

北上深杭的城市发展范式变革

2018年中国“新零售之城”发展报告

dt 财经

2018年4月

前言：当我们谈论新零售时，为什么要讨论城市？

中西正雄1996年提出的新零售转轮理论认为，技术变革因素是零售业态变革的动力，随着新技术变革的酝酿而生，新的零售业态类型也将随之出现。

20年后的云栖大会上，马云提出了“新零售”概念，他认为新零售包含了“线下与线上零售深度结合，再加智慧物流，服务商利用大数据、云计算等创新技术”。正如阿里参谋长曾鸣总结的，新零售的本质是因为新技术的驱动，是因为数据成了未来最重要的生产资料，算法成了未来最重要的流水线。

这是继百货店、连锁店、超市、专卖店、无店铺零售之后，一场进行时的零售业变迁。无论是因为激烈的业态竞争还是日趋饱满的消费者需求催生出了新兴的零售业态。城市，作为零售业的承载体，作为最集中、最高效的完整的商业系统，一直是零售行业变迁最好的见证者，它也因为零售业的发展而不断发展。

因此，当谈论新零售时，我们无法避开讨论这些最早承载新业态的城市。

而纵观中国的零售业变迁，我们挑选了四座典型城市，它们分别是北京、上海、杭州和深圳。

作为京津冀、珠三角和长三角几大中国经济圈的商业范本，这里汇聚着区域乃至全国最优质的商业资源，它们拥有全然不同的商业基因，它们都正在亲历这场新的零售变革，或许也都即将面对零售体量和活力排位被打乱的现实。

毕竟存量只是过去，基于新技术、数据驱动的新的商业协同网络的打造和城市人需求的精准匹配满足决定了谁会是这场新零售变迁中的排头兵，谁是追随者。

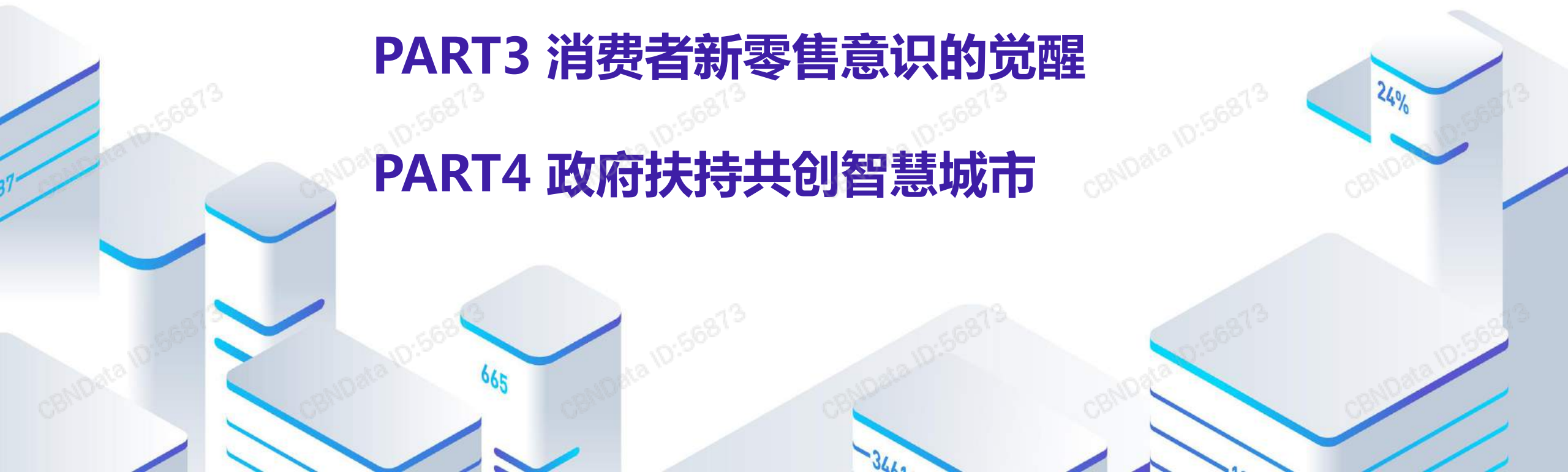
自然，新的商业协同网络的建立离不开企业、消费者和政府，因此我们尝试将各个城市的新零售氛围“量化”比较，寻找出当下中国的新零售之都。

PART1 究竟谁是新零售之都

PART2 企业引领搭建新零售场景

PART3 消费者新零售意识的觉醒

PART4 政府扶持共创智慧城市



PART1

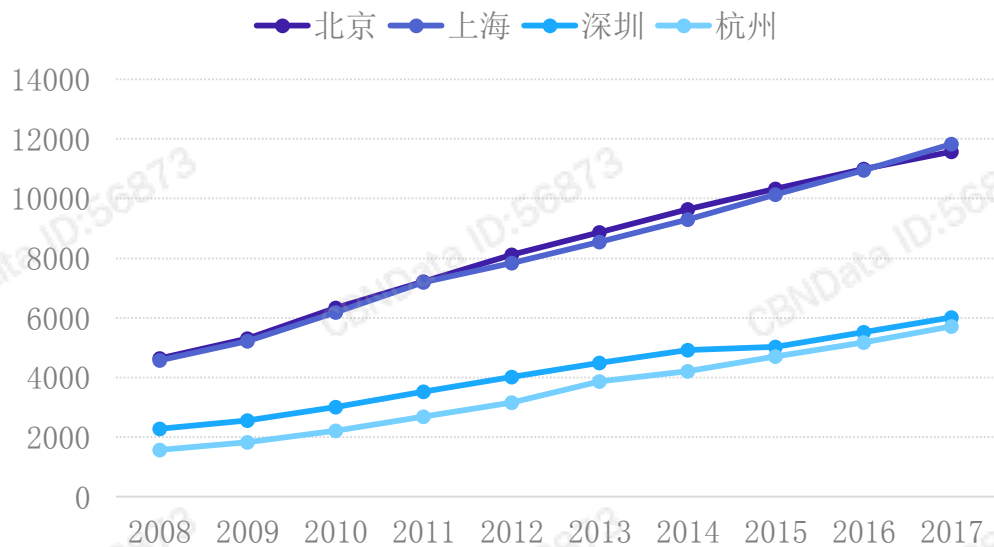
究竟谁是新零售之都



零售基数：上海重返第一，杭州增势迅猛

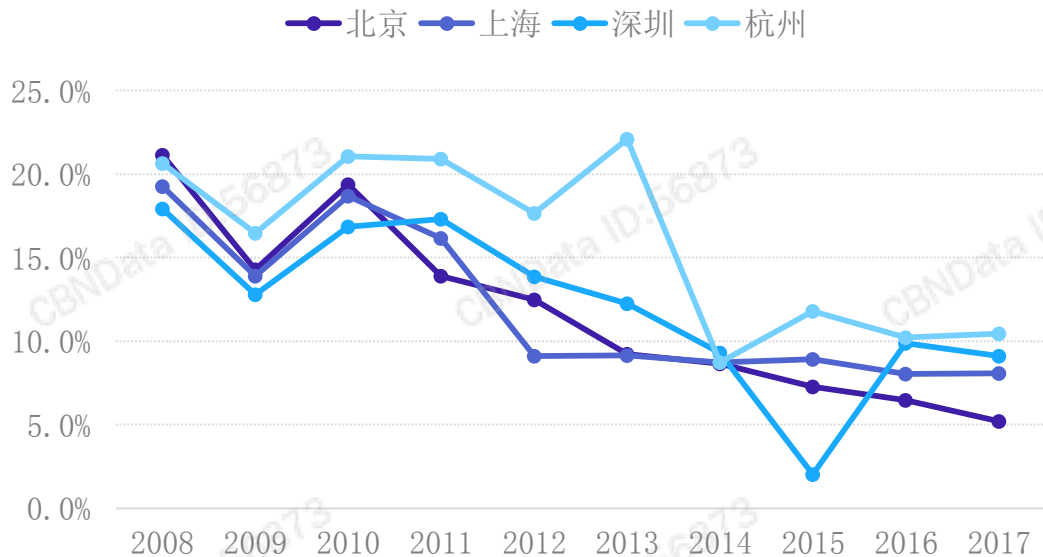
从近十年（2008-2017）各城市零售业的体量，即社会消费品零售总额来看，北京和上海毫无疑问领跑中国。在时隔十年后，上海消费品零售总额赶超北京、位居国内第一。但在增长态势方面，近年来领先的是杭州，其于2008-2017年间的社会消费品零售总额年复合增长率为15%，相比，北京这一数字不到11%。

