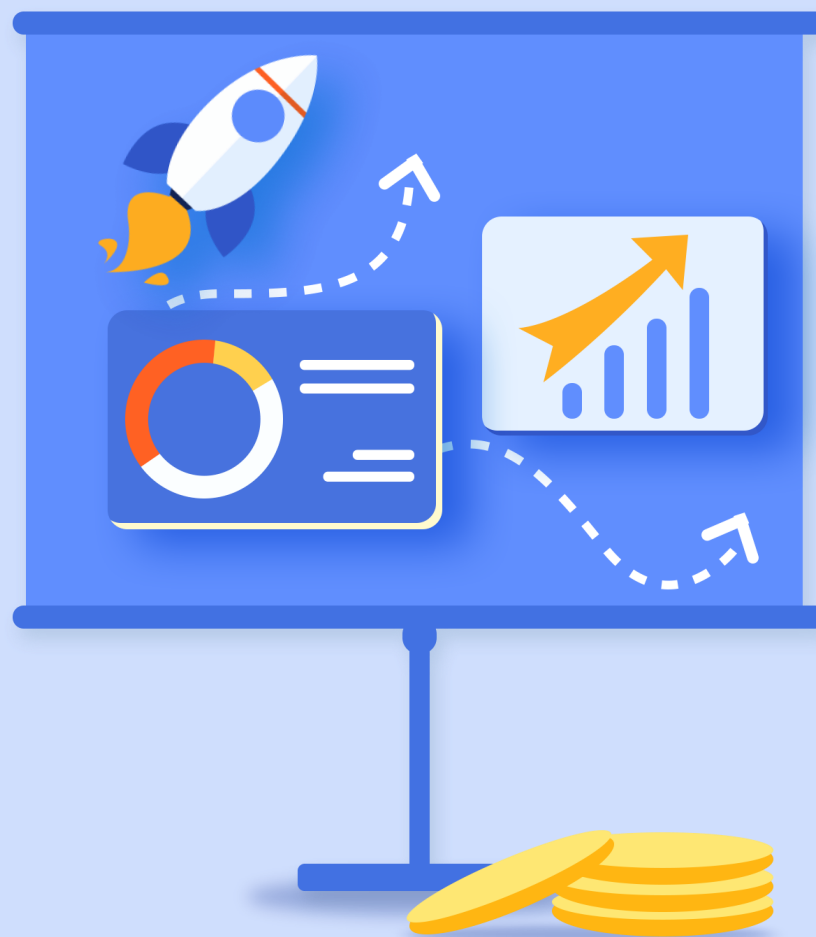


# 2018年快消零售小店 B2B竞争力报告



2019年3月15日



**《零售小店B2B调研报告》** 是新经销自主调研并公开发布的重要行业报告之一。报告通过对全国范围内不同城市层级的快消零售小店的调查和研究，统计并分析零售小店展开B2B业务的关键行为和要素，揭示快消B2B平台的竞争力，同时透过历年数据对比呈现通路和渠道格局的演变，从而帮助品牌商和渠道商加深对零售小店和快消B2B的理解，洞悉通路发展趋势，为制胜渠道的关键决策提供强有力支持。

► 继2017年首期报告发布，本报告为第二期2018年更新发布，欢迎各位审阅。

# 报告内容

---

- Part1** 快消行业通路策略的演变和快消B2B发展趋势
- Part2** 2018年快消零售小店B2B竞争力调研结果分析
- Part3** 调研总结和B2B市场展望

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！  
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：[《企业家第一课》](#)、[《企业家功成堂》](#)

