出良好发展势头。

(三) 专业店销售下滑

专业店以其在某一类商品中种类丰富，兼具商品的“宽度”和“深度”而广受消费者欢迎，近几年家电、3C、化妆品、服装等专业店一直保持较快增长。目前，专业店无论在零售业销售额、营业面积还是就业人数中的占比都在37%以上，地位十分重要。但是，受网络零售冲击，传统实体专业店销售增速有所放缓，2012年专业店销售

增幅仅为 5%，在整个零售业销售额、营业面积和从业人数中的比重分别下降 1.4、0.8 和 0.8 个百分点。

（四）超市、大型超市竞争加剧

超市业态经过近年持续快速发展，市场接近饱和，近两年超市和大型超市在零售业销售额、营业面积和就业人数中的比重基本稳定在 20% 左右，加之快速消费品价格持续高涨以及加强预付卡管理等方面原因，超市业态发展速度放缓，同质化竞争十分激烈。

在此形势下，部分超市开始转变经营，一改原有的出租经营方式，将生鲜商品全部或大部分自营，实现对食品安全的有效控制，更好地满足消费者对生鲜产品绿色、健康、安全、品质的追求。同时，越来越多的超市通过农超对接直接采购生鲜农产品，缩减中间流通环节，降低采购成本，形成了新的经营优势。

（五）百货店转型加快

近年来，随着商业地产租金上涨和核心商圈地块的稀缺，一些大型超市外租区经营服装、生活用品，特别是网络零售发展，使百货业成为受影响最大的行业，加之品牌联营模式盈利空间日益缩小，使百货业面临较大的经营压力。

面对挑战，百货业积极探索转型，加大自采自营，提高企业核心竞争力；向复合型、服务性转变，增强服务功能；实现差异化经营，提高顾客忠诚度。

（六）购物中心发展喜忧参半

近年来，大型购物中心、shopping mall 作为集购物、餐饮、休闲、娱乐等功效于一身的综合商业体，在全方位满足消费者购物需求、实现‘一站式服务’方面显现出经营优势。据有关资料，2012 年各

地新设商业面积 3.5 万平方米以上购物中心 50 多家⁸，一些适应需求、定位明确、注重功能的购物中心一定程度上改变提升了传统商业格局，较好地满足了消费者综合性服务需要，带动了相关零售及服务业态的发展。但是，局部地区也出现了购物中心投资过热、过于集中的苗头。

三、存在的主要问题

(一) 网点布局和业态结构有待优化

由于城镇化进程加快，一些地区商业网点规划落实不到位等原因，造成商业网点在城乡之间、城市区域之间以及业态之间发展不均衡。一是城乡之间发展不够均衡。一些一线城市和新兴城市大型商业设施发展过快，个别地区存在重复建设现象，甚至出现招商不足、商铺闲置的情况。而农村地区商业网点相对不足，业态结构不尽合理，新型业态发展滞后，超市不超、连锁不连的情况仍然存在。二是城市中各区域间发展不平衡。在热点商业地段往往存在多家大型零售企业，同质化恶性竞争严重。而面向社区居民的中低端商业网点建设滞后，社区超市、便利店及生活服务网点仍显不足，布局不尽合理，服务功能单一，改造提升缓慢，不能完全满足居民消费需求。三是各零售业态发展不平衡。大型商业业态如购物中心、百货店、奥特莱斯、城市综合体等建设速度过快，而小型商业业态如社区便利店、社区超市等发展缓慢。

(二) 费用增加过快，经营压力增大

⁸ 数据来源：中国连锁经营协会根据公开资料整理。

典型企业数据显示，2012年企业的平均费用较上年上涨8.3%，其中便利店、专卖店、百货店、超市的平均费用上涨较快，分别上升17.2%、12.8%、9.9%，11.8%。

房租和人工费用上涨是推动费用上涨的主要因素。2012年典型零售企业房租平均上涨17.5%，以大型零售企业为主的连锁零售百强企业平均房租上涨21%，人工上涨20.5%。特别是2012年很多商业企业迎来续租期，续租的租金一般都大幅上涨，部分卖场租金甚至出现翻几倍的现象。除房租和人工外，零售业用电成本依然较高，2012年零售典型企业水电费平均比上年上涨16%。

(三) 企业经营模式转型步伐慢

近年来，无论是传统零售企业，还是快速兴起的网络零售商，一定程度上都存在着转型提升步伐缓慢的问题，品牌化、差异化经营不足，经营同质化、价格竞争过于激烈等现象较普遍。2012年电商通过降价促销方式进行的低价竞争达9次之多，不利于市场秩序的规范和行业良性发展；受专业买手培育、人才资金等条件制约，目前出租柜台、联营扣点依然为百货业的主要经营方式，自营和品牌差异化经营进展缓慢，在企业品牌经营、融合发展、服务提升以及加强供应链管理等方面的步伐急需加快。