社会消费品零售总额变化



数据来源：各城市统计年鉴、统计局网站

社会消费品零售总额同比增幅变化



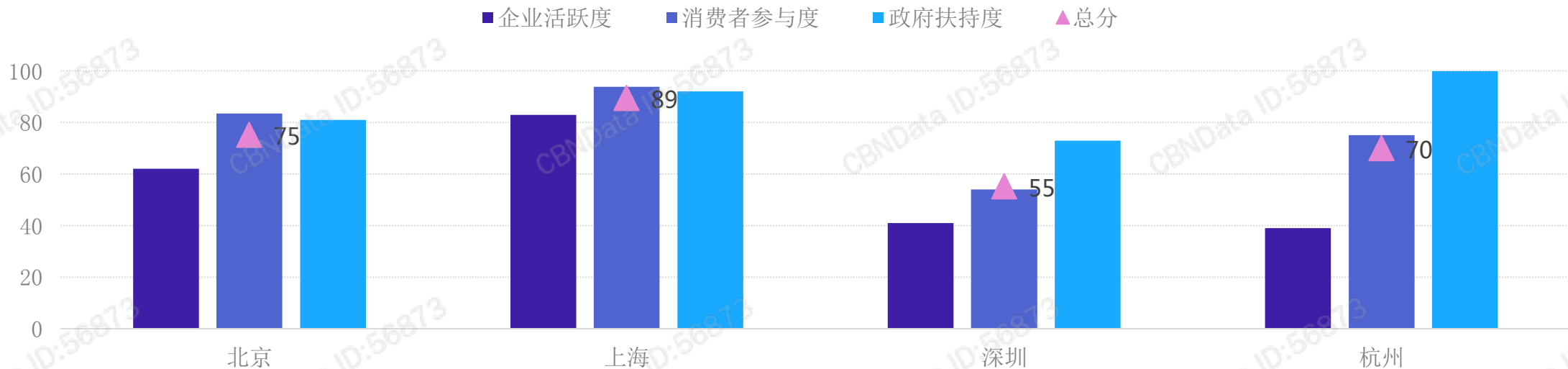
数据来源：各城市统计年鉴、统计局网站

零售增量：上海依旧最为亮眼

我们用“新零售指数”（新零售指数=企业活跃度*35%+消费者参与度*35%+政府扶持度*30%）来评估各城市的新零售活力。透过一系列数据分析，得出的结论是：商业文明历史悠久的上海，在眼下的新零售实践中综合实力依然最为亮眼：在衡量企业和消费者新零售参与度的两大指标（“企业活跃度”和“消费者参与度”）得分上，上海的优势最为明显。

其他方面，杭州在扶持新零售的城市服务基建上相对最完善，零售基础不错的北京在企业、消费者活跃度方面的表现也仅次于上海。

四座城市新零售指数比较



数据来源：DT财经

上海：当之无愧的新零售排头兵

海纳百川、万商云集，素来是上海商业的特色。

自2017年“新零售元年”起，上海就成为业界引人瞩目的新零售桥头堡：阿里巴巴把新零售试验的第一站选在了上海，马云曾表示：“如果说要有一个城市能够代表改革创新和发展的高度，我觉得只有上海。”

毫无疑问，上海广阔的消费市场和强劲的消费潜力，为新零售发展提供了最为重要的支撑。

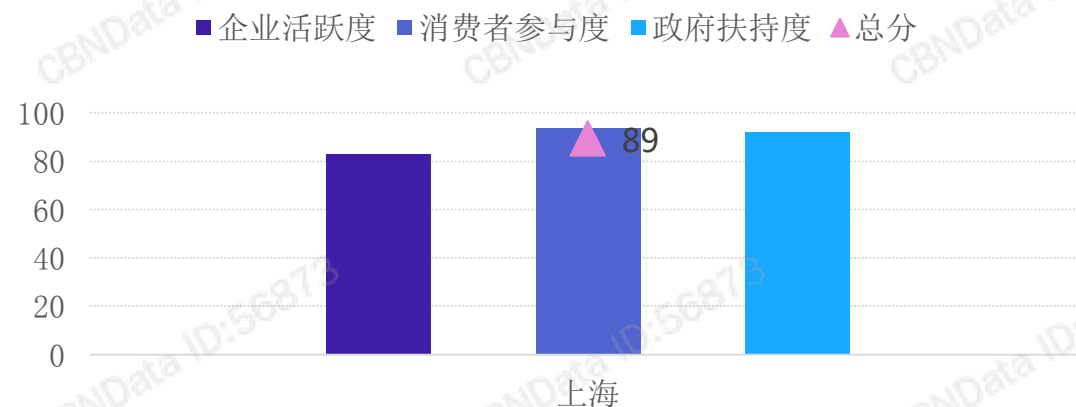
2017年，上海居民人均可支配收入达到58988元，继续位居全国首位，居民人均消费支出中服务性消费占比超过50%，消费升级趋势明显。同时，上海的品牌商和零售业态也是纷繁多样。有180多家跨国零售公司入驻上海，数量在全球国家中仅次于伦敦和迪拜，各类超市、便利店、快餐连锁店在上海的密度也是全国领先……这都令上海在全国的零售版图中颇为显眼，成为全国新零售试验和竞技的最大沃土。

在新零售指数评定中，占据指数70%得分组成的衡量企业和消费者新零售参与度的两大指标——“企业活跃度”和“消费者参与度”的表现上，上海均位列第一，且优势也最为明显。尤其在盒马、智慧商圈的区域覆盖率、品牌整体参与度和客群整体参与度方面，上海远领先于其他三座城市。

另外，新零售的驱动力根本上说还是技术的进步。目前，上海正加快建设具有全球影响力的科技创新中心，推进商业发展与新一轮技术革命交融对接，上海国际金融中心建设也为商业模式创新提供着强大的资本支撑。截至2017年底，落户上海的外资研发中心累计达426家，其中全球研发中心40余家，位居全国首位。



上海新零售指数表现



北京：新零售路上的推进者

首都北京汇聚了大批的优质资源，创新商业力量雄厚，因此，这里也是过去一年新零售模式爆发的一个主要阵地。

2017年6月，盒马鲜生亮相京城，就此掀起了北京商业的新零售浪潮。同年7月，天猫“1小时达”首站落地北京，8月，天猫启动北京中心战略，联动盒马、口碑、高德、苏宁、银泰、易果生鲜以及众多品牌合作伙伴，将北京作为首发地，启动“三公里理想生活区”计划。