# 谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信  
获取更多干货



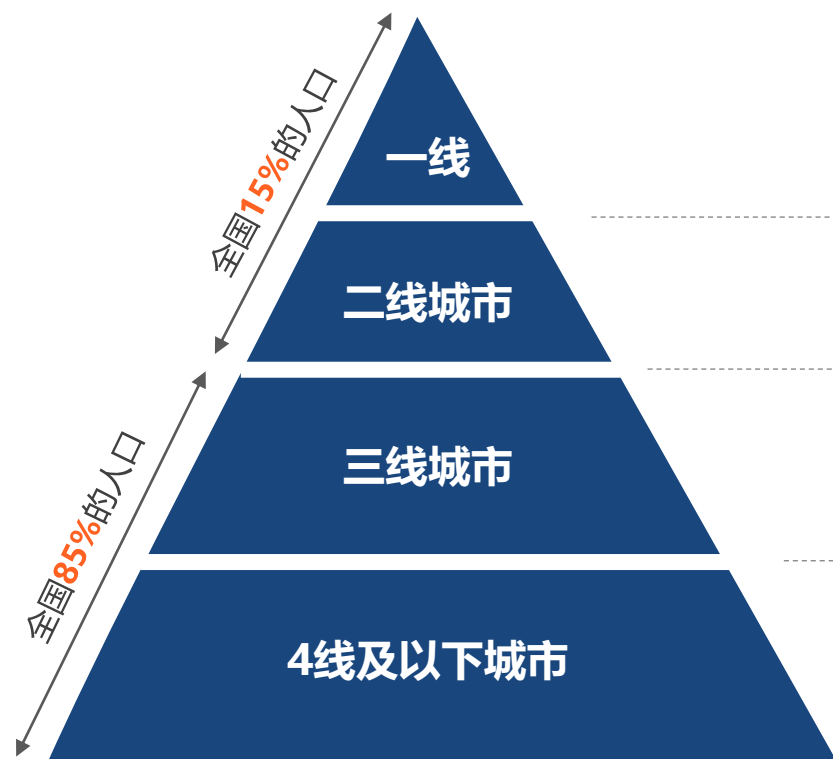
加入知识共享平台  
一次付费 一年干货

# PART 1

## 快消行业通路策略的演变和快消B2B发展趋势

# 600多万家零售小店分布在全国各级城市

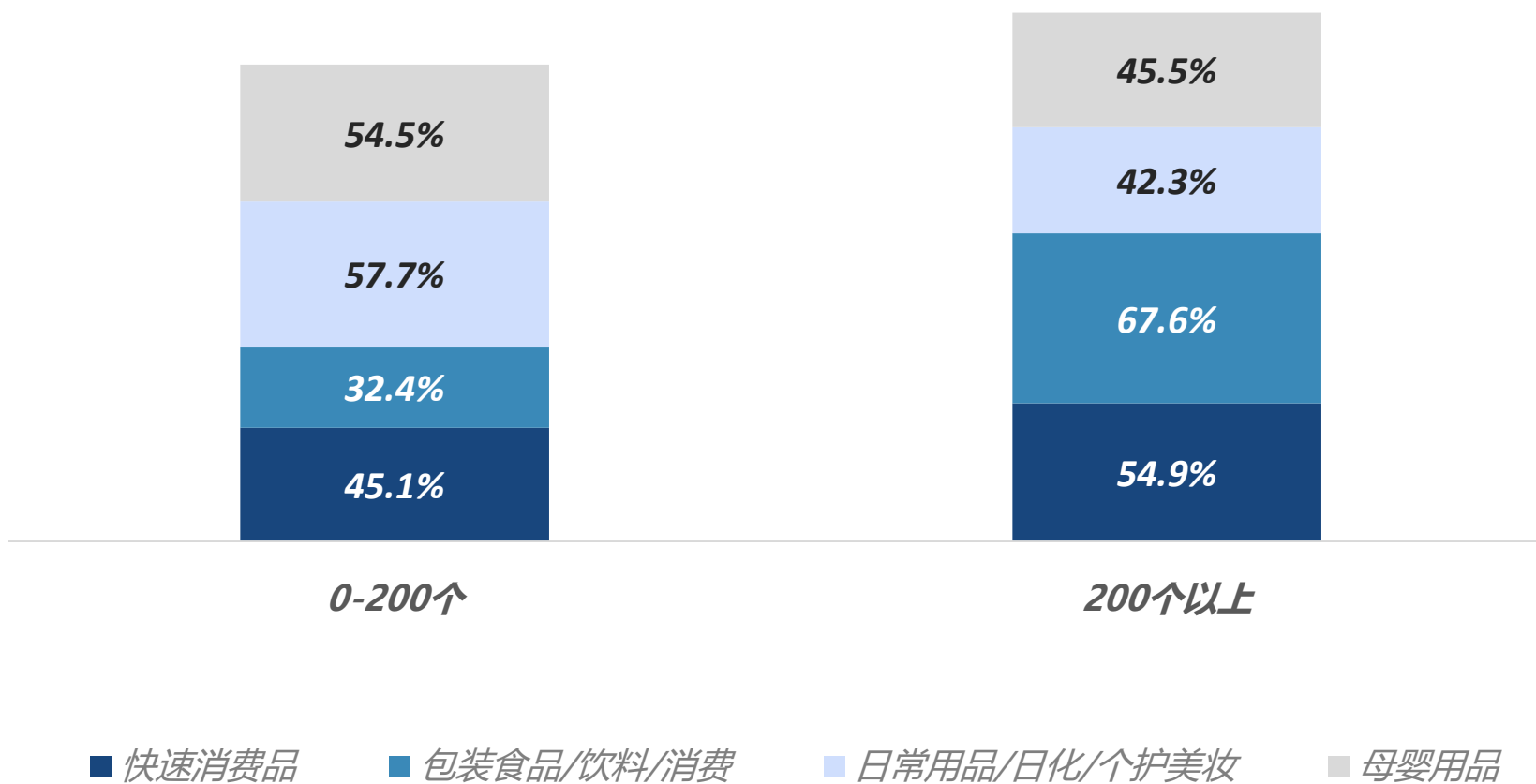
## 四线及以下城市级别小店数量占比超过 80%



~600 多万家小店	
~150,000 家小店	占比 3%
~350,000 家小店	占比 6%
~750,000 家小店	占比 13%
~4,800,000 家小店	占比 80%

