



零售创新决胜新消费

2021年网络零售百强报告

目录

1 中国消费市场在数字化驱动下迎来发展新时期	2
1.1 数字化为疫后中国消费市场注入新活力	2
1.2 政策、技术、消费者需求与供应链变化持续推动消费品零售的数字化转型	4
2 2021 年消费品零售数字化百强榜单及解析	5
2.1 上榜企业总体分析	5
2.2 2020 年消费品和零售企业网络销售情况	7
2.2.1 上榜消费品企业	7
2.2.2 上榜零售企业	9
2.3 零售数字化典型案例分析	11
3 数字新格局下，无限趋近零时差消费者之旅	12
4 网络零售百强排名方法论	14

主要发现

- 在消费品零售行业数字化的推动下，网络零售对国内消费市场的贡献作用持续提升。2020年，实物网上零售额占社会消费品零售总额比重较2019年提升4.2%，达到24.9%。在社会消费品零售总额经历改革开放以来首次负增长的情形下，实物网上零售额仍然保持14.8%的增速。消费品零售行业数字化下产生的新业态、新模式迎合居民消费升级的需求，持续推动国内消费市场的提质扩容。
- 在数字化趋势下，消费新业态、新模式不仅为行业注入了活力，同时也在资本市场中受到投资者的青睐。在投融资方面，国潮类消费推动下的化妆品，以及生鲜、跨境电商类企业较其他领域获得了更多的投融资机会。与此同时，在数字化的推动下，消费品零售行业正加速整合，包括跨境、社区、生鲜、化妆品、电商解决方案等是2020年消费品零售行业并购事件较多的细分领域。
- 中国网络零售百强的销售规模持续增加。2021年网络零售百强企业销售额超1.47万亿元，比2020年总体提升18.5%。入榜网络零售百强的企业，网络销售门槛从去年的1亿元以上提升至今年2亿元人民币以上。2021年上榜企业中，7家是电商企业，非电商企业达到93家，非电商企业数量比去年增长9.4%。其中，消费品企业达到51家，网络销售占总体上榜企业网络销售比重的22.1%，非电商零售企业42家，网络销售占比达6.2%。
- 网络零售百强上榜企业首次覆盖全国各个地理分区。今年榜单首次出现了东北地区企业。从数量来看，华东地区继续领先全国，上榜企业数量达到46家，华北企业12家，华南企业21家，华中企业10家，西部企业6家，东北企业1家，以及跨国企业4家。从网络销售额来看，华北企业网络销售额占比最高，达52%，其次为华东地区企业占比31.1%，华南地区企业占比14.4%，跨国企业占比1.2%，华中、西部、东北地区占比较少，均小于1%。
- 中国的消费品零售业态和社交媒体的演进就是一场趋近零时差消费者的历程。随着零售业态演进到以图文、声音、短视频形式大数据流量分发时代，在消费者需求变化、零售技术的提升和商业模式创新的过程中，社交媒体已经深度参与到商业和消费者决策。
- 消费品零售行业迎来战场前移。在线上线下加速融合的市场环境下，线上和线下消费形态均出现了业务前移的现象。在线下，消费的半径逐渐从城市中心、片区商业中心推进到“最后一公里”的社区消费场景，特别是疫情之后消费者对消费的安全性、便利度、快捷化的要求日趋增加，零售业态也在随着消费者的变化升级自身的形态。而在线上，在年轻消费者的网上消费习惯日趋社交化和内容化的趋势下，为消费者带来优质内容和社交体验，体现生活美学的线上线下融合的商业模式得到快速发展。