半年时间，新零售带来的新生活方式已在京城生根，“线上+线下”、“商超+餐饮”的运营方式，成了北京新形态商超发展的标配。

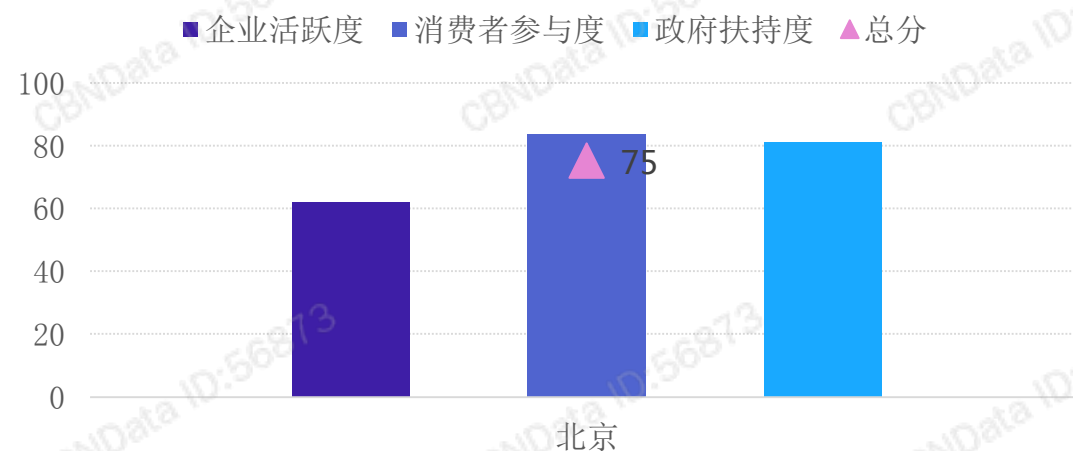
另外，北京的高端消费和体验经济发展优势显著，皇城的底蕴和历史，过去孕育出了一批老字号，如今则与新零售的风潮碰撞，为老牌“翻新”和增值带来更多可能。2017年9月，天猫超市与北京30多家老字号品牌启动“天字号计划”，寻找老字号和新零售的契合点。1个月后，这些老字号品牌销售额环比增长了68%，多个品牌的销售额实现翻倍，像北冰洋、百花等多个老字号品牌，已经借助天猫出海销往境外。

凭借不错的零售基础，北京在“企业活跃度”和“消费者参与度”的表现上也仅次于上海，位列第二。在企业活跃度，尤其在初创企业积极性方面，北京更是四座城市中打造新零售初创氛围最好的推动者。在消费者参与度方面，来自北京的消费者对于新零售的关注度和无现金支付率均位列第一。

新老企业的大胆创新，加之良好的无现金率基础，北京新零售的发展前景引人瞩目。



北京新零售指数表现



杭州：电商之都的新零售创新担当

京杭大运河这条人类历史上最长的人工河，令杭州从一个滨海小邑一跃发展成为“水居江海之会，陆介两浙之间”的经济都会。如今，阿里巴巴在发家地杭州身体力行的新零售实践，以及杭州政府的大力扶持，让这座电商之都再次焕发出新的商业活力。

从新零售指数得分比较来看，虽然杭州与上海、北京的零售基础相差很大，但在零售增量整体表现上它却毫不落后，与北京不分上下，在城市基础服务和政策扶持方面更是位列第一。除此之外，在消费者参与度方面，尤其在客群活跃度方面的表现仅次于上海，略优于北京。

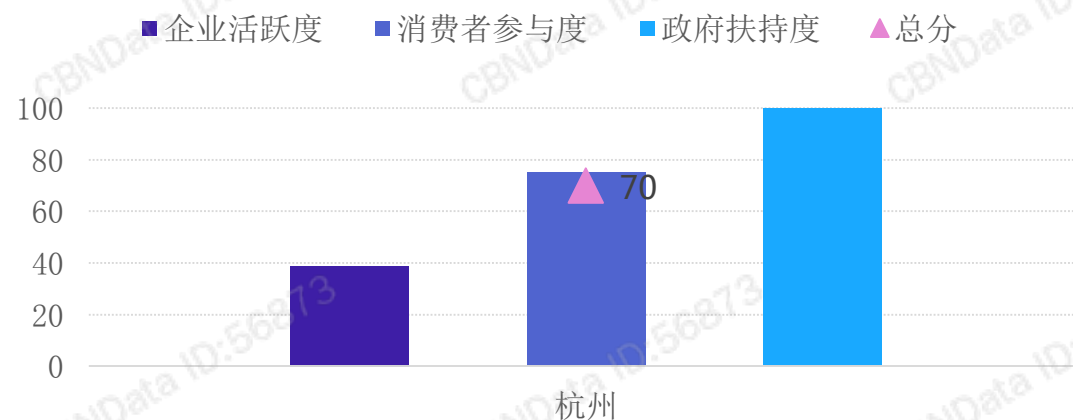
作为电商之都，杭州的无现金率几乎满分，“移动支付之城”众望所归。同时，自2016年新零售概念以来，杭州诞生了数十种新零售模式，除了智慧商圈、智慧门店外，层出不穷的新零售场景在杭州生根发芽。得益于阿里的助力，杭州正抢滩布局新零售：

“银泰”和“天猫”的强强合作，被认定为“新零售变革标杆”；第一家智能化的天猫小店2017年在杭州落地；银泰西选、无人餐厅、智能卫生间等新模式在杭州“内测”，一旦成熟再将经验输出复制到全国……

可见，在新零售变迁中，杭州是当之无愧的创新担当。



杭州新零售指数表现



深圳：改革开放最前沿的新零售追随者

拥抱新零售，既是互联网化的影响，也是深圳的内驱转型。

从产业发展的角度，深圳智能家居、高端服装、手机、珠宝等行业领先全国，对产业升级转型有强烈需求；吸引诸多移民创业的深圳，经济繁荣，可支配收入高，加之消费者年轻，消费潜力旺盛，市场格局好。

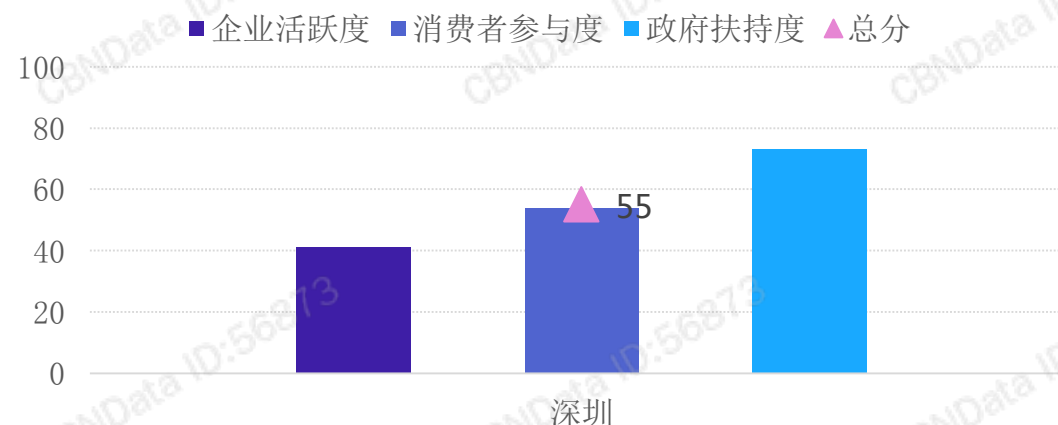
继2016年阿里巴巴与深圳市政府签署战略合作协议后，深圳市政府与天猫展开深度合作，促进线上线下快速融合，深圳成为新零售必争的战略要地。