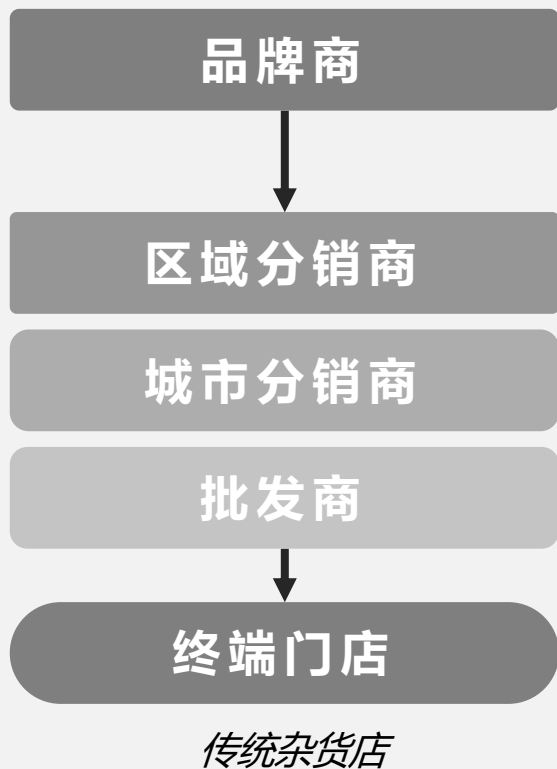
## 传统通路的经营成本不可忽视

55%的品牌商使用了至少200个经销商经营传统通路

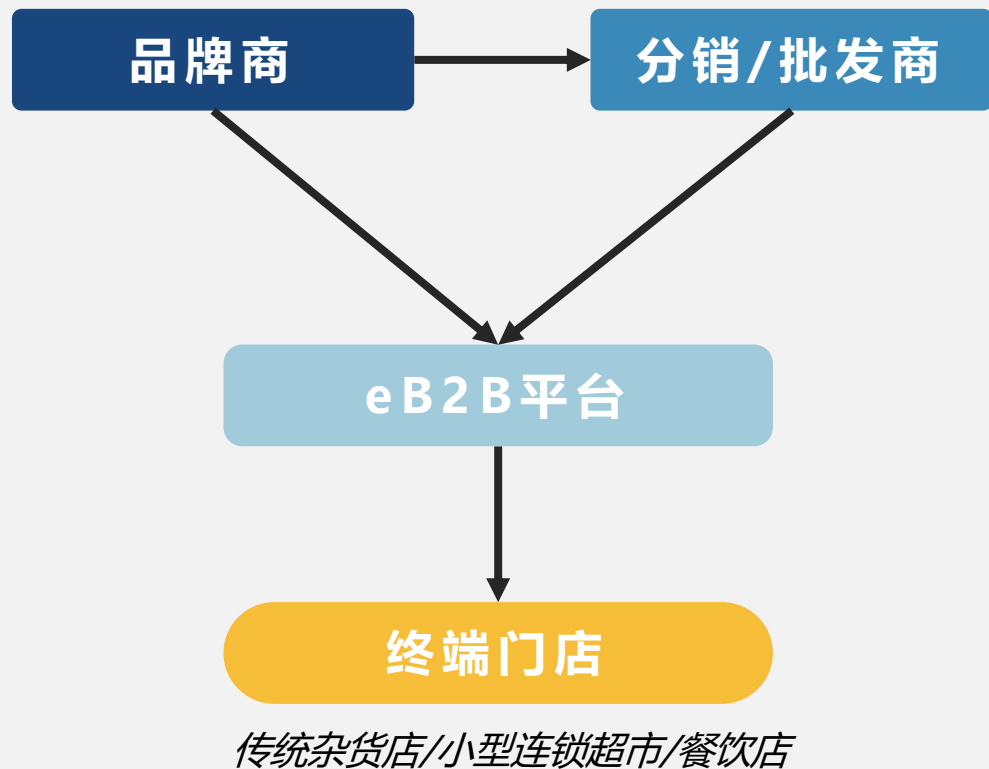


# 迎合成本和效率的诉求，快消B2B平台带来了新通路价值链的划时代转型

## 传统渠道RTM



## e B 2 B





## **PART 2**

# **2018年快消零售小店B2B竞争力调研结果分析**

# 调研介绍



**调研时间：**2018年8月~12月，历时4个月。



**调研对象：**以快消品主要经营品类的零售小店和松散加盟超市（大仓统配的连锁小型超市和便利店不在调研样板内）



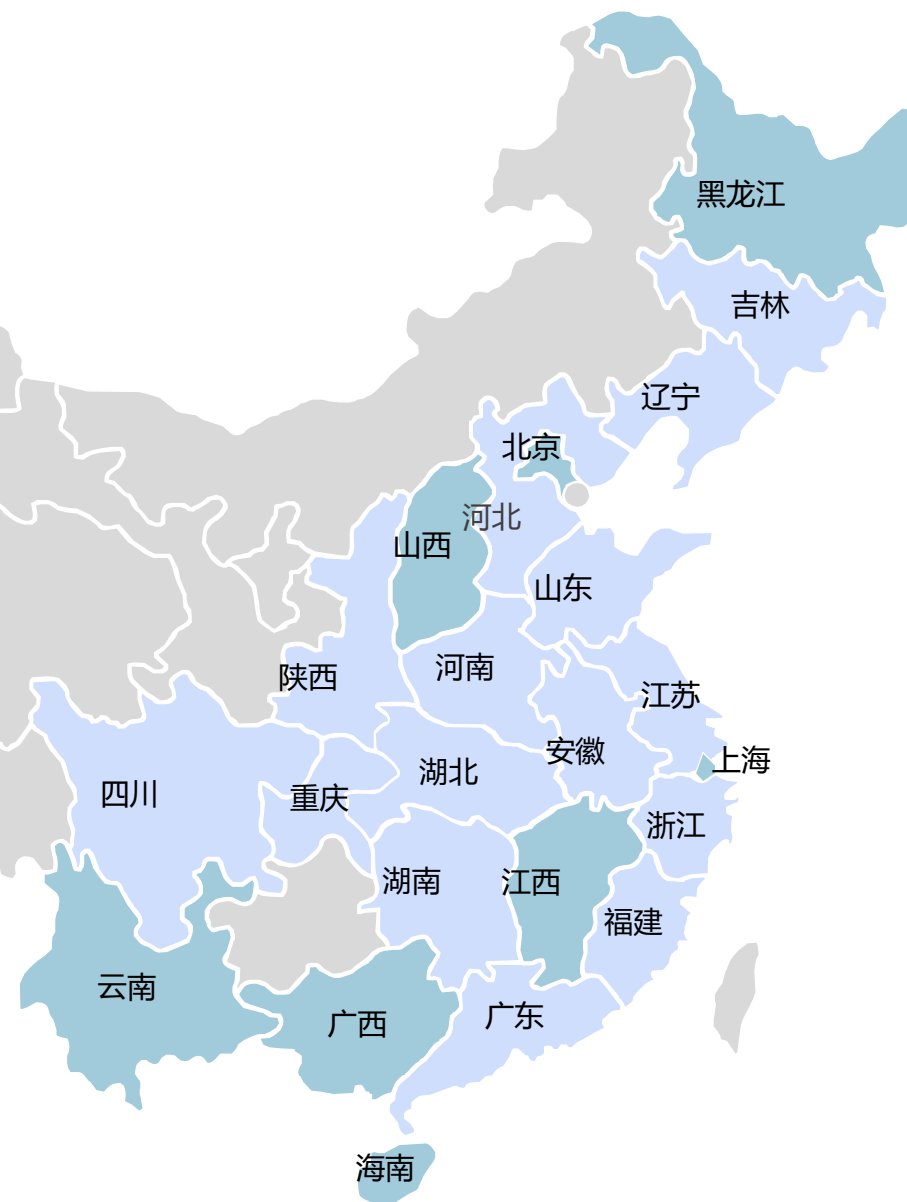
**地域覆盖：**22个省、41个城市、4,487家门店。



**城市级别：**一线城市4个、二线城市23个、三线城市6个、四线城市5个、五线城市3个。

注明：本次调研二线及以下级别城市样本主要来自市区内小店

备注：■ 为对比2017年新增的调研省份



# 小店主年龄日趋年轻化

## 平均单店月均销售额14万元，净利润1万8千元

### 店主 年龄

18% - 小于30岁  
**28% - 30~35岁**  
**38% - 36~45岁**  
13% - 46~55岁  
3% - 大于 55岁

### 开店 时间

开店时间  
**29% - 1 年以内**  
**30% - 3 年左右**  
15% - 5 年左右  
27% - 5 年以上

### 店主 性别

**56% - 女性**  
44% - 男性  
*\*在一线城市中，男性店主  
主多余女性店主。  
男女比例为51%:49%*

### 营业 收入

### 调研 角色

**87%**  
的小店主参与了调研

### 利润 率

预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)



# 超过70%的小店将快消B2B平台作为进货渠道之一 从快消B2B APPs上订购成为了重要的补货方式

- 74%的受访小店将快消B2B平台作为进货渠道之一
- 在四线城市，通过快消B2B平台订购是最常见的补货方式
- 通过品牌制造商业务员和分销商业务员订购是最常见的进货方式
- 越来越少的小店选择从批发市场订货

## 小店的进货渠道选择

问题:您平常主要是从哪里进货?



# 价格优势是影响店主选择进货渠道的最重要因素

- 价格优势是店主选择进货渠道的最重要因素，其次是送货速度快
- 店主所在城市级别越低，就越注重渠道的价格优势
- 三线城市的店主比其他城市更注重渠道的快速送货能力
- 一线城市的店主在进货渠道上有更多的选择，他们更关注渠道是否能提供更加丰富的商品种类

## 小店选择进货渠道的关键因素

问题:您进货主要是看哪些因素?



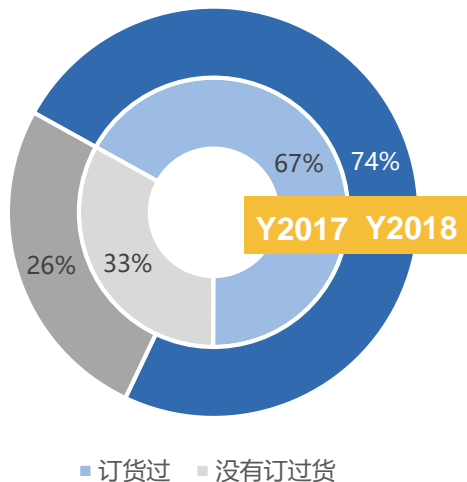
预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

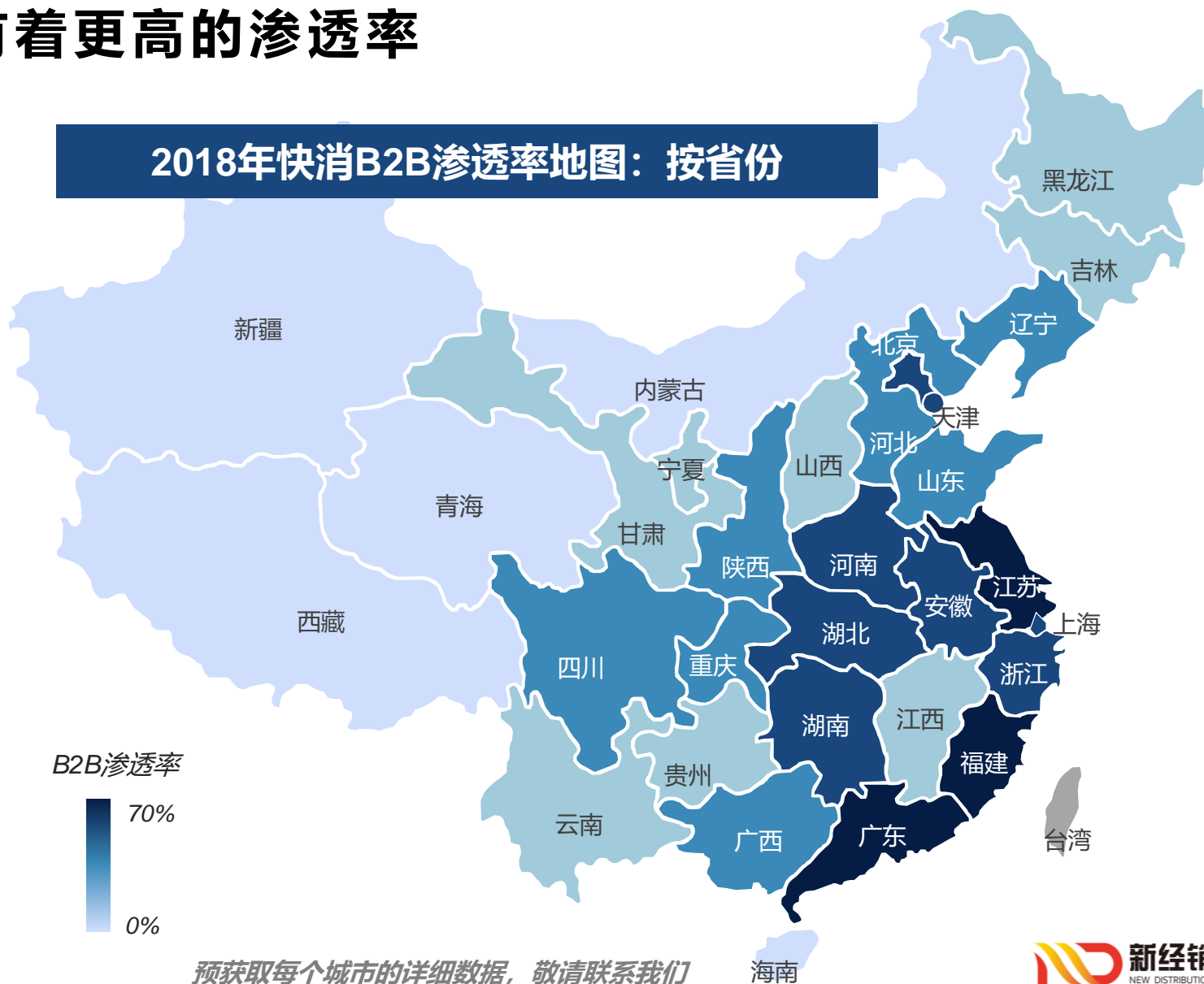
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