1 中国消费市场在数字化驱动下迎来发展新时期

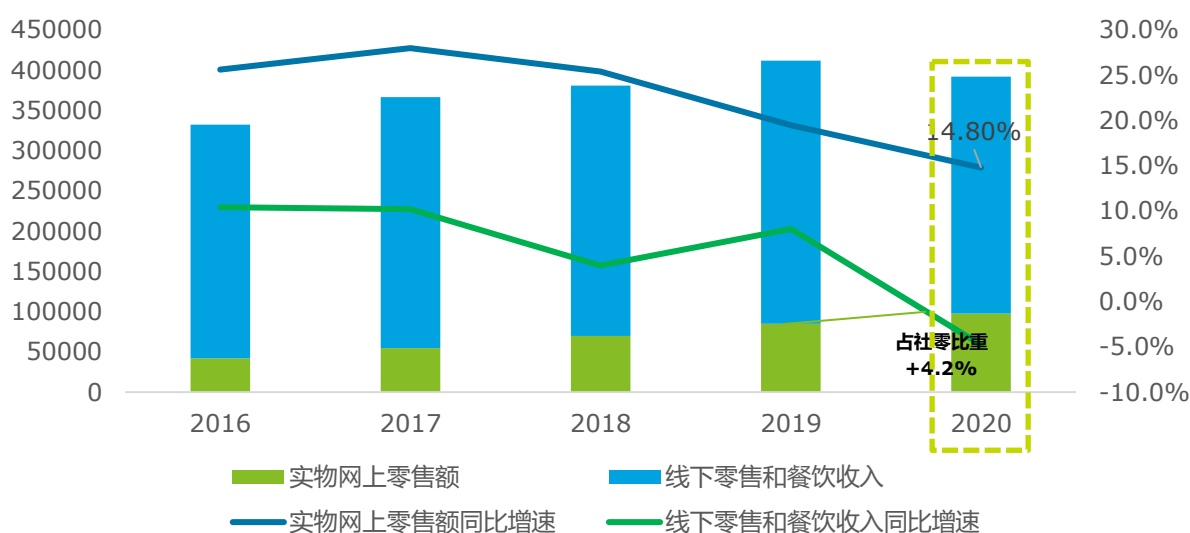
1.1 数字化为疫后中国消费市场注入新活力

线上消费持续拉动内需

过去五年，在消费品零售行业数字化的持续推动下，网络零售对国内消费市场的贡献作用持续提升。特别是 2020 年，受疫情冲击，社会消费品零售总额经历改革开放以来的首次负增长，但是实物网上零售额仍然保持了 14.8% 的增速，同时占社会消费品零售总额比重升至 24.9%，较 2019 年提升 4.2 个百分点。消费品零售行业数字化下产生的新业态、新模式迎合居民消费升级的需求，持续推动国内消费市场的提质扩容。

图：实物网上零售额持续拉动消费增长

单位：亿元人民币

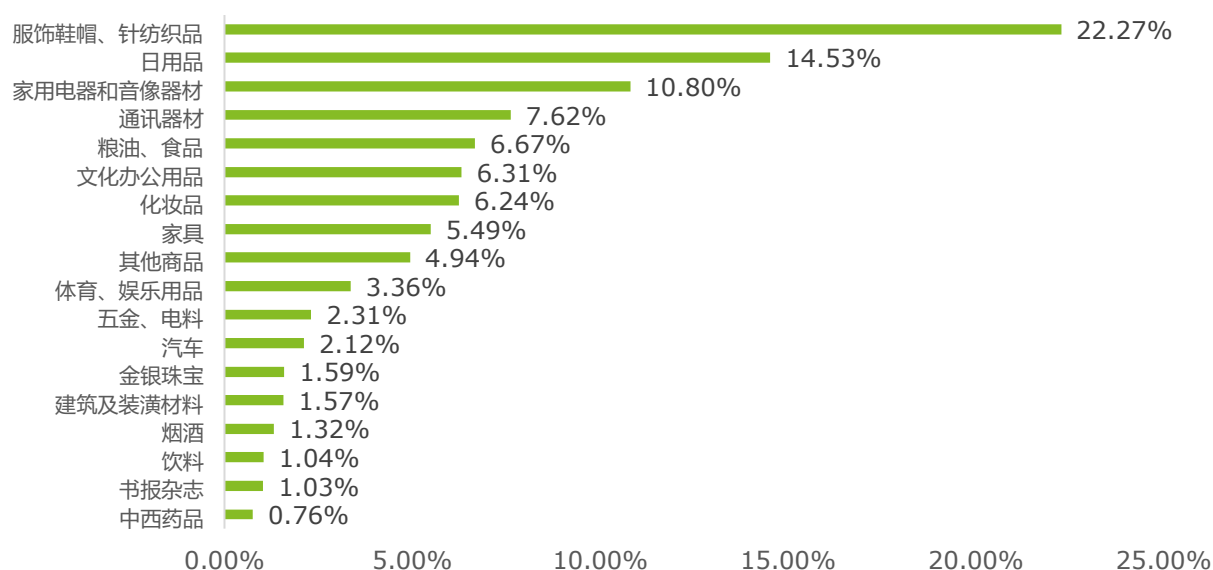


来源：国家统计局

疫后消费品零售加速向线上渠道渗透

2020 年，随着疫情前期居家隔离使网络进一步渗透到消费者的工作、学习、生活和消费场景，消费品零售企业也加速开辟及扩大线上渠道，以满足消费者的购物需求。国家统计局数据显示，2020 年实物商品网络消费中，吃、穿、用类商品同比增加 30.6%、5.8% 和 16.2%。线上销售规模上，服装鞋帽、日用品、家电、3C 类产品是销售规模靠前的品类，占比超过了总体实物网络零售交易额的 50% 以上。