从新零售指数表现来看，深圳虽整体略落后于其他三座城市，但在企业活跃度上的表现略超过了杭州。得益于城市面积，深圳的天猫超市1小时达和盒马鲜生区域覆盖率位列第一和第二位，极大便利了当地消费者的新零售体验。作为改革开放的创新前沿地带，深圳本土的智慧门店和新零售初创企业数量也较多，均超过了杭州，位列第三。

深圳作为智能硬件创新制造的全球中心，中国电子产品智能化在这里找到了商机，涌现了一批在智能手机、无人机、电动牙刷、智能门锁等品类的知名新国货品牌。总的来说，作为改革开放的最前沿，深圳坐拥较好的产业基础和信息社会下的创新技术，在新零售的商业变革中既瞭望着全球新商业、新制造业的日新月异，极具创造活力的新零售追随者，同时也作为样板引领着港澳开启零售业变革的方向。



深圳新零售指数表现



PART2

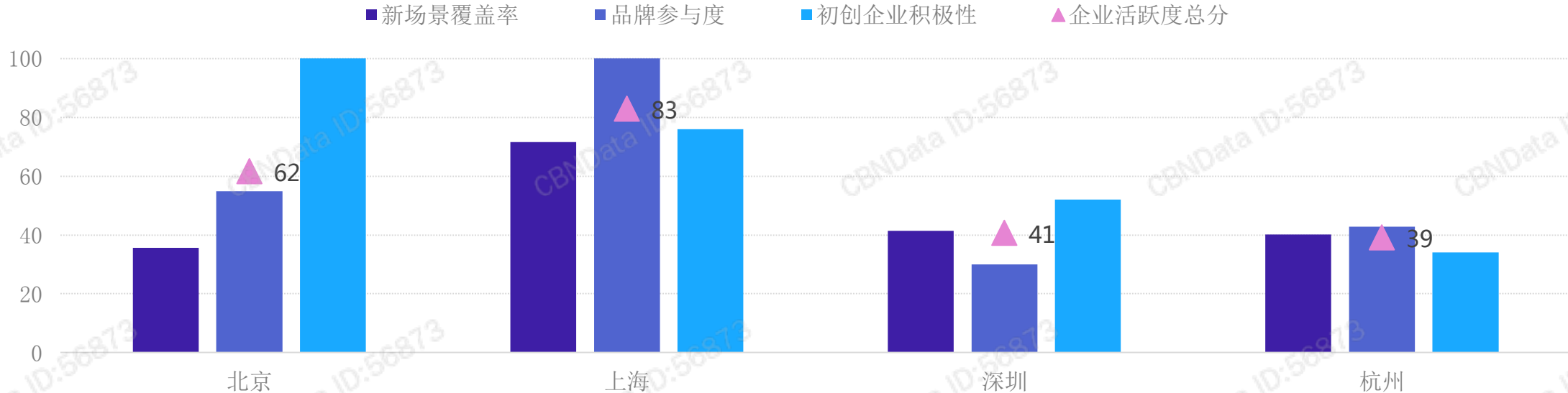
企业引领搭建新零售场景



企业活跃度总体表现：上海领头，北京创业热情高涨

有着不同经营形态的零售企业从来都是城市零售业的承载体和支撑力量，因此我们把企业参与新零售的活跃情况作为评估一座城市新零售业态表现的重要指标之一。从各城市整体企业参与新零售的活跃度表现来看，上海得分最高，它在新零售场景（比如盒马鲜生等代表性新零售业务）的覆盖率以及品牌参与度上优势显著，这多少离不开它较好的零售基础。其次是北京，零售基础不错的北京也拥有较高的品牌参与度，同时，帝都的创业热潮同样带动了这里的初创公司投身新零售试验。

四座城市企业活跃度总体表现



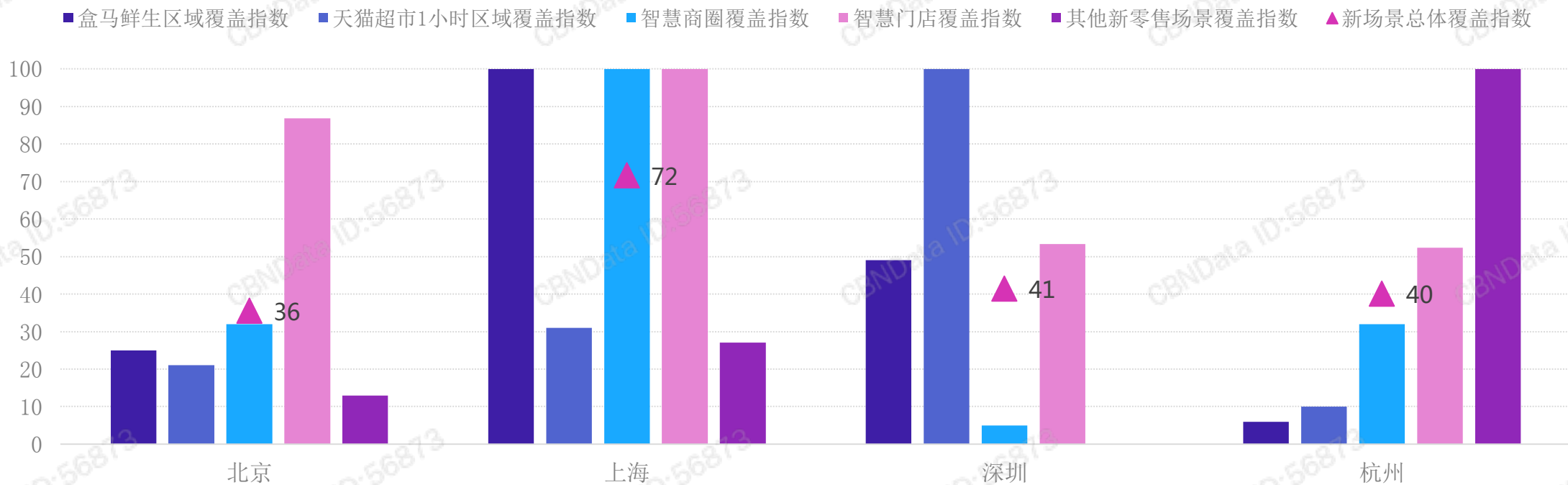
数据来源：DT财经

注：企业活跃度总分=新场景覆盖率*35%+品牌参与度*35%+初创企业积极性*30%

2.1 新场景覆盖：上海领头、深杭紧随

我们通过盒马、1小时达、智慧商圈等业态的覆盖率来比较四座城市新零售场景的覆盖情况。综合比较来看，零售业基石强大的上海遥遥领先，其次是1小时达业务覆盖率突出的深圳和创新零售场景最多元的新零售起源地杭州。虽然整体零售额与上海不分伯仲，但北京整体的新零售场景覆盖情况相对较小。