(四) 物流等配套服务有待加强

2012年，随着零售企业向“三四线城市”扩张步伐加快以及网络零售市场高速发展，与之配套的物流配送、网络支付、售后服务等跟进不够的问题进一步显现。

特别是零售业转型发展，需要形成基于网络平台的高效供应链和分销网，需要建立高效的物流中心和配送中心，以现代化的物流配送

网络体系作为支撑。而我国大部分零售连锁企业在配送环节仍十分薄弱，信息化程度不高，连锁配送中心难以担当起作为连锁企业商流中心、物流中心和信息中心的重任。此外，金融服务体系不完善以及诚信体系建设滞后等因素导致中小企业融资难、市场秩序不规范等问题，也给零售行业发展带来一定影响。

第三部分 零售业的发展趋势

一、发展环境分析

(一) 经济发展方式转变对零售业发展提出新要求

2012年我国最终消费支出占GDP比重为49.2%，无论是从经济发展需要，还是与世界发达国家平均水平比较，我国居民消费率都处于较低的水平。2012年我国社会消费品零售总额增长14.3%，表明实现“十二五”年均增长15%目标的面临艰巨的任务。适应经济发展方式转变和扩大居民消费的需要，必须加快构建与之相适应的现代零售体系，尽快使零售业形成新的发展优势，努力破解居民消费的各种难题，

大力提高消费对经济增长的贡献率，真正承担起搞活流通、满足居民消费需求的重任。

(二) 消费结构加快升级对零售业提出新的需求

随着收入分配改革的不断深化，社会保障制度持续完善，城乡居民消费能力会大幅提高，消费结构将从以衣、食为主的生存消费，向文化、娱乐、教育等享受型、发展型消费转变，居民消费将更加重视安全、环保，更加追求个性化、多样化。这就要求零售业必须尽快适应日益增长的多元化、多层次消费需求，不断调整和优化业态结构，进一步提高服务质量，努力为居民消费升级提供更加便利、实惠、安全、绿色、高效的消费环境。

(三) 新型工业化和新一轮技术革命要求零售业加快现代化步伐

“十二五”时期我国工业化将进入从中期向后期的发展阶段，新型工业化不仅要求以信息化带动工业化发展，也要求以信息化带动国内贸易发展，以现代化大流通带动现代化大生产。这就要求零售业大力提高现代化程度，更加贴近生产需要提供综合性配套服务，建立起更加和谐的产销关系，形成紧密、顺畅的供应链、产业链，推动整个经济运行效率大幅度提升。

随着物联网、云计算、供应链管理、冷链物流等为代表的新技术的开发与应用，促进零售业发展的技术支持条件将会进一步改善，技术应用领域广阔。要求广大零售企业努力提高技术应用水平，促进行业发展从传统的劳动密集型向技术密集型转变，从单纯依靠扩大规模向主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变，由规模扩张型向注重效率、效率型转变。

（四）城镇化加速推进将带动零售业格局调整

当前，我国处于城市化快速推进的重要阶段，城市化将使我国人口和经济活动空间中心进一步向城市转移，城市规模、数量以及城市群发展将对零售业格局产生重要影响。一是随着城市化率的提高，更多的人口和经济社会活动从农村转向城市，城市数量、人口和规模将快速扩张。而城市规模的扩大和人口增加，必然带来消费规模的迅速扩张，促使零售业网络加快跟进，相应作出优化和调整。二是随着以中心城市为核心的城市群迅速发展，将形成一系列更具影响力和辐射力的全国中心市场以及区域中心市场，促使零售业格局发生改变。三是城市化进程带动公路、铁路等基础设施建设加快，将对零售业的组织体系、辐射半径、空间布局、物流模式带来重大影响。

二、零售业主要发展趋势

国内贸易发展“十二五”规划提出，2015年社会消费品零售总额将达到32万亿元左右，年均增长15%左右。适应宏观环境变化和社会经济发展要求，零售业将在加快创新、扩大消费的同时，更加注重结构优化和质量效益的提升，呈现出以下发展趋势：

（一）零售企业转型升级，全渠道经营模式日趋明显

在市场竞争激烈、消费结构升级以及加快经济发展方式转变的环境下，零售企业实现转型升级势在必行。零售业将逐步摆脱求规模、拼价格的同质化、低端竞争，逐步依据顾客消费需求开发自有品牌，拓展国内外名牌产品的经销、代理业务，努力扩大代理规模，依靠精细化管理和科技进步实现可持续发展。

零售企业将进一步发展全渠道经营模式，通过建立多元联动的渠道布局，使消费者能够从实体店、网络平台、移动终端甚至不同的社

交平台，获得统一的、一致性的购物体验。零售企业的竞争战略重点不再是追求单一渠道的最优或最强，而是努力实现各个渠道之间的高度协同，相互融合，为消费者提供全方位的最佳购物环境。未来，零售商将兼具网络 and 实体零售业务，并由实体零售、网络零售阶段跨入全渠道布局，根据各业态特点，打造全渠道差异化、系列服务的零售模式。

