

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

B

流通蓝皮书

BLUE BOOK OF COMMERCIAL SECTOR

No.7

中国商业发展报告

(2019~2020)

组织策划

中国社会科学院财经战略研究院

冯氏集团利丰研究中心

顾问/张家敏

总编/荆林波

主编/王雪峰 林诗慧

副主编/李晓怡 赵京桥

ANNUAL REPORT ON CHINA'S COMMERCIAL SECTOR
(2019-2020)

 社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2019
版

- “流通蓝皮书”的前身是“商业蓝皮书”，是研究中国商业发展的第一部蓝皮书，是中国社会科学院财经战略研究院与冯氏集团利丰研究中心合作的结晶。2012年，在流通业面临大变革和转型的背景下，为了探求“突破流通瓶颈、助推经济转型”，编委会经研究将原“商业蓝皮书”更名为“流通蓝皮书”，并继续以《中国商业发展报告》的形式公开发布。“流通蓝皮书”旨在对中国商业热点及重点业态发展趋势进行分析研究，具有立足现实、把握行业趋势、内容系统、结构合理的特点。

- **中国社会科学院财经战略研究院**成立于2011年，前身为中国社会科学院财政与贸易经济研究所，以“国家级学术型智库”为定位，致力于全局性、战略性、前瞻性、应急性、综合性和长期性经济问题的研究，提供科学、及时、系统、可持续的研究成果。

- **冯氏集团利丰研究中心**成立于2000年，为香港冯氏集团旗下的研究机构，重点监测、分析和报道中国及其他经济体的采购、供应链、分销和零售市场的发展情况。

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目



中国商业发展报告 (2019~2020)

ANNUAL REPORT ON CHINA'S COMMERCIAL SECTOR
(2019-2020)

组织策划 / 中国社会科学院财经战略研究院
冯氏集团利丰研究中心

顾问 / 张家敏

总 编 / 荆林波

主 编 / 王雪峰 林诗慧

副 主 编 / 李晓怡 赵京桥



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国商业发展报告. 2019 - 2020 / 王雪峰, 林诗慧主
编. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2019. 4

(流通蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 4604 - 3

I. ①中… II. ①王… ②林… III. ①商业经济 - 研
究报告 - 中国 - 2019 - 2020 IV. ①F72

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 059255 号

流通蓝皮书

中国商业发展报告 (2019 ~ 2020)

总 编 / 荆林波

主 编 / 王雪峰 林诗慧

副 主 编 / 李晓怡 赵京桥

出 版 人 / 谢寿光

组稿编辑 / 周 丽

责任编辑 / 王楠楠

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理分社 (010) 59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367083

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 23.75 字 数: 355 千字

版 次 / 2019 年 4 月第 1 版 2019 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 4604 - 3

定 价 / 128.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

流通蓝皮书编委会

- 策 划** 张家敏 冯氏集团利丰研究中心董事、总经理
- 总 编** 荆林波 中国社会科学评价研究院研究员、博士生导师
- 主 编** 王雪峰 中国社会科学评价研究院评价理论研究室
林诗慧 冯氏集团利丰研究中心副总裁
- 副主编** 李晓怡 冯氏集团利丰研究中心高级研究经理
赵京桥 中国社会科学院财经战略研究院
- 成 员** 黄 浩 中国社会科学院财经战略研究院副研究员
袁平红 安徽财经大学国际经济贸易学院副教授
卢慧玲 冯氏集团利丰研究中心高级研究经理
李立威 北京联合大学管理学院信息管理与电子商务系
副教授
洪 勇 商务部国际贸易经济合作研究院副研究员
程 敏 山东省曲阜师范大学副教授
陈善仪 冯氏集团利丰研究中心研究经理
马彦华 商务部国际贸易经济合作研究院
汤泳欣 冯氏集团利丰研究中心研究主任