四座城市新零售场景覆盖情况



数据来源：DT财经

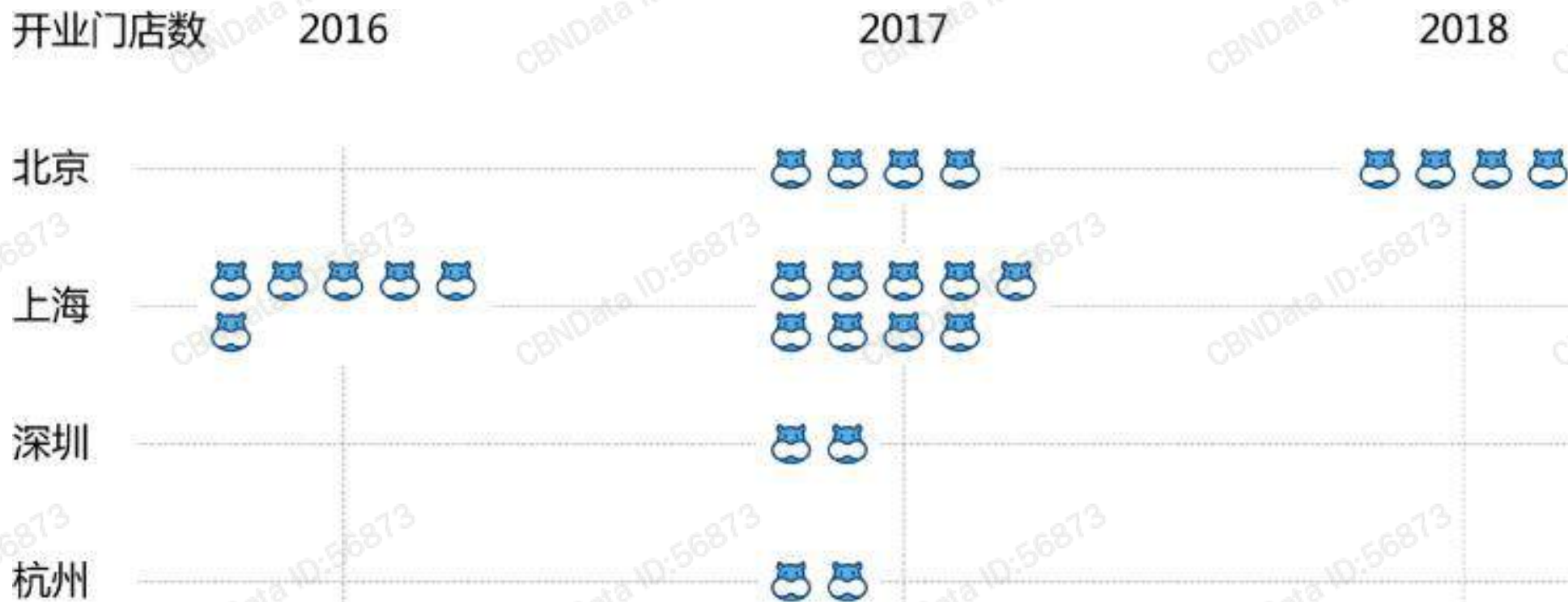
注：区域覆盖指数为区域覆盖率标准化后的得分，区域覆盖率=门店服务区域面积/城市总面积

盒马鲜生：城市新零售的开闸门

dt财经

由数据和技术驱动的“零售新物种”盒马鲜生往往被认为是新零售的实践模板。从“盒区房”概念的诞生和火爆，足以见得盒马对于城市、居民生活的重要影响。从一个新的角度来看，盒马的开店足迹，亦可被看作是这座城市、这片区域的新零售开垦路径。

在马云提出新零售概念的2016年，第一家盒马鲜生在上海诞生，如今，它的触角已延伸到了这四座城市：



统计时间：2018年2月28日

上海拥有最多“盒区房”

不只是诞生了第一家，目前上海全国最多的盒马门店。地域分布方面，盒马的门店已入驻上海多个行政区。相比，北京目前已开业有8家盒马，其中2018开年已开业4家。从区域覆盖率来看，上海也明显高于其他城市。