图：各品类网络零售交易额占比情况

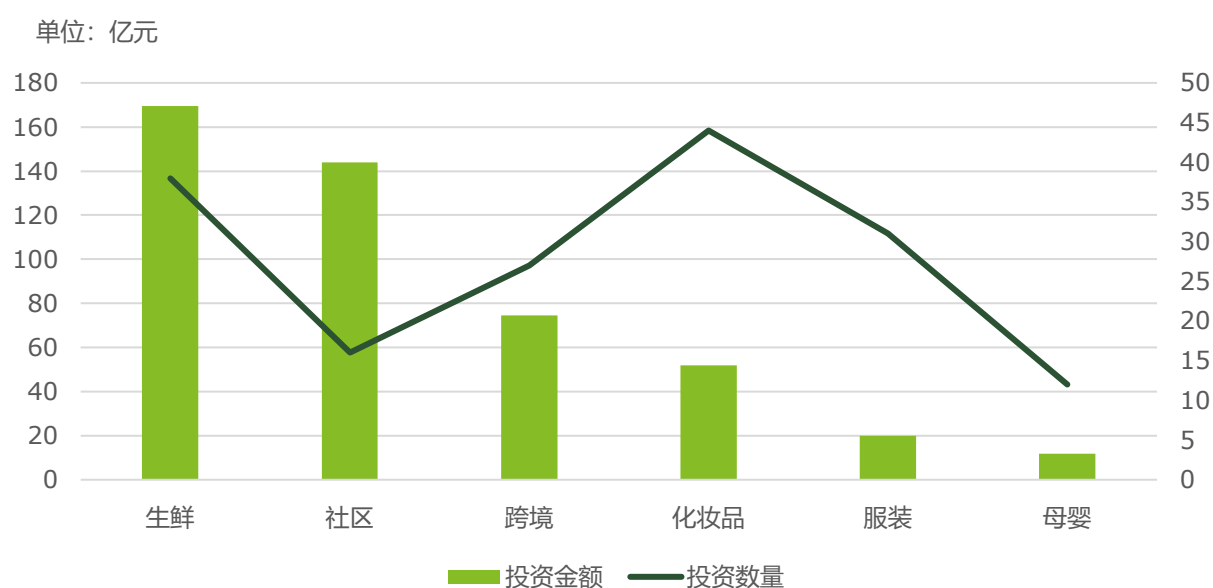


来源：商务部

数字化驱动的新业态和新模式快速发展

在数字化趋势下，消费新业态、新模式为行业注入了活力，同时也在资本市场中受到投资者的青睐。2020年，从投资金额来看，在疫情期间“无接触”的需求下，销量快速增加的生鲜、社区类消费新业态获得了最多的关注，获投金额领先于其他细分领域。从投资数量来看，国潮类消费推动下的化妆品，以及生鲜、跨境电商类企业领先于其他细分领域。