总编简介

荆林波 中国社会科学评价研究院院长，研究员，博士生导师。邮箱：
jinglb@cass.org.cn。

享受国务院特殊津贴专家，新世纪“百千万人才工程”国家级人选，并且获得“有突出贡献中青年专家”荣誉称号。经贸政策咨询委员会委员，国家标准委员会委员，多个部委特聘专家和地方政府顾问。曾经荣获孙冶方经济科学奖、万典武商业经济学奖等多项奖励。社会兼职：中国商业经济学会副会长、中国物流学会副会长、中国烹饪协会副会长、中国社会科学情报学会副理事长等。参与多项国家与部委的重大课题研究以及重要文件起草。

专著：《信息服务与经营模式》、《第三只眼看网络经济》、《中国商品期货交割》等。译著：《营销e术》、《生产率：信息技术与美国增长复苏》（与冯永晟合作）。主编：《关于扩大消费的若干问题研究》、《解读电子商务》、《阿里巴巴集团考察——阿里巴巴经营模式研究》、《阿里巴巴的网商帝国》、《市场营销》、《电子商务导论》、《现代流通业：资本与技术的融合》、《现代零售业战略与管理》、《中国流通理论前沿》、《消费者心理学理论与实践》、《中国企业大并购》、《中国商品市场发展报告》、《中国贸易发展报告》、《中国服务业发展报告》、《中国电子商务服务业发展报告》、《中国城市电子商务影响力发展报告》、《中国餐饮产业运行报告》等。最新主编：《中国人文社科期刊评价报告》、《全球智库评价报告》、《中国智库评价报告》等。

摘 要

“流通蓝皮书”《中国商业发展报告》的前身是“商业蓝皮书”《中国商业发展报告》，该书是研究中国商业发展的第一部蓝皮书，是中国社会科学院财经战略研究院（原财贸所）与利丰研究中心合作的结晶。2012年，在流通业面临大变革和转型的背景下，为了探求“突破流通瓶颈、助推经济转型”的需要，编委会经过研究，将原“商业蓝皮书”更名为“流通蓝皮书”，并继续以《中国商业发展报告》的形式公开发布。综观“流通蓝皮书”《中国商业发展报告（2019~2020）》，除了已有的组织层次高、权威性强、编写组成员专业性强、结构合理、中英文全球发布的特点外，本期报告还具有以下特点。

一是精准把握新时代流通业发展大势。

新时代中国的使命是由富起来向强起来转变，旨在建设社会主义现代化强国。在新时代的历史方位和“四个全面”的战略布局下，面对社会主要矛盾、社会需求、历史任务的转变，生态保护、环境治理、民主法治、公平公开、创新高效的需求越来越强烈，创新引领的高效、高质量发展已经成为中国经济社会发展的新动力和新要求。与此同时，消费对经济增长的贡献日益提升，成为经济增长的第一驱动力，做大做强国内市场、增强和提升经济增长韧性的方向日益明确。在这些大背景的趋势和要求下，流通业各业态必然都面临创新的压力 and 高质量发展的要求。这样，无论是传统实体批发市场的转型升级、传统零售各业态的重塑，还是线上的电子商务的提升，都是为适应新形势的要求而进行的创新探索。可以预言，未来几年内，创新将是流通业发展的主驱动力，高质量、高效益将会逐步显现。

二是坚持问题导向性，强化商业需求侧基础。

流通是经济的血脉和神经，流通业的提升是经济高效、顺畅运行的体现



和保障，流通体系的任何环节存在问题都会影响流通效率，进而影响经济效率。本报告在坚持渠道业态研究的基础上，进一步强化了基于消费者行为的需求侧研究。在需求侧消费水平、消费规模、消费升级整体趋势的把握下，分析了中国消费者呈现的理性购物、线上购物、国际化、关注智慧化体验、关注绿色、品牌消费的特点；并对消费者的年龄结构、区域结构进行了分析。在此基础上，指出中国需求侧的变化趋势是消费代际更迭加速、“90后”“00后”消费潜力较大，新生代、新技术、新需求、多元化是中国未来商业创新升级的主动力和发展方向。