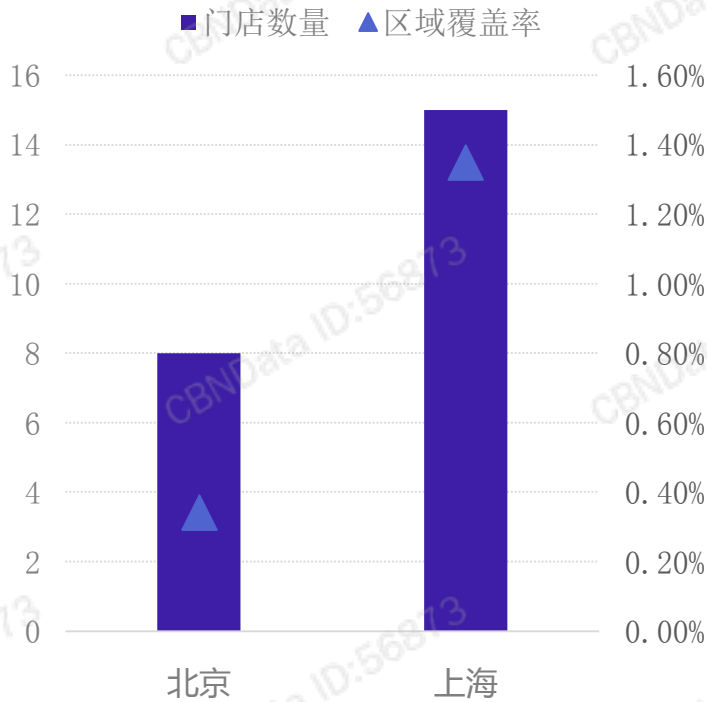
盒马鲜生区域覆盖情况-北京



盒马鲜生区域覆盖情况-上海



北京、上海盒马鲜生分布情况



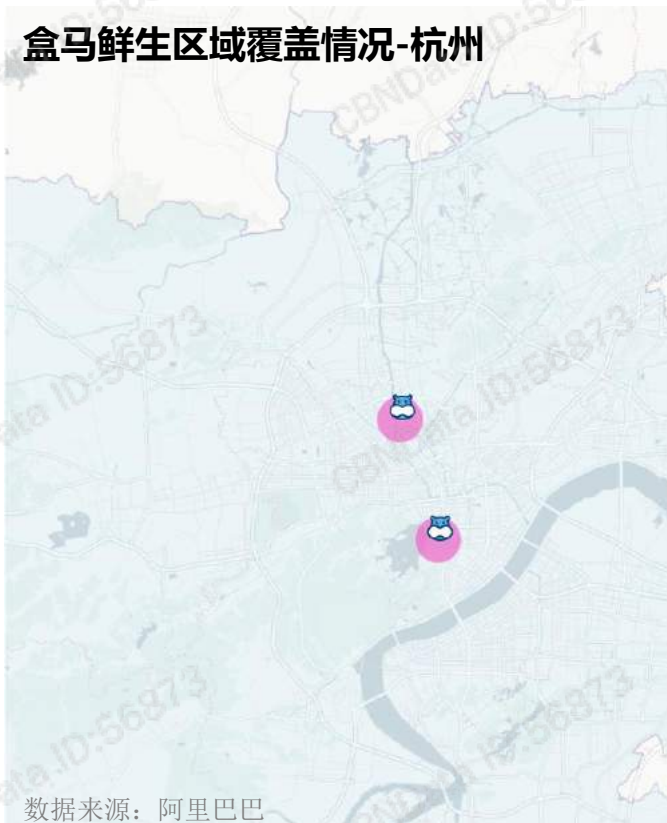
数据来源：阿里巴巴、DT财经

盒马进驻城中心

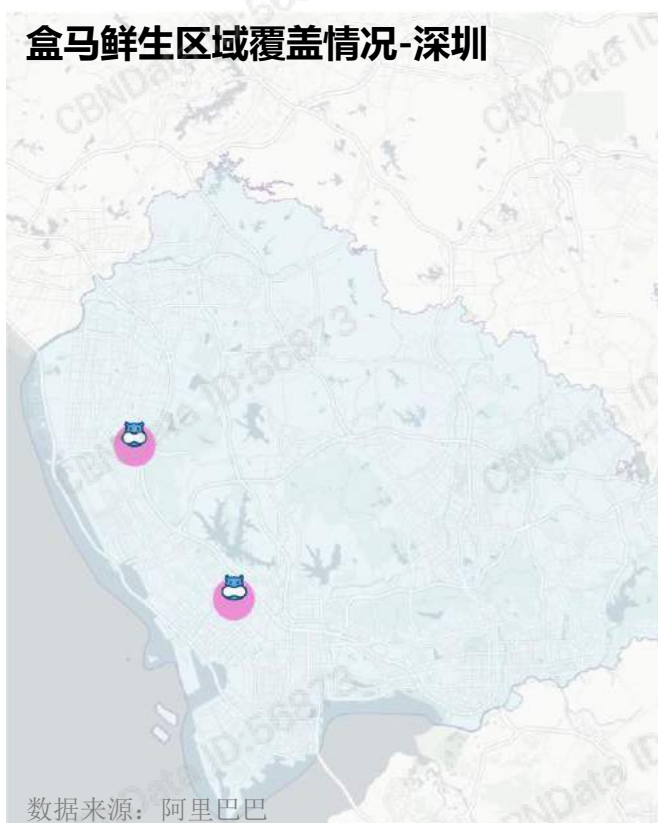
dt财经

目前，深圳和杭州均各开有两家盒马鲜生。虽然门店数量一致，但从区域覆盖率上来看，深圳的两家盒马所服务的消费者范围相对更大。

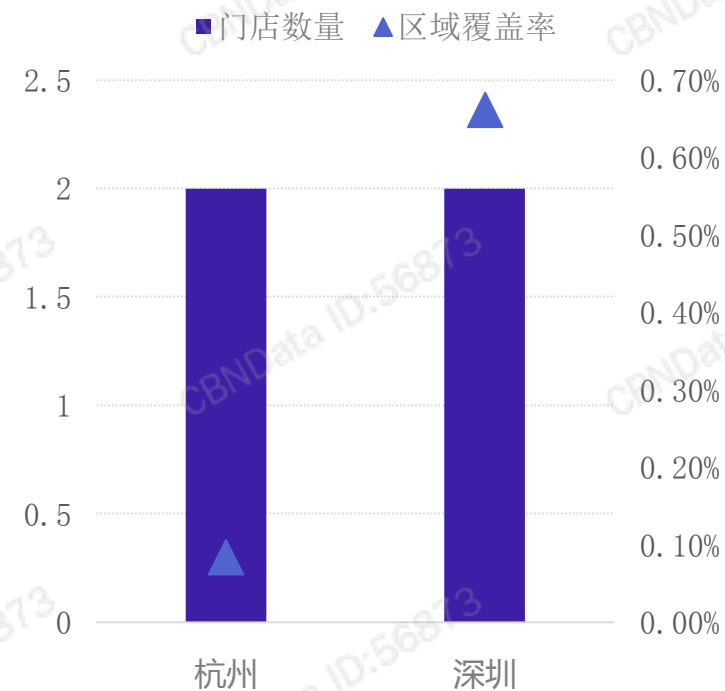
盒马鲜生区域覆盖情况-杭州



盒马鲜生区域覆盖情况-深圳



杭州、深圳盒马鲜生分布情况



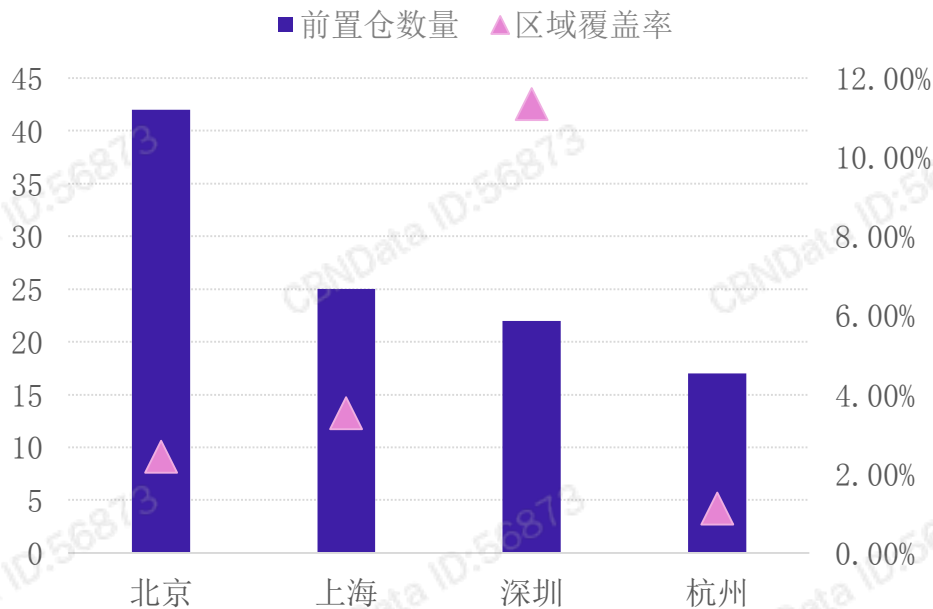
数据来源：阿里巴巴、DT财经

1小时达：城市生活一站式解决

对时间和空间相对敏感的城市消费者来说，零售的效率至关重要。以天猫超市一小时达、每日优鲜等为代表的极速送达零售平台，正在通过技术升级供应链和物流，以此满足城市消费者的效率需要。

截至2017年底，以天猫一小时达为例，对于500多种商品SKU，消费者在线下单后，系统会将订单信息发送到最近的前置仓和便利店，完成包裹及配送。目前该业务已覆盖到上述四座城市。

