

2. 零售业

零售创新正在为零售业创造新的发展空间

2021年中国的零售总额（社会消费品零售总额）约为44万亿元（同比增长12.5%）。虽然2021年下半年增速有所放缓，但在电商（以下称“EC”）市场的拉动下，有望实现持续增长。受出境限制影响，消费者的购买意愿主要体现在国内消费上。此外，线上线下均因近几年陆续出现的新业态新服务而获得了新的发展空间。零售创新逐步常态化，各零售业企业的应变能力显得愈发重要。

消费市场虽然在2021年下半年增速有所放缓，但整体仍然保持持续增长预期

2021年中国的零售总额（社会消费品零售总额）约为44万亿元，同比增长12.5%，超过了GDP实际增长率（8.1%）。2021年7月后，受史无前例的暴雨灾害影响及疫情防控措施导致国内出行受限等因素影响，虽然环比增长停留在个位数，但全年仍然恢复了两位数增长的态势。除了消费者购买意愿旺盛之外，“十四五”规划等政府政策的助推及长限制跨境出行导致消费回流等因素支撑了消费的增长。虽然无法预估是否能采取应对新冠肺炎疫情的特别刺激措施，但目前预计有望实现持续增长。

实体店各行业差异明显，但整体呈恢复态势。电商市场持续多样化发展

按零售业业态类别来看，电商市场保持稳定增长。然而，实体店业态整体很难说依照预期呈现恢复态势。加之新冠肺炎疫情影响，增长率前景明暗分明。最为轻微的是以食品为主力的超市业态。虽然食品、日用品等生活必需品仍然保持坚挺态势，但随着食品安全安心意识不断增强，重视品质的企业赢得了支持。近年，会员制商店逐渐受到追捧，也逐渐出现了大型超市主动向会员制转变的案例。便利店发挥与消费者的距离最近的优势，作为日用品的补充和外卖收货点的优势日益凸显。商业设施和百货店等大型业态受消费者加快转向依赖电商的影响，到店客人恢复迟缓。

另一方面，电商市场持续保持稳定增长。中国国家统计局公布的数据显示，2021年实物商品网上零售额约为10.8万亿元，占社会消费品零售总额的比重（电商化率）达24.5%。2021年，受新冠肺炎疫情影响持续低迷的实体店领域有所恢复，因此电商化率同比减少0.4个百分点，但持续保持在高位。根据中国商业联合会发布的中国零售业排行榜显示，2020年的零售业二十强中，电商企业占据了5席，同比增长量超过了其他以实体店为主体的零售企业，今后电商企业仍将连续成为引领中国零售业的形态之一。

今年电商市场呈现出商业模式多样化的特征。除了以天猫、京东为代表的国内电商企业或实体店企业的线上销售形态之外，互联网上对消费者影响力较大的KOL（Key Opinion Leader，关键意见领袖）的直播销售、充分运用社交网络开展销售的社交电商等也在逐渐扩大。位居中国零售业排行榜第3名的拼多多是一家团购型社交电商，成立于2015年，在地方城市、农村地区等消费者的支持下，持续保

持着超越天猫、京东的扩张速度。

“十四五”规划也提出了电商市场将成为消费者不可或缺的生活目标，今后将继续促进创新、完善相关法律管控。

零售创新进一步开拓发展空间

在零售业中充分运用技术手段已经成为了生存必备技能（零售创新常态化）。如今已经进入了零售业只有采取新的举措才能谋生存的时代。阿里巴巴集团运营的生鲜超市“盒马鲜生”在2016年成立后顺利实现发展，近些年的发展主要依靠向新业态和新服务发起挑战。在市中心开店面积达4,500平米左右的主力业态“盒马鲜生”开店速度逐渐有所放缓，面向住宅区、地方城市的小型业态“盒马mini”和“盒小马”开店速度正在加快。此外，还在向与跨境电商联动的“盒马跨境GO”、烘焙专营店“盒马烘焙”等新业态发起挑战。此外，在商品方面，为了应对新冠肺炎疫情导致在外就餐减少的消费者的需求，还开设了30分钟内配送火锅的“盒马火锅”等服务。这些新的尝试可能会在未来数年后对整个零售业带来影响。2017年掀起的无人商店潮处于小康状态，当时发展起来的个人结算服务逐步在2019年左右走进便利店和超市，今后将逐步在各类业态中扎根。在新冠肺炎疫情疫情影响下实现快速发展的直播销售，逐渐成为零售业的固定销售方式。由此可见，中国零售业中零售创新的常态化将创造出新的发展空间。