三是关注流通市场热点。

近年来，业内关于消费升级、消费降级的争论日趋激烈。针对这一热点问题，本报告的总报告基于消费函数予以回应，并在厘清概念的基础上，在理论上从收入、财富、发展阶段、人口结构等方面予以综合分析。在理论综合分析的基础上，本报告指出，争议激烈的消费升级和消费降级的观点都不够全面，具有一定的片面性；事实上，中国消费的现实是消费分级，即消费结构的分化。消费分级既存在于不同发展程度的区域之间，也存在于不同发展水平的城市之间，也存在于同一城市中不同收入水平的消费者之间。从消费分级的视角考虑和研究中国消费市场，也许能够为中国商业的创新提供思路 and 方向，引导中国商业业态的分化和效率提升。

四是坚持全面系统性。

本报告秉承已有的结构和行文风格，在结构上包括总报告、产业分析、产业要素分析和专题分析四个部分。总报告紧扣消费升级、降级的热点之争，对其予以理论分析，提出消费分级的观点；并基于此观点展望了中国商业未来的发展趋势。产业分析部分对批发市场的转型升级，零售业、餐饮业及电子商务的发展现状及趋势进行了探讨和分析；并对零售业的并购进行了深入的探讨和分析。产业要素分析部分延续以前的结构对零售物流、电商物流和互联网金融业进行了专门深入的研究，分别分析了它们的发展现状、特点、存在的问题和发展趋势。在专题分析部分，本报告重点研究了百货业、大卖场及超市、便利店、奢侈品市场、进口电商等商业业态以及城市商业、

服务消费和消费者行为等商业热点问题。在整体结构上，本报告秉承一贯的全面性、系统性、突出重点的结构要求及研究体系要求。

总之，基于新时代的大背景和创新引领、高质量发展的新要求，本报告在把握中国消费分级以及消费者行为分化、消费结构多元的现实条件下，坚持问题导向的研究思路，基于对需求侧变动趋势的研判来分析流通各环节存在的问题及其未来发展的趋势，为流通业供给侧的创新和供给质量提升提供了思路 and 方向。坚持立足现实、把握行业变动趋势、紧扣热点问题、结构全面系统是本报告的重要特点。期望本报告能够给读者和业内同行带来一些启发，也期望本报告在推动我国流通业创新、流通效率提升、促进流通业转型升级进而促进经济效率提升和高质量发展方面做出应有的贡献。

最后，诚挚地感谢业界前辈和专家学者们对本报告写作的支持！同时，也真诚地感谢流通各业态的企业家朋友对本报告调研工作的支持！向那些关注和支持我们的领导和业内同行致以深深的谢意！总之，在来自各方力量的支持和关照下，我们会继续努力，以求不辜负来自多方的厚爱！

关键词：中国商业 消费分级 批发业 零售业 电子商务

Abstract

In view of exploring the transition and upgrading of China's distribution sector, the authoritative National Academy of Economic Strategy (NAES) of the Chinese Academy of Social Sciences (CASS) in collaboration with Fung Business Intelligence launches the Blue Book of Commercial Sector: Annual Report on China's Commercial Sector (2019 – 2020) to give readers a comprehensive account of the latest developments in the commercial sector of China.

The Blue Book of Commercial Sector: Annual Report on China's Commercial Sector (2019 – 2020) has the following distinctive features. First, the Blue Book analyzes the major trends in China's commercial sector. Consumption has been the main driver of China's economic growth; and domestic consumption is expected to further expand. Transformation of traditional retail formats and wholesale markets, retail formats innovations, as well as evolving e-commerce business models are some prevailing trends in the new consumption environment. Going forward, innovation is set to be the major driving force of the commercial sector.

Second, the Blue Book conducts a prospective study on China's commercial sector. Apart from analyzing various retail formats from the supply-side, the Blue Book also focuses on Chinese consumers' behavior from the demand-side. The Blue Book explores consumer behavior in online consumption, overseas consumption, smart consumption, green consumption, etc. Changes in consumption behavior led by the post-90s and 00s generations are also discussed.