天猫超市1小时达各城市分布情况



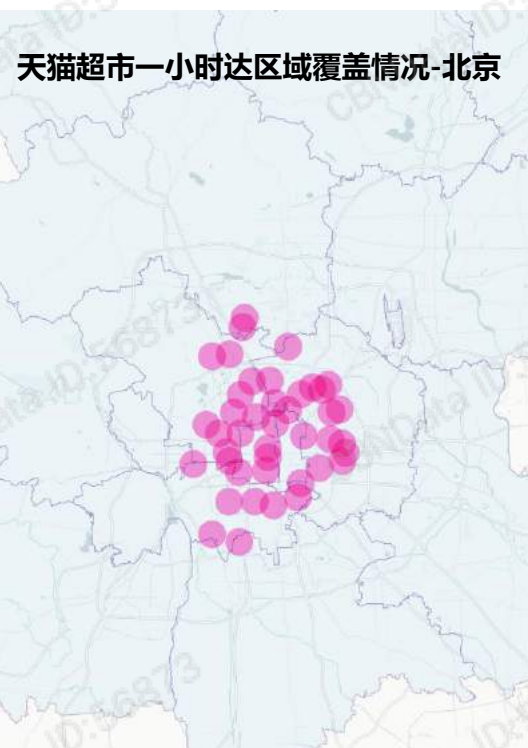
数据来源：阿里巴巴、DT财经

注：区域覆盖率=门店服务区域面积/城市总面积

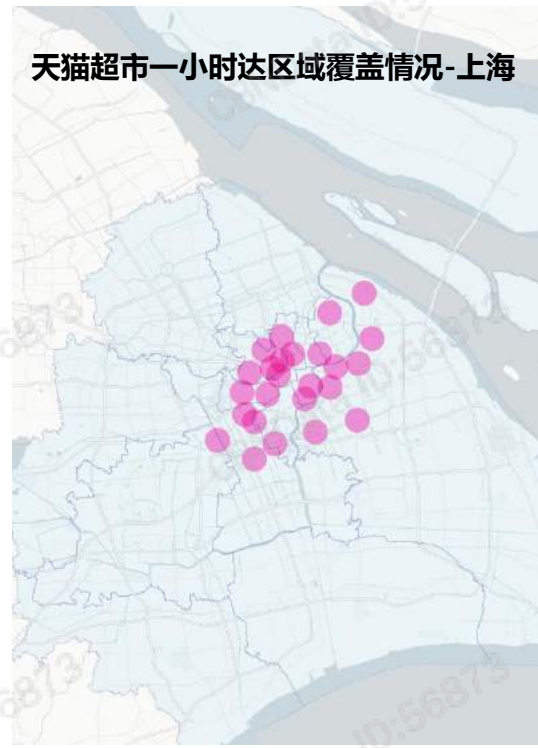


北上深杭一小时达：城区“饭来张口”不是梦

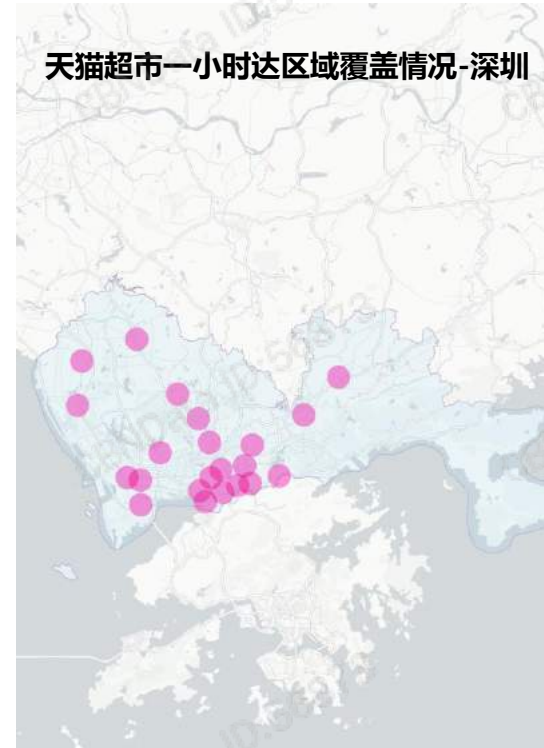
总体而言，天猫超市一小时达的服务已基本覆盖北上深杭主城区的消费人群。比较来看，北京的一小时达前置仓最为密集，数量远远领先于其他城市；但从服务的区域覆盖率来看，深圳更高，尤其是深圳较小的城市区域面积令深圳居民要相对更容易享受到这一服务。相对地，杭州的一小时达服务设施要稍弱些，前置仓数量和区域覆盖率都不如另三座城市。