# 74%的小店正在使用快消B2B平台进货，比去年+7% 快消B2B在东部沿海地区有着更高的渗透率

问题：您有没有从B2B平台订过货？



2018年快消B2B渗透率地图：按省份

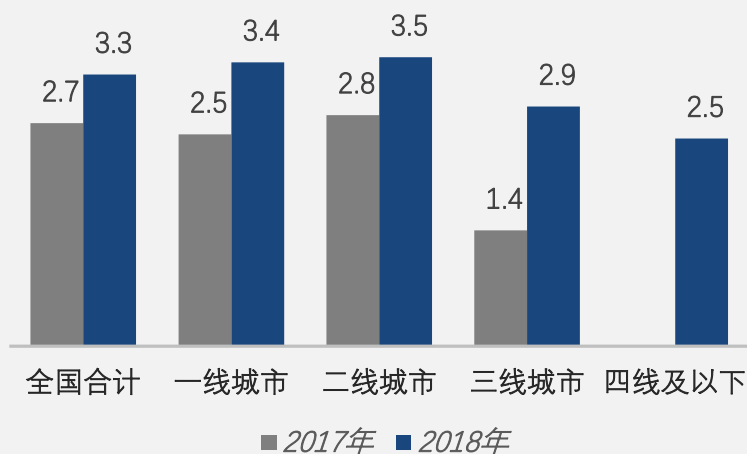


- 快消B2B渗透率地图
- 东部沿海地区是目前最成熟的快消B2B地区。这里不仅集中了全国性B2B平台，而且还分布着多家区域性B2B平台。
- 由于区域性B2B平台的发展，使中部的一些内陆地区同样有较搞的B2B渗透率。

# 零售小店常用的B2B平台为2.6个

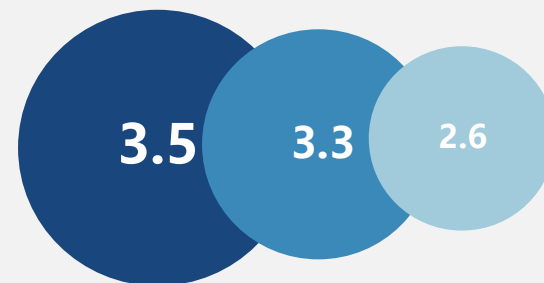
- 2018年小店常用B2B平台数比去年增加了1家，二线城市的常用平台数相对其他城市数量最多。