表：中国零售业排行榜（单位：亿元）

	企业名称	2019年 销售额	2020年 销售额	同比 增长率
1	天猫	26,120	32,020	22.6%
2	京东	20,854	26,000	24.7%
3	拼多多	10,066	16,676	65.7%
4	苏宁易购集团股份有限公司	3,787	4,163	9.9%
5	大商集团有限公司	3,280	3,289	0.3%
6	唯品会	930	1,650	77.4%
7	国美零售控股有限公司	1,276	1,407	10.3%
8	永辉超市股份有限公司	931	1,045	12.2%
9	高鑫零售有限公司	1018	954	-6.3%
10	华润万家有限公司	951	878	-7.7%
11	沃尔玛(中国)投资有限公司	822	874	6.3%
12	居然之家新零售集团股份 有限公司	811	657	-19.0%
13	物美控股集团有限公司	498	629	26.3%
14	联华超市股份有限公司	546	568	4.0%
15	合肥百货大楼集团股份有限公司	563	565	0.4%
16	步步高集团	415	430	3.6%
17	长春欧亚集团股份有限公司	477	419	-12.2%
18	广州商贸投资控股集团有限公司	335	360	7.5%
19	云集	352	359	2.0%
20	王府井集团股份有限公司	401	356	-11.2%

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核心竞争力，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。

进一步提升商品策划、研发能力

无论线上还是线下，产品的差异化都将变得越来越重要。在以往由日资等海外品牌占优势地位的高端（中高价位）市场中，也涌现出一些中国国内新兴企业迅速发展的例子。这些企业不仅拥有销售方法，在商品策划、研发方面也充分运用数字技术，开发全新品牌，主要在年轻群体中获得了大量支持。自主开发品牌等逐步在商品领域实现差异化的零售业中，与供应商协同合作，提升商品策划、研发能力也可能成为今后的课题。

持续强化供应链

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。此外，对于今后零售业有望实现长足发展的地方城市，完善冷链等供应链成为必不可少的课题。要进一步推广生鲜食品和副食等日资企业的优势领域，就需要联合各地区供应链相关经营者进一步开展完善工作。

<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

随着产业结构调整的不断推进，中国经济正在走向质的提升，零售业也更加注重产品和服务的质量与安全，并将重点放在了以技术创新带动需求增长上面。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都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便利需求。除烟草制品外，药品、书籍等领域同样不允许外资企业从事相关经营。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。希望制定细则等，统一快餐、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。

⑧进口手续

自福岛第一核电站事故发生以来，从日本进口产

品时，申请取得通关和卫生许可需要花费1个半月至2个月的时间，是过去的1.5-2倍。此外，作为新冠肺炎疫情的一项防控措施，目前依然会对进口货物进行核酸检测，没有核酸检测证明的货物将无法通关。即使是生食类的海鲜产品，其通关也要花费两周的时间，其商品价值因此而大打折扣，事实上已陷入无法进口的局面。因此，希望能够缩短通关时间，特别是生食食材的通关时间。

⑨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10年以上，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。

⑩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。

⑪打击仿冒产品

市场销售的许多商品都不是正品。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。

⑫改变“职业举报人”对销售的监督机制

“职业举报人”会从零售现场的在售产品中找到存在问题的产品（混有异物、商品标签错误等），并向企业索赔。在中国，“职业举报人”被认为是一种从消费者角度来纠正消费者权益保护相关问题的合法机制。根据《中华人民共和国食品安全法》（主席令第二十一号）第一百四十八条规定，消费者在购买到问题产品后，作为经营者必须向其支付价款十倍（或者损失三倍）的赔偿金。然而，事实上，与普通消费者不同，“职业举报人”在发现问题产品后，会首先大量购买，然后再向企业提出大量索赔。因此，希望能够修改一律予以十倍赔偿这一规定，准确区分恶意买家和非恶意买家，不再将“职业举报人”视为消费者的代表，包括修改该项规定在内，建立一个行政部门主导的销售监督体系。

⑬从业制度

员工的从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。希望废除员工从业制度的行政审批，认可备案制度或由企业酌情决定。

⑭冷藏食品申请生产许可

关于冷藏食品申请生产许可，目前并不存在相应的国家标准或统一的审查细则。例如北京市执行的是《冷链即食食品生产审查实施细则》，但具

体的应对方式也因地区而异。尤其是那些使用生食蔬菜制作的产品（例如沙拉、三明治），在《食品生产许可分类目录》中并没有相应分类，而且并非在所有地区都可以获得生产许可。希望能够针对冷藏食品制定统一的规定和细则等。

⑮在新冠肺炎疫情防疫措施下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。希望在确保安全第一的同时，能够采取有效措施，确保物流运输的正常运行。