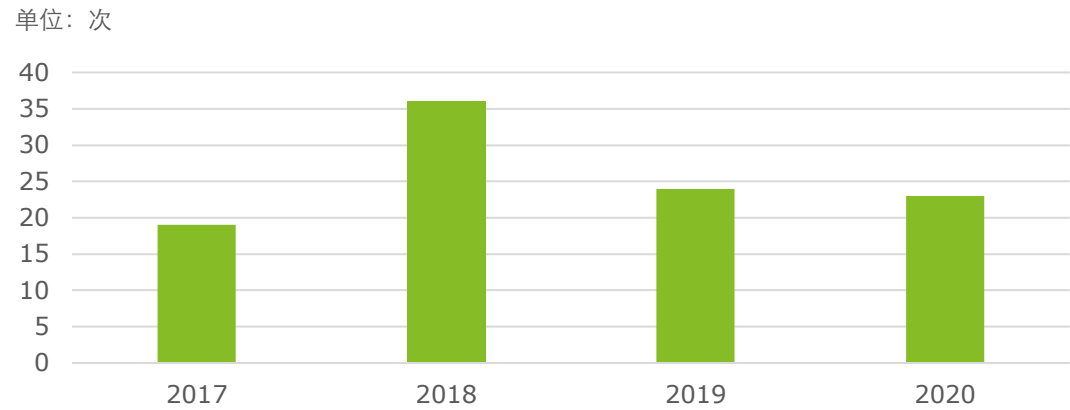
图：2020年消费品零售行业细分领域新业态投融资情况



来源：IT 桔子

疫情影响下，消费品零售行业的新模式新业态也在加速整合。从并购数量来看，受疫情影响的 2020 年，并购事件数量几乎与 2019 年持平。企业整合的类型主要集中在跨境、社区、生鲜、化妆品、电商解决方案等多个细分领域。

图：2017-2020 年电商类并购事件数量



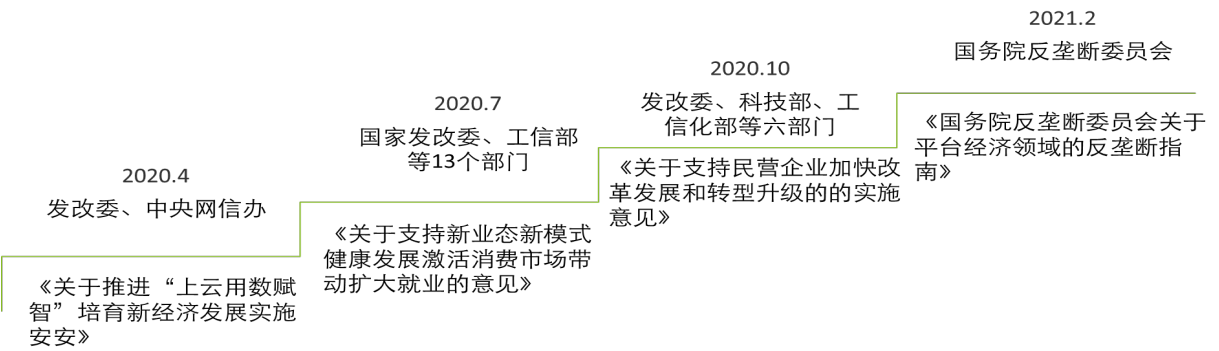
来源：IT 桔子

1.2 政策、技术、消费者需求与供应链变化持续推动消费品零售的数字化转型

国家对数字化转型升级的持续支持

2020 年，国家接连颁布刺激消费、提升行业数字化的促进政策，通过完善与零售配套的社会基础设施建设，以及各项针对消费的激励政策，推动消费品零售行业的数字化转型。如通过《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》激励各行业打造数字化企业、构建数字化产业链、培育数字化生态；通过《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》则提出加强制度供给，更有效发挥数字化创新对实体经济提质增效的带动作用，推动“互联网+”和大数据、平台经济等迈向新阶段。与此同时，为了保护市场公平竞争，防止资本无序扩张，国家加快了反垄断的步伐，制定出台《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》，旨在加强对限制竞争、赢者通吃、价格歧视等垄断行为的监管。从侧面来看，国家反垄断将激发创新创造活力，使垂直领域创业者和中小经营者在自由、公平的竞争秩序中获得更多的发展机会。

图：国家颁布的促进产业数字化和激发创新政策



疫情影响下供应链加速数字化转型

在遭受疫情前期的物料和生产端停滞、产品研发推后等供应链风险后，食品饮料、服装鞋履、日化、百货、专卖店等消费品和零售业态，重新审视自身商业模式和供应链的不足，并加快布局数字化在供应链中的应用。后疫情时代，以数字化为驱动，实现供应链前置和组织高效的柔性供应链模式成为消费品零售企业的需求。柔性供应链的优势在于可以通过大数据对原材料、生产、包装、仓储、物流、销售等整条供应链进行统筹和监督，最大程度地控制生产周期和库存。与此同时，线上与线下业务的结合得到更多重视，传统线下门店正进一步建设全渠道的供应链和履约模式，以应对风险。