小店常用B2B平台数量

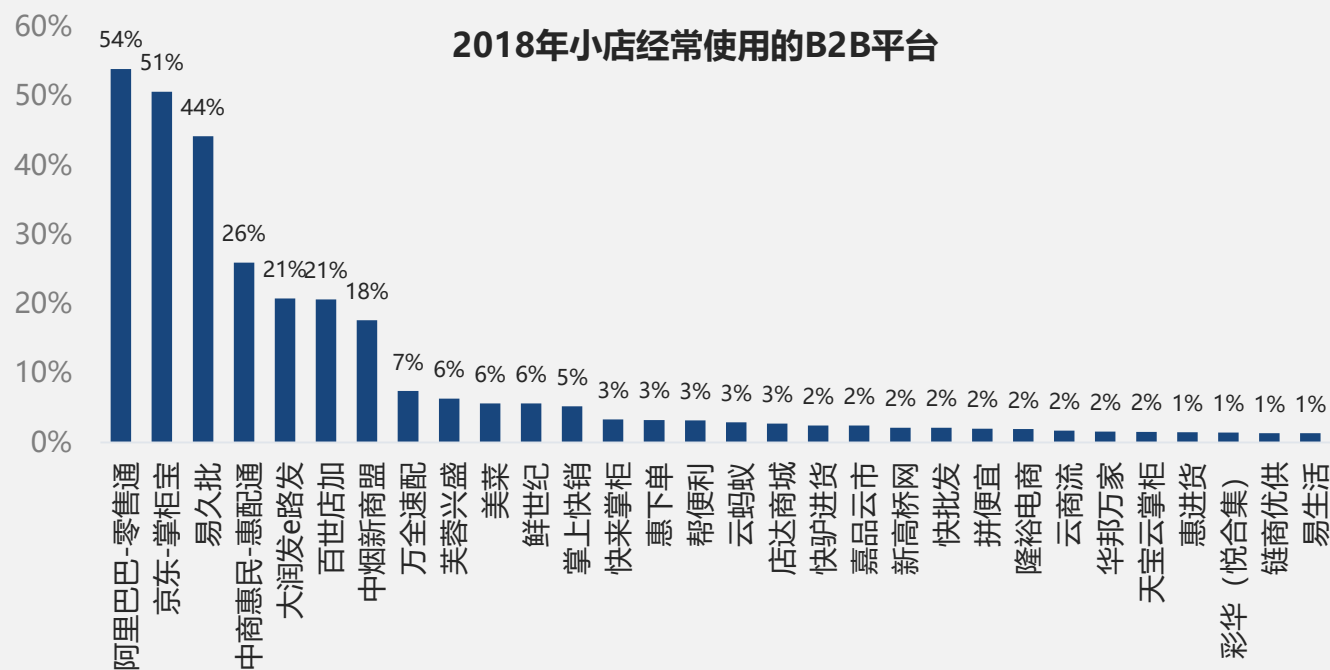


调研范围：18城市环比

- 2018年小店平均装机平台数为3.5个，常用平台数为3.3个，使用率最高的平台数为2.6个



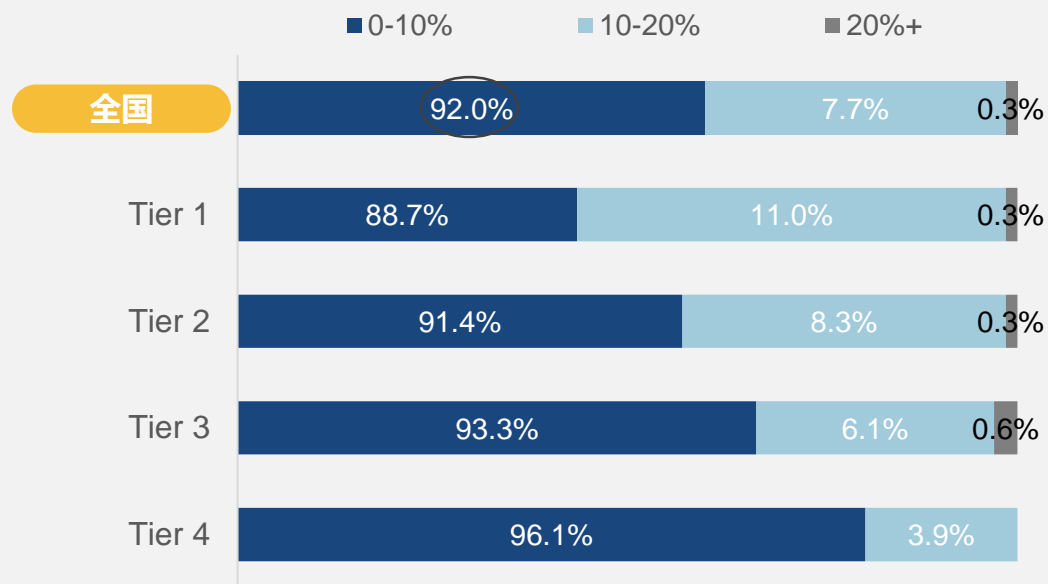
2018年小店经常使用的B2B平台



# 零售小店在B2B平台的订货权重在10%以内 最常见的订货品类是饮料、酒类和休闲食品

## 小店从快消B2B平台订货的权重

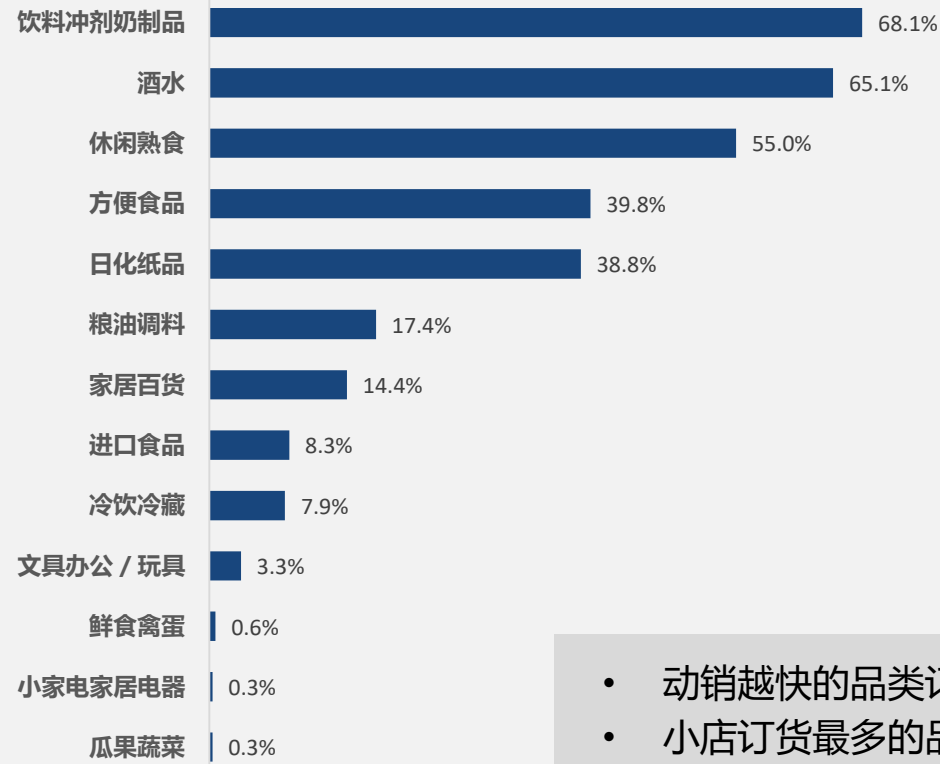
问题:您在B2B平台上的订单金额占您总订单金额的比例是多少?



- ~90%的小店从B2B平台订货的占比不到10%
- 城市级别越高的小店从B2B平台订货的比例越高

## 小店从快消B2B平台订货的品类

问题:您从B2B平台主要订哪类商品?



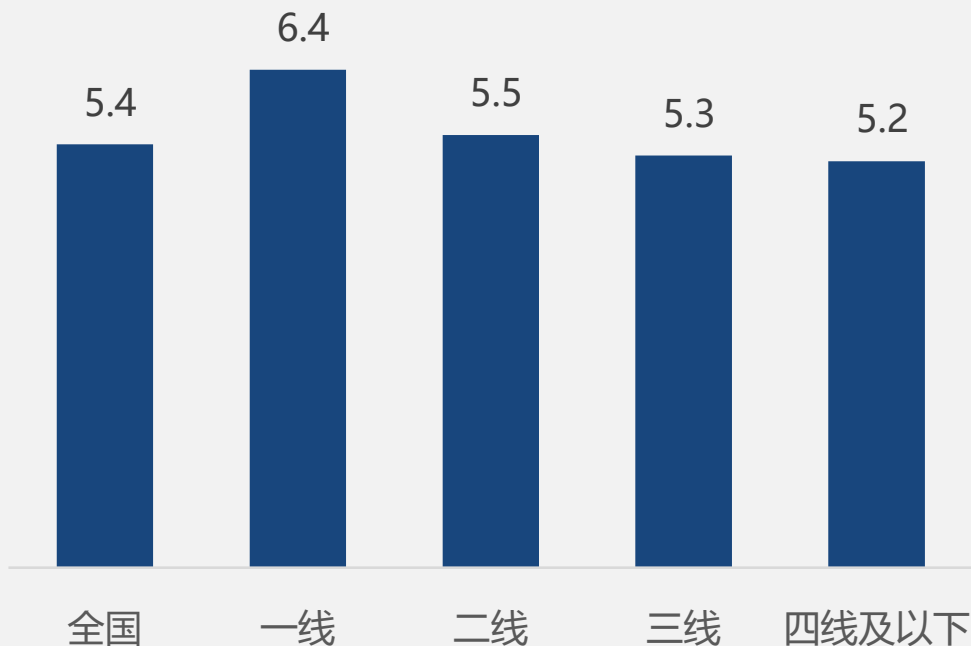
- 动销越快的品类订货越多
- 小店订货最多的品类是饮料, 酒类和休闲食品



## 小店从B2B订货的频率日趋频繁，全国平均每月订货5.4次，且城市级别越高订货频率越高

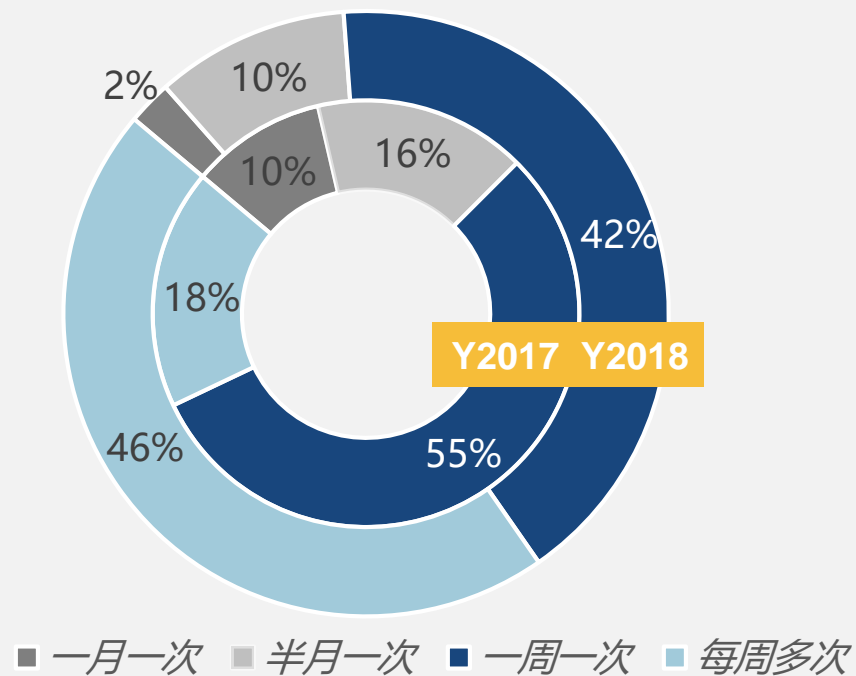
- 2018年小店每个月从B2B订货的频率为5.4次，城市级别越高订货频率也越高，一线城市每月订货6.4次。