(二) 实体店与网络零售融合发展，网络零售将显现新变化

伴随电子商务快速发展，实体零售和网络零售逐步融合发展的趋势将日益明显。实体零售店的优势在于能够最大限度地满足消费者购物体验、享受服务的需求，而网络零售的优势在于能够破除购物空间、时间和环境的限制。下一步，实体零售和网络零售融合发展，实现优势互补，必将成为众多零售企业的战略选择。一方面，传统零售企业将加快拓展网络零售业务，一些企业选择自建网站，一些则采取并购的方式迅速进入和占领网络市场，更多的则是通过有机结合线上线下业务获取新的竞争优势，“网定店取”、自助取货等线上线下相结合的模式将得到推广，实体商店的功能作用得到新的拓展，获得新的发展空间。另一方面，网络零售企业出于品类扩张、宣传展示以及满足消费者体验需求的考虑，也会加快配套服务的跟进，除销售、宣传商品外，形成网上模拟体验、试用等新的优势，并更加注重物流配送、电子支付等运营支撑，完善配套服务。

(三) 更加注重供应链管理，零供关系日趋和谐

未来零售业的竞争将从企业间“点对点”的竞争，逐步向供应链间的综合竞争转变，零售企业将不仅注重自身管理，更加注重供应链管理，从而实现链条企业效益最大化。零售业将突破行业界限，通过

加快电子商务和信息技术的应用步伐，突破零供间单纯的供销关系，更加深入地参与到上游厂商的生产运作之中，与之共同商讨和制定产品计划、供货周期，甚至产品研发、质量控制，从而。提高经营能力，推动零售业整体效率提升。通过加强供应链管理实现零售商与生产、消费环节的紧密对接，更高效地收集整理消费者的意见和需求，并迅速向生产环节传递，零售商和供应商将成为利益共同体，目标和利益一致，零供关系将更加和谐，由零和博弈向互利共存演变。

（四）零售企业跨区并购提速，行业组织化程度进一步提高

零售业企业为进一步扩大经营网络，增强竞争实力，取得区域市场优势地位，通过跨区并购及强强联合是最为迅速和有效的途径。因此，未来零售业与金融业、制造业企业的结合趋势将更加明显，以资本为纽带的跨区域并购将进入快速发展阶段，通过控股、参股、输出管理团队等多种方式整合商业资源，进行资本化扩张，实现跨区域企业并购。同时，零售业将通过连锁经营、不断增强辐射力，积极向中小城市、农村市场拓展，进一步推动行业组织化程度的提升。大型零售企业销售额在整个行业中的比重会进一步增大，对供应商、生产商的影响力将不断增强，对区域市场、中小零售商的整合能力将进一步强化，满足消费者多种消费需求的能力将不断提升，抵御市场风险的能力将显著提高。

（五）业态不断创新，注重品牌建设

目前我国人口结构中年龄在 18-31 岁的人口超过 2.9 亿，80 后、90 后的消费者已经成为主力消费人群，消费群体的变化必然带来零售业态的相应变化。消费者将更加注重服务消费，追求购买及使用过程中的服务质量和体验，更为讲求品牌和文化内涵，更加关注食品安

全和健康等，消费个性化、便利化、情感化特征更加明显。消费结构、消费方式等方面的变化必将促进以提高生活品质为主旨的各种新型零售业态营运而生。百货业态中的大众百货、时尚百货、高端百货的区隔将更加明显。百货店将向精品化、专业化方向发展，以精细化的管理、更有魅力的品牌组合和良好的服务，实现差异化、有竞争力的经营，在一线城市将呈现提档升级趋势，在二、三线城市得到进一步扩张、发展。超市业态将会逐渐分化出高端超市、生鲜超市、社区超市等细分业态，同时更加注重食品安全和环境营造，不断加大对生鲜食品销售和管理投入。便利店业态将力求充分满足顾客随时随地便利购物的需求，更加体现便利化和个性化经营特色，出现专门为不同人群服务的细分业态，在为消费者提供日常生活消费品服务的同时，逐步丰富、拓展配套服务、综合服务功能。

各类零售企业将更加注重品牌建设，通过树立企业自有、定制品牌、销售知名品牌产品，提升经营商品的档次，有效打造企业服务品牌，进一步提升企业盈利水平和经营服务附加值。品牌商品专卖店、专业店将大量增加，企业品牌推广、促进和保护体系将日益健全。

（六）逐步实现集约化、绿色循环发展

实现集约化经营，发展绿色流通，已经成为零售业实现可持续、健康发展的必然取向。推进零售业节能减排不仅可以直接降低成本，成为企业新的利润增长点，而且从长远看有利于转变发展方式，提升企业核心竞争力。可以预期，未来零售企业将会大力开展节能环保标准化建设，开展节能环保技术改造，拓展绿色采购，鼓励消费者购买和使用绿色低碳产品，引导社会节约、理性消费。与生产制造企业、回收拆解企业建立合作关系，逐步建立废弃物逆向回收渠道，通过收

旧售新、以旧换新等，逐步形成低碳环保产品销售、二手商品寄售和废弃物逆向回收的良性循环体系。