Third, the Blue Book provides an account of the changing consumption environment in the general report. According to the report, China's current consumption environment cannot be characterized merely by "consumption upgrading" or "consumption downgrading" -instead, it rather shows a sign of consumption diversification. Different consumption behaviors can be observed in

different regions, in different city tiers, and among consumers with different income levels. Analyzing the consumer market from a consumption diversification perspective can better present a holistic review of the commercial sector in China.

Fourth, the Blue Book provides a comprehensive overview of China's commercial sector, including a general report, industry analyses, business factor analyses, and special topics. The general report analyzes trends under consumption diversification. Topics covered in industry analysis include China's wholesale sector, retail sector, catering sector and e-commerce sector. It also covers mergers and acquisitions in China's retail market. The Blue Book provides in-depth and comprehensive analyses on the latest developments in business factor analyses including retail and e-commerce logistics market, as well as China's Internet finance market. The Blue Book also highlights the development of various retail formats in China including department store sector, convenience store sector, hypermarket sector, and shopping mall sector. Special reports on luxury market, cross-border e-commerce, China's commercial and city development, service industry and policy suggestions, as well as analysis on Chinese consumers are also included. The authors believe that the Blue Book can help businesses and investors gain further insight into China's commercial sector.

We would like to thank all the pioneer researchers, experts, and practitioners in the commercial sector for their help and support. In addition, we would like to give special thanks to our senior level leaders and colleagues for their encouragement, sound advice and help.

Keywords: Commerce; Consumption Diversification; Commodity Market; Retail Market; E-commerce

目 录



I 总报告

- B.1** 中国流通：消费分级下的智慧变革..... 荆林波 / 001
- 一 中国消费：消费升级、消费降级还是消费分级? / 002
- 二 中国消费：成绩与隐忧 / 020
- 三 智慧商务在中国的未来发展 / 024

II 产业分析

- B.2** 中国商品交易市场转型升级发展报告..... 王雪峰 / 030
- B.3** 中国零售业发展及相关问题分析..... 李晓怡 林诗慧 / 051
- B.4** 中国餐饮产业发展回顾与展望..... 赵京桥 / 073
- B.5** 中国电子商务发展现状与趋势分析..... 黄 浩 / 096
- B.6** 中国零售业并购发展报告..... 王雪峰 / 120

III 产业要素分析

- B.7** 中国零售物流的发展现状及展望..... 卢慧玲 汤泳欣 / 152



- B.8** 中国电子商务物流发展概况…………… 李立威 / 167
B.9 中国互联网金融发展及趋势分析…………… 洪 勇 / 183

IV 专题分析

- B.10** 中国百货业发展报告
…………… 中国百货商业协会 冯氏集团利丰研究中心 / 204
- B.11** 中国便利店发展现状及趋势 …………… 李晓怡 林诗慧 / 227
- B.12** 中国大卖场及超市发展现状及趋势 …………… 李晓怡 林诗慧 / 238
- B.13** 中国购物中心发展现状及趋势 …………… 林诗慧 / 252
- B.14** 中国奢侈品市场发展现状及趋势 …………… 陈善仪 林诗慧 / 270
- B.15** 中国跨境进口电商发展现状及趋势 …………… 李晓怡 林诗慧 / 285
- B.16** 中国城市商业发展报告 …………… 袁平红 / 298
- B.17** 中国服务消费现状、问题及政策建议 …………… 马彦华 / 323
- B.18** 中国消费者行为分析 …………… 程 敏 / 337

皮书数据库阅读 **使用指南**



CONTENTS



I General Report

- B.1** China's Distribution Sector: Smart Revolution under Consumption Diversification *Jing Linbo* / 001
1. *Consumption is Changing – Upgrading, Downgrading or Diversifying?* / 001
 2. *Opportunities and Challenges for China's Consumption Market* / 020
 3. *Development of “Smart Commerce” in China* / 024

II Industry Analysis

- B.2** Report on Transformation and Upgrading of China's Commodity Markets *Wang Xuefeng* / 030
- B.3** Development of China's Retail Sector *Christy Li, Teresa Lam* / 051
- B.4** Development of China's Catering Sector and Forecasts *Zhao Jingqiao* / 073
- B.5** Analysis on China's E-Commerce Market *Huang Hao* / 096
- B.6** Report on Mergers and Acquisitions in China's Retail Market *Wang Xuefeng* / 120