小店从B2B订货的频次（次/月）



- 对比去年，小店从B2B订货的频率显著增多；每周订货一次甚至多次成为主流。

小店B2B订货频次



调研范围：18城市环比

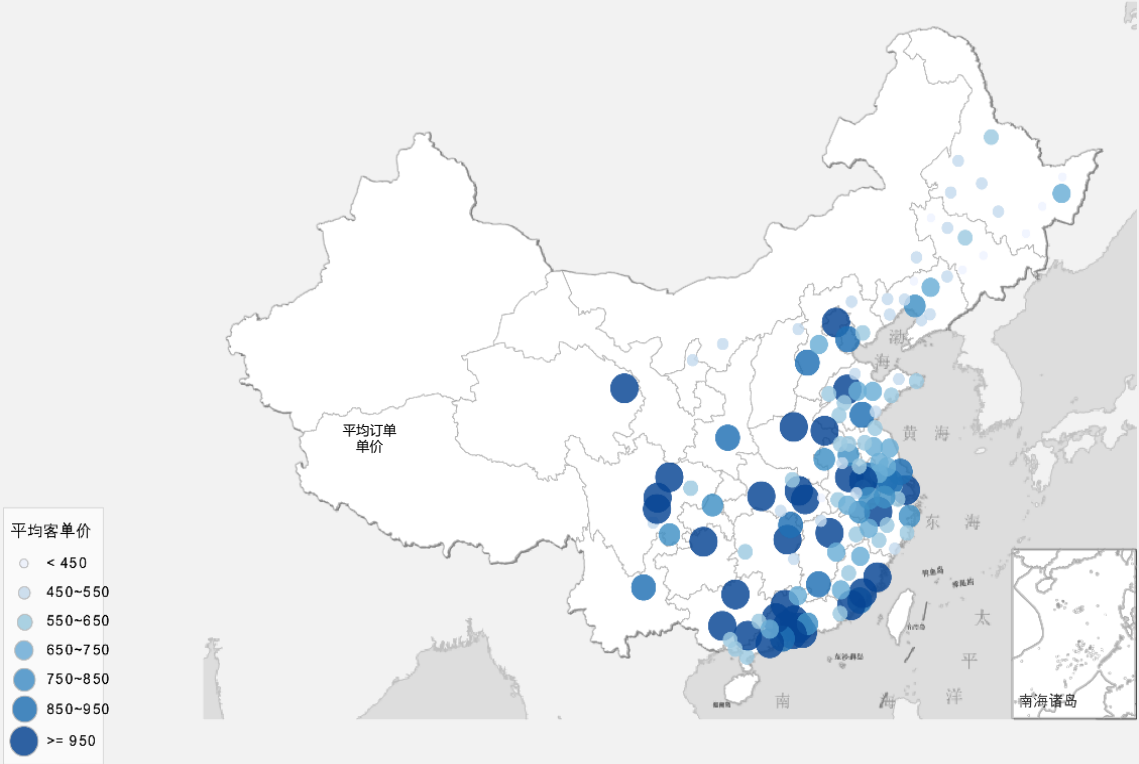
# 小店平均订单单价约756元，城市级别越高订单单价越高

## 零售小店B2B订单单价（元）

问题: 您平均每次从B2B订货金额大约是多少钱?



## 2018年零售小店B2B订单单价城市分布图



预获取每个城市的详细数据，敬请联系我们

# B2B平台的配送时长逐渐缩短，84%的平台可在一天内配送

- 2018年配送时长在24小时内的平台比例达到84%，其中一线城市达到88%。

## 订单配送时长

问题:你从B2B平台订货，一般多久可以送到?

■ 12小时以内 ■ 12-24小时 ■ 24-48小时 ■ 48小时以上

全国



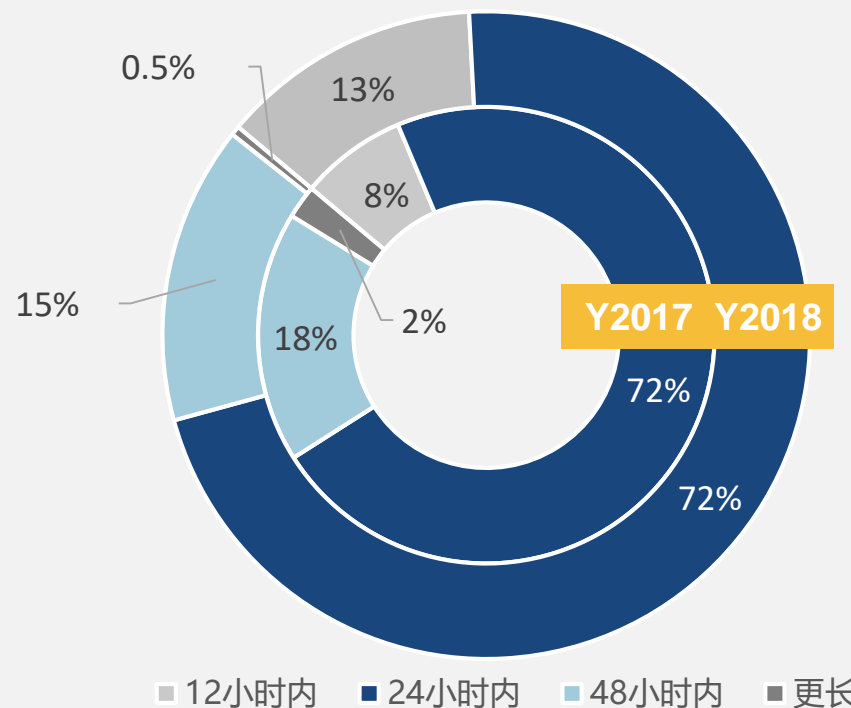
预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

- 对比2017年，平台的配送时长明显缩短；85%的平台可以在24小时内送达；超出48小时配送时长的平台减少了5%。

## B2B订单配送时长



调研范围：18城市环比

# 小店从B2B订货的关键因素

问题：您从B2B平台进货的原因是什么？  
(重要性评分：1最不重要，5最重要)

■ 小店从B2B平台进货的原因：



问题：您浏览了B2B App但最终没有进货的原因是什么？  
(重要性评分：1最不重要，5最重要)

■ 小店最终没有从B2B平台进货的原因：



# 订货方便是小店最看重的B2B平台服务

## 最常用的订货方式是从B2B平台页面搜索和B2B业务员上门介绍商品

问题：您最看重B2B平台提供哪些服务？

1分最不关注，5分最关注

### 小店最关注的B2B服务

订货方便  
送货快  
付款方式灵活  
退换货方便  
平台业务人员提供的综合服务好  
可以进行加盟  
提供订货分析和建议  
提供智能门店管理系统  
提供社群电商等会员管理服务  
提供信用贷款等金融服务

预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

问题：您常用以下哪种方式从平台订货？

### 小店常用的B2B平台订货方式

从平台页面搜索寻找商品  
业务人员上门介绍商品  
从微信群信息搜索寻找商品  
线下订货会形式  
平台商品海报或者商品手册寻找商品  
短信通知形式  
从平台网络视频直播形式寻找商品