线上消费持续向下沉市场和各年龄层渗透

防疫常态化下，网络购物平台加速对中国消费者的渗透。2020 年互联网加速向广阔的下沉市场和农村地区渗透。截止 2020 年 12 月，中国农村网民规模达到 3.09 亿，占全体网民的 31.3%。农村地区互联网普及率从 2020 年 3 月 46.2%到 2020 年底升至 55.9%。与此同时，在 80、90 后新消费主体占绝对比重的互联网世界，中老年群体正在快速的崛起。据中国互联网络信息中心数据显示，中国 40 岁以下网民占比为 54.9%占据绝对优势。此外，50 岁及以上网民群体的占比在疫情期间快速提升，从 2020 年 3 月份占比 16.9%，截止 2020 年 12 月底提升至 26.3%。以上群体的崛起将继续为数字化赋能下的消费品零售行业带来发展红利。

5G、大数据、人工智能底层技术的广泛应用

人工智能、云计算、大数据、物联网、工业互联网等新兴技术为经济提质注入全新的动力，同时也为消费品零售行业的数字化转型提供了基础设施。在疫情期间，5G 与 AI、云计算、大数据等新技术融合，推动了远程办公、5G 无人配送、无人货柜等多种形态的零售应用场景。随着 5G、数据中心、工业物联网、人工智能等支持零售智能化和数字化的新基建快速落地，将进一步推动消费和生产环节间数据互联，并助推个性化、定制化开发，智能化、柔性化生产。

2 2021 年消费品零售数字化百强榜单及解析

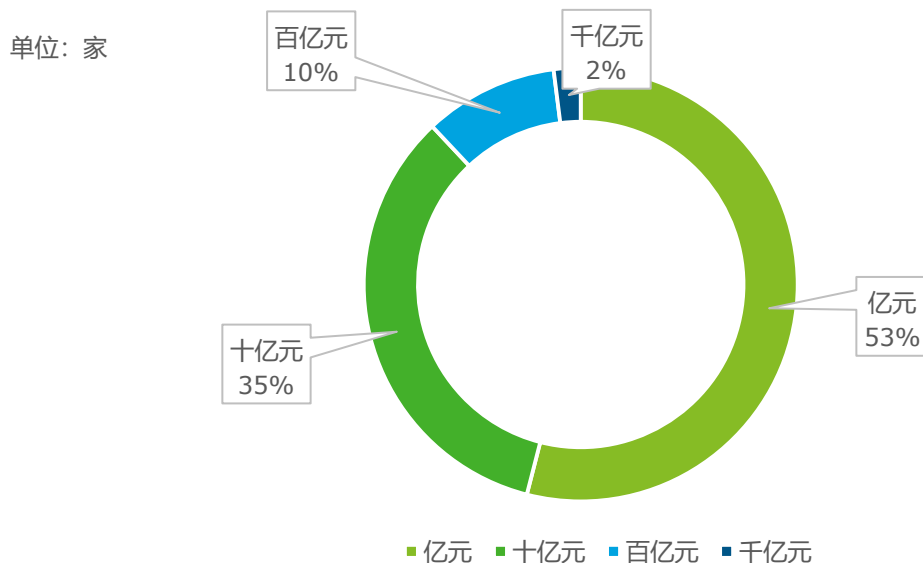
2.1 上榜企业总体分析

经过数年的发展，零售的边界已然打破，过去一年特别是疫情影响下，我们看到实体零售企业和消费品企业积极开展自身线上数字化业务，并积极探索新业态、新模式。德勤联合中国连锁经营协会共同开展中国网络零售调研，并根据调研成果发布 2021 中国网络零售 TOP100 榜单。榜单旨在记录和展现中国消费品和零售行业的数字化发展态势和发展进程。（完整榜单详见附录）

上榜企业网络销售规模持续增加

2021 年网络零售百强企业销售额超 1.47 万亿元，比 2020 年总体提升 18.5%。入榜网络零售百强的企业，网络销售门槛从去年的 1 亿元以上提升至今年 2 亿元人民币以上。其中，网络销售额超过千亿的企业 2 家，百亿级企业 10 家，十亿级企业 35 家，亿元级企业 53 家。

图：企业网络销售规模分布



来源：CCFA, 德勤研究

消费品和实体零售企业数量的占比达到 93%

2021 年上榜企业中，7 家是电商企业，非电商企业达到 93 家，非电商企业数量比去年增长 9.4%。其中，消费品企业达到 51 家，网络销售占总体上榜企业网络销售比重的 22.1%，非电商零售企业 42 家，销售占比达 6.2%。

图：企业类型数量和网络销售额占比

单位：家

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38718