III Business Factors Analysis

- B.7** Development of China's Retail Logistics Market
Winnie Lo, Iris Tong / 152
- B.8** Development of China's E-Commerce Logistics Market *Li Linwei / 167*
- B.9** Development of China's Internet Finance Market *Hong Yong / 183*

IV Special Topics

- B.10** Development of China's Department Store Sector
China Commerce Association for General Merchandise, Fung Business Intelligence / 204
- B.11** Development of China's Convenience Store Sector
Christy Li, Teresa Lam / 227
- B.12** Development of China's Hypermarket and Supermarket Sector
Christy Li, Teresa Lam / 238
- B.13** Development of China's Shopping Mall Sector *Teresa Lam / 252*
- B.14** Development of China's Luxury Market *Tracy Chan, Teresa Lam / 270*
- B.15** Development of China's Cross-Border Import
E-Commerce Market *Christy Li, Teresa Lam / 285*
- B.16** Report on China's Commercial and City Development
Yuan Pinghong / 298
- B.17** Analysis on China's Service Industry and Policy Suggestions
Ma Yanhua / 323
- B.18** Analysis on Chinese Consumers *Cheng Min / 337*

总 报 告



General Report

B.1

中国流通：消费分级下的智慧变革

荆林波*

摘 要： 本报告首先基于国内经济韧性提升和做强国内市场的新形势，对消费降级和消费升级的热点问题予以经济理论分析、发展阶段分析和人口年龄结构及其消费特征分析。在对该问题进行理论分析的基础上，提出当前中国消费既不是简单的降级，也不是简单的升级，而是由多种现实因素决定的消费分级的判断，进而提出消费分级促进了社交电商崛起的观点。其次，在中国经济由高速增长向高质量发展转变、消费已经成为经济增长第一动力的大形势下，出现了让人担忧的社会消费品零售总额增长降至个位数、影响或制约消费扩张升级的因素依然较多以及企业利润回落的局面。最后，在信息技术快速进步及商业应用

* 荆林波，中国社会科学评价研究院院长，研究员，博士生导师。



快速成熟的条件下，针对制约消费和不利于做强国内市场的影响因素，本报告描绘了智慧商务在中国的发展前景和趋势，以期能为中国商业企业的战略选择和制定提供有益的借鉴。

关键词： 消费降级 消费升级 消费分级 社交电商 智慧电商

2018年中国经济在巨大的内外部压力下取得了6.6%的稳定增长，显示了中国经济的较强韧性。2019年中国正面临“百年未有之大变局”，如何做强大国内消费市场成为人们关注的热点和重点。消费市场的做大做强，离不开流通业的支撑，如何看待中国流通业的发展？首先，需要分析中国经济中的消费变化趋势及其背后的诸多影响因素；其次，要正视中国消费的成绩与隐忧；最后，从智慧商务的发展趋势，探讨中国流通的变革方向。

一 中国消费：消费升级、消费降级还是消费分级？

2018年5月，“吃着方便面、就着榨菜、喝着二锅头，骑上摩拜逛一逛，回家拼多多”成为当下一部分消费者的真实写照。“消费降级”的说法一时兴起。

那么，什么是消费降级呢？消费降级是指迫于经济收入的压力和对未来预期悲观，消费者减少消费支出，被迫降低消费水平。严格来讲，单纯通过榨菜、方便面等消费的变化来推断消费降级是不科学、不全面的。理解消费降级，需要全面分析与消费相关的收入、消费人口、消费阶段等问题。事实上，中国的消费是在趋于多元化，而不是升级或者降级，消费分级更符合现实。

（一）关于消费与收入、财富的关系

约翰·梅纳德·凯恩斯早在1936年在他的代表作——《就业、利息和货币通论》一书中就明确提出可支配收入与消费之间存在相当稳定的关系。