预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

# 41个调研城市内共统计到B2B平台123家；平均每个城市有B2B平台11家，城市级别越高B2B平台越多

## 平均每个城市的B2B平台数

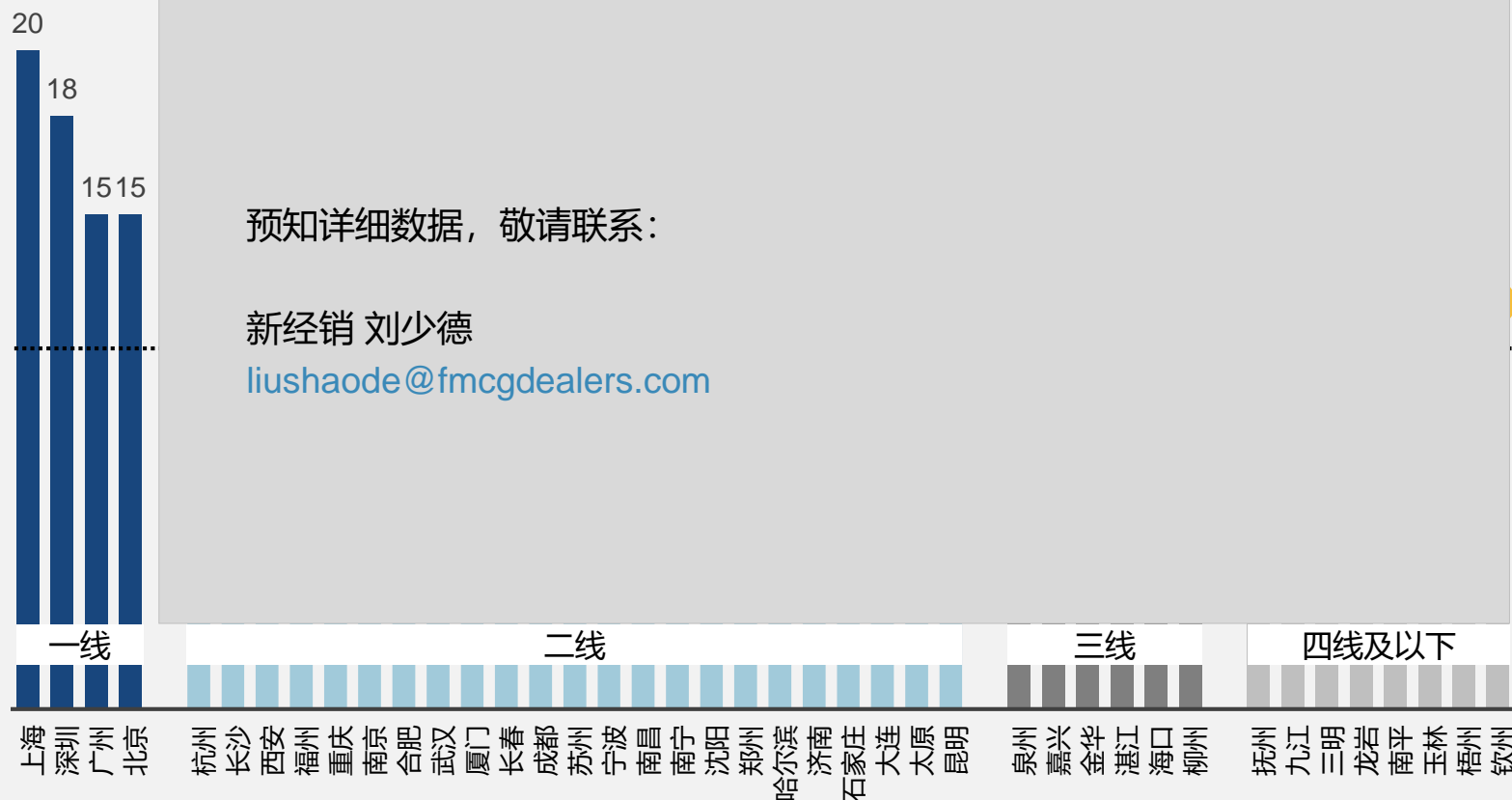


预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

## 不同城市的B2B平台数



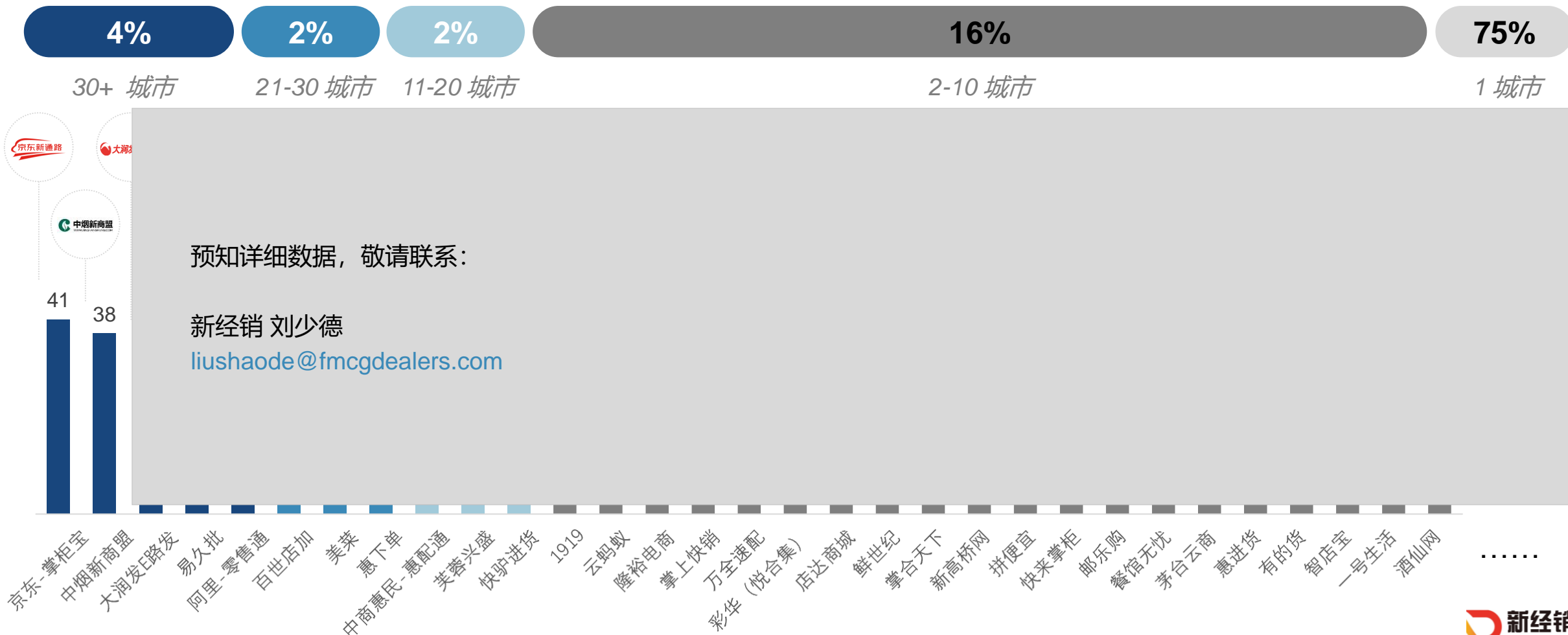
预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

在统计到的123家B2B平台中，75%的平台是单一城市平台；只有5家平台的覆盖超过30个城市，6家平台的覆盖在10~30个城市

### B2B平台的覆盖城市数



# B2B平台3大竞争力指数排序Top 10

## 小店装机的平台

问题:您的手机里面安装了哪些APP?



预知详细数据, 敬请联系:

新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

## 过去6个月内使用过的平台

问题:最近6个月您从哪些APP上订过货?



预知详细数据, 敬请联系:

新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

## 高频率/大金额使用的平台

问题:这些平台当中, 你从哪家订货金额最高? 频次最多?



预知详细数据, 敬请联系:

新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)



# 2018年B2B综合竞争力排行Top10：7大全国性平台+3大区域性平台

## 2018 Top 10 B2B平台



预知详细数据，敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

### 第一梯队 得分 40+

- 阿里零售通、京东新通路、易久批 - 在覆盖广度上有绝对性优势

### 第二梯队

- 中商惠民、

### 第三梯队

- 万全速配、

预知更多信息，  
敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

## 2018 Top 11-25快消B2B平台

No. 11-15

No. 16-20

No. 21-25

预知更多信息，  
敬请联系：

新经销 刘少德

[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)

# 各区域重要影响力快消B2B平台



注:

1. 数据来源: 新经销2018年零售小店B2B竞争力调查
2. 平台影响力根据小店装机覆盖率、半年内使用率和使用活跃度综合评估

# 在连续两年调研的18个城市中，2018年B2B平台综合影响力阿里巴巴零售通占据普遍领先地位



## 各城市第一影响力平台

根据B2B平台在该城市的以下三项指标进行综合排序：



App装机覆盖



半年内订货使用



使用活跃度

调研范围：18城市环比

省份	序号	城市级别	城市	2018年第一影响力平台	2017年第一影响力平台	变化
广东	1	一线	广州	 零售通 LST.1688.com 阿里巴巴-零售通	中商惠民-惠配通	▼-1
	2	一线	深圳	 零售通 LST.1688.com 阿里巴巴-零售通	阿里巴巴-零售通	—0
浙江	3	二线	杭州	 零售通 LST.1688.com 阿里巴巴-零售通	阿里巴巴-零售通	—0
江苏	4	二线	南京	 易久批	店达	▼-3
	5	二线	苏州	 零售通 LST.1688.com 阿里巴巴-零售通	店达	▼-5
福建	6	二线	厦门	<div>预知更多信息， 敬请联系：  新经销 刘少德 <a href="mailto:liushaode@fmcgdealers.com">liushaode@fmcgdealers.com</a></div>	<div>预知更多信息， 敬请联系：  新经销 刘少德 <a href="mailto:liushaode@fmcgdealers.com">liushaode@fmcgdealers.com</a></div>	
	7	二线	福州			
安徽	8	二线	合肥			
河南	9	二线	郑州			
山东	10	二线	济南			
河北	11	二线	石家庄			
重庆	12	二线	重庆			
四川	13	二线	成都			
湖南	14	二线	长沙			
湖北	15	二线	武汉			
陕西	16	二线	西安			
辽宁	17	二线	大连			
吉林	18	二线	长春			

# 2018年新增调研的23个城市中，阿里巴巴-零售通和京东-新通路综合影响力普遍领先



## 各城市第一影响力平台

省份	序号	城市级别	城市	2018年第一影响力平台
广东	12	三线	湛江	预知更多信息， 敬请联系：  新经销 刘少德 <a href="mailto:liushaode@fmcgdealers.com">liushaode@fmcgdealers.com</a>
	13	四线及以下	钦州	
	14	四线及以下	梧州	
海南	15	四线及以下	玉林	
	16	三线	海口	
	17	三线	金华	
福建	18	三线	泉州	
	19	四线及以下	龙岩	
	20	四线及以下	南平	
	21	四线及以下	三明	
江西	22	四线及以下	抚州	
	23	四线及以下	九江	

省份	序号	城市级别	城市	2018年第一影响力平台
北京	1	一线	北京	 中商惠民-惠配通 <a href="http://www.huimin.cn">www.huimin.cn</a>
上海	2	一线	上海	 鲜世纪
黑龙江	3	二线	哈尔滨	预知更多信息， 敬请联系：  新经销 刘少德 <a href="mailto:liushaode@fmcgdealers.com">liushaode@fmcgdealers.com</a>
辽宁	4	二线	沈阳	
江西	5	二线	南昌	
山西	6	二线	太原	
云南	7	二线	昆明	
浙江	8	二线	宁波	
	9	三线	嘉兴	
广西	10	二线	南宁	
	11	三线	柳州	

# PART 3

## 调研总结和B2B市场展望

# 调研总结和启示

## B2B平台

- 平台的订货和配送服务有整体性提升
- B2B平台逐步整合，强者越强
- 头部平台和主流平台在地域内竞争越发激烈
- 单一城市的强势平台仍旧在区域内为王

1. 在经销商可以辐射到的配送范围，B2B平台如何与之竞争？
2. 当进货奖励和价格补贴不再是B2B的主要竞争手段，平台将如何维持小店的复购率？
3. 一城一平台的区域为王B2B，将如何面对头部平台不断下沉的强势竞争？
4. 城市渗透率不强的全国性平台，在区域内将如何与当地强势平台抗衡？

## 零售小店

- 进货渠道和途径逐渐正规化
- 价格低、订货易、配送快是对订货渠道的主要诉求
- 常用B2B平台的选择增多
- 在B2B平台的订货越发量少而频繁

1. 是否能够通过B2B平台做到产品组合的优化，差异化个性化经营？
2. 是否能够通过B2B平台打通数据和信息链条，让品牌商直接传递高价值的促销？
3. 是否能被B2B平台的大数据真正赋能，精细化经营，带动复购增加顾客粘性？
4. 加盟B2B平台成为C端小店，B2B2C是否是未来的发展方向？

# 快消B2B行业现状与发展趋势预测

## 2018年行业变化

- 头部平台自建扩张告一段落，主流平台**竞争格局基本成型**；
- 原生性创业平台接连退场，区域性**经销商转型**B2B平台大量涌现；
- B2B平台**可持** 预知更多信息，  
敬请联系：  
新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)
- B2B平台**军B** 新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)
- 品牌

## 2019年行业预测

- 行业发展加速，**强者更强**！互联网巨头开始在全品类、全国范围通过投资或并购等不同方式加深覆盖；
- B2B平台**融资数量减少**，平台自身核心竞争力将成为发展动力；
- B2B平台**电商**
- **B2B** 预知更多信息，  
敬请联系：  
新经销 刘少德  
[liushaode@fmcgdealers.com](mailto:liushaode@fmcgdealers.com)
- 品牌**B2B**
- **经销** 为经



# 新经销调研与咨询



## 新经销调研与咨询



全链路  
调研报告



营销  
数据监测



销售  
数据监测

# 新经销调研

通过广泛的链接和独家的资源，为价值链的  
核心玩家数字化升级提供转型保障



定制化  
项目



行业  
洞察



商业  
培训

# 新经销咨询

利用专业和独家视角，为价值链的核心玩家  
提供优质专业的决策支持

# 专业产品助力您各种商业决策



## 新经销调研

### > ERTM咨询-定制化项目

根据客户需求，提供B2B渠道RTM的策略建议

### > ERTM咨询-行业洞察

通过对B2B渠道的长期洞察和发现，定期推出行业内各个方面的报告

### > 能力建设-商业培训

开设销售，营销，管理，融资总裁办等课程，培养B2B渠道专业人才

### > 全链路调研报告

利用第一手调研，搜集B2B渠道，平台商，品牌商，经销商，小店店主信息

### > 营销数据监测 – 品牌力报告

基于调研数据，构建品牌力评估体系，绘制B2B渠道品牌竞争力榜

### > 销售数据监测 – 定制化月报

根据客户需求，定制细分到城市，月份的销售数据跟踪报告



## 新经销咨询

## 专业团队为您提供业内权威服务



**赵波**

创始人、CEO，新经销主编，中国电子商务协会快消品行业分会会长，十余年快消品一线操盘经验，对快消品供应链转型升级有深刻的认识与研究；原创40余万字快消品B2B观察文章，引领与指导了中国上千家经销商转型升级。



**柏燕青**

新经销合伙人，15年市场实战经验，8年营销咨询经验，曾担任著名市场研究集团 KANTAR Consulting 咨询总监，惠下单市场营销总经理，为国内外知名快消行业提供市场通路/客户/品类营销咨询工作。



**李文君**

新经销调研和咨询板块合作伙伴，香港-复旦大学MBA，18年世界500强市场推广，销售发展和零售采购管理经验。在快消品，婴儿/成人营养品以及零售行业拥有丰富的实战经历。



**刘少德**

新经销快消品B2B分析师，对快消品B2B、新零售有深刻的认识与研究，原创数十万字行业研究文章与研究报告。