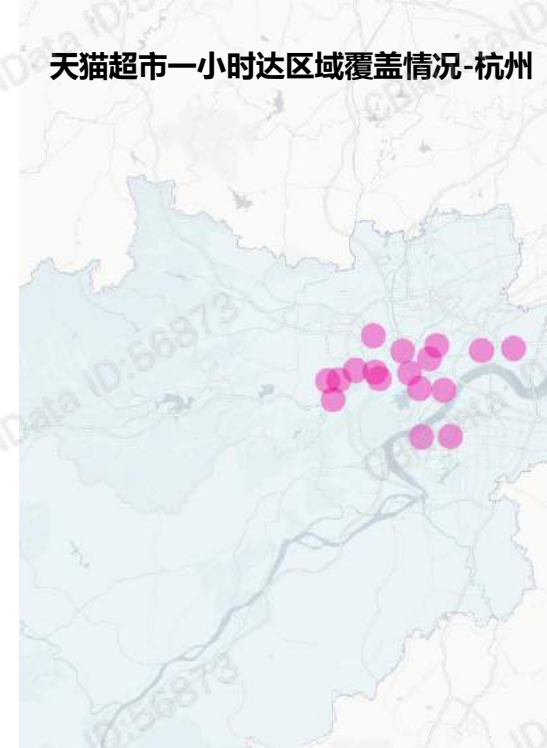
数据来源：阿里巴巴



数据来源：阿里巴巴



数据来源：阿里巴巴



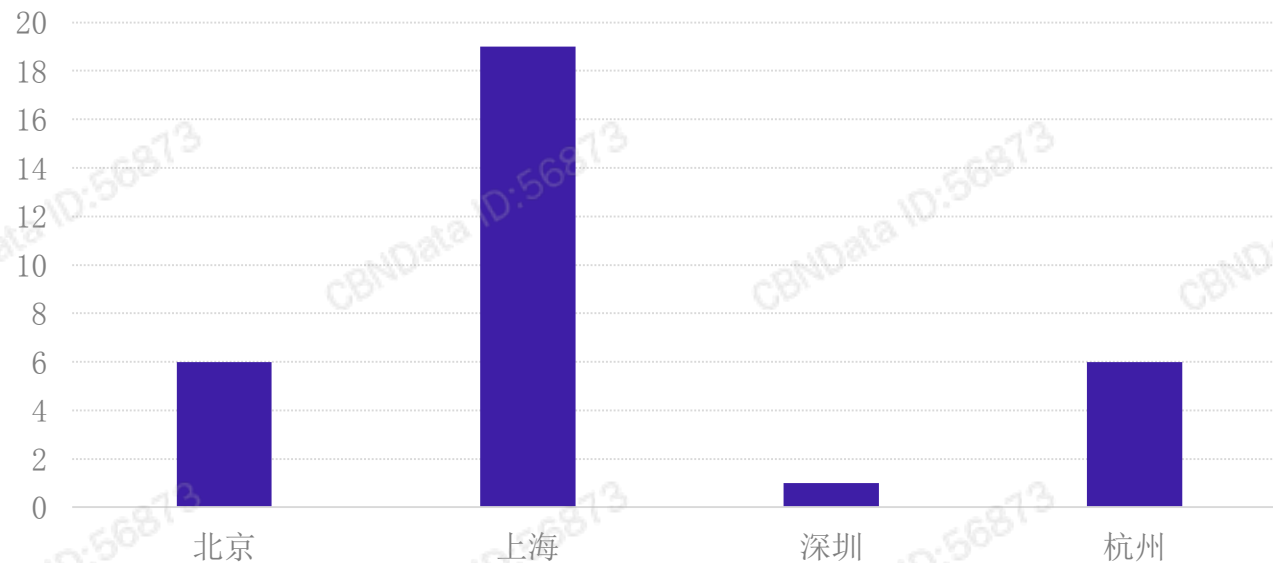
数据来源：阿里巴巴

新零售商圈：品牌渠道的全面重构

作为零售业的重要载体，城市商圈也正在与新零售模式相结合，给城市消费者带来新的消费体验，为品牌线上、线下的营销、销售渠道的打通、重构提供新场景。

2017年双11期间，全国12个城市52个商圈尝试了智慧快闪店等新零售模式。

双11新零售商圈分布情况



数据来源：阿里巴巴

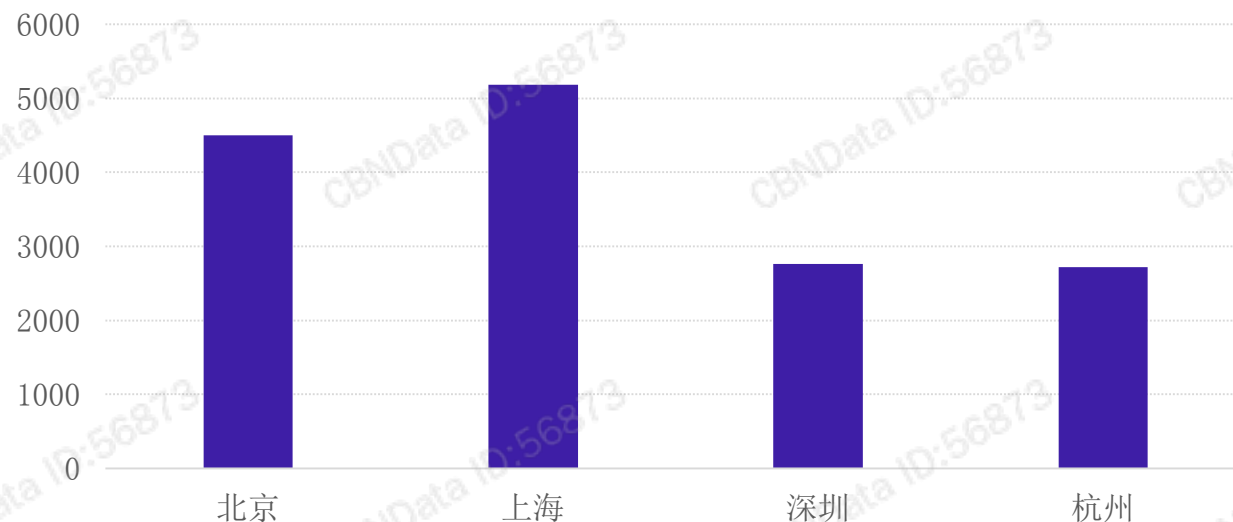


智慧门店：与消费者建立新连接

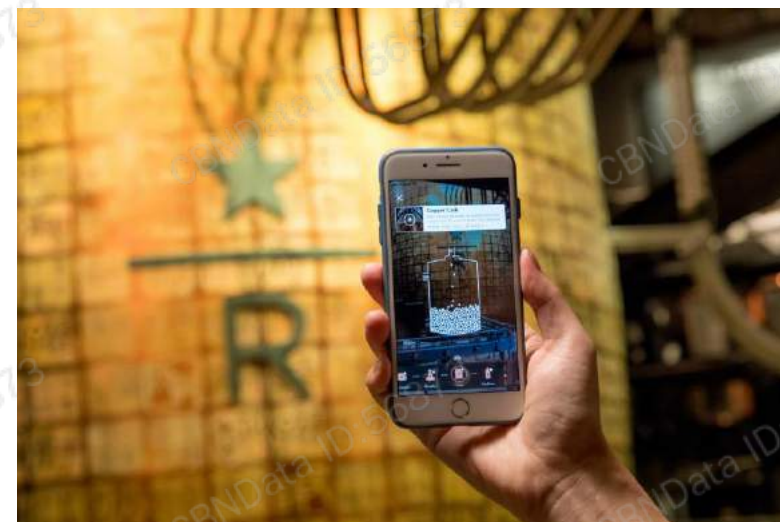
线下门店是零售的主战场，过去它与消费者的连接主要通过交易与服务达成。在新零售的变革中，升级后的智慧门店将改变成为交易、服务、物流和互动的场所。通过技术和数据能力，它帮助门店实现客流的可识别、可触达、可分析，极大优化了门店运营效率，提升了消费体验。

从品牌智慧门店分布可以看到，在零售业竞争激烈的上海，数量最多的品牌门店率先跨出了“智能第一步”。

全渠道+智慧门店分布情况



数据来源：阿里巴巴
统计时间：2017年12月31日



其他零售新场景

随着新零售在城市中渗透，创新的场景空间也层出不穷。除了综合商圈、品牌门店之外，家门口的社区小卖部也开始借助大数据、供应链技术实现了转型升级，第一家智能化的天猫小店2017年在杭州落地。

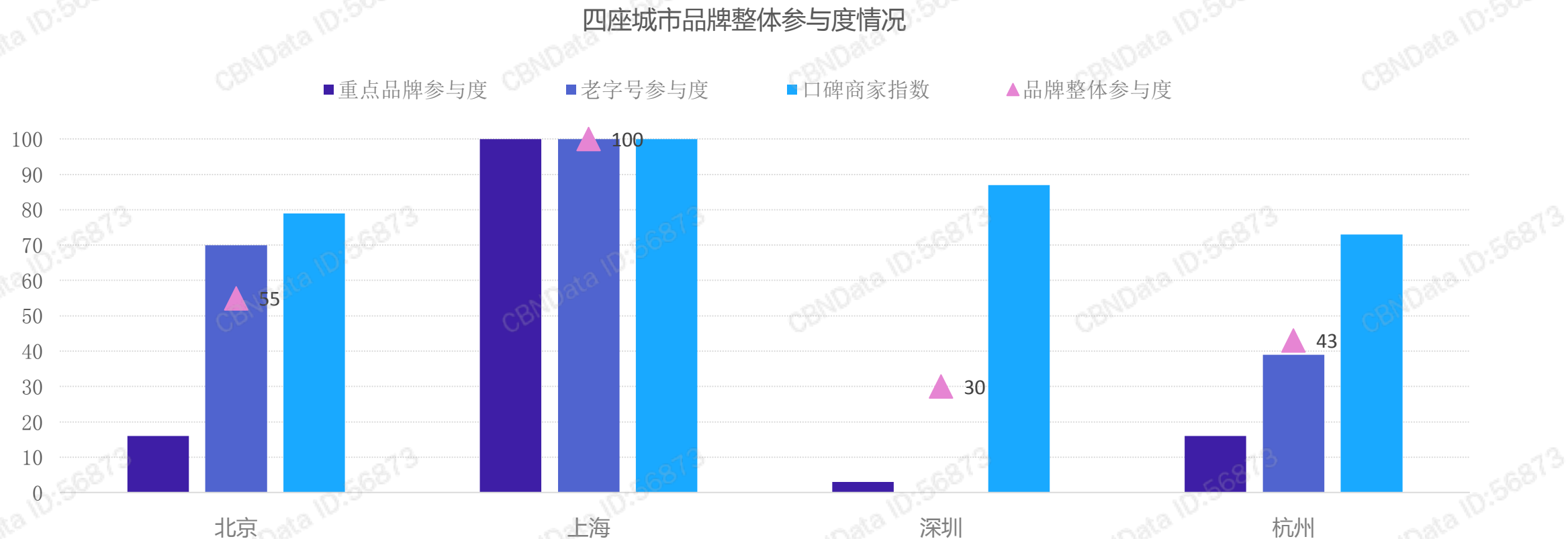
为了助力城市生活更美好，商圈里的基础服务设施也同样开始升级。北京、上海和杭州升级后的智能母婴室，除了提供无人贩卖机外，还内置有智能语音控制系统自动调节哺乳环境，为逛街中的妈妈们提供最大便利和舒适的使用体验。

城市	其他新零售场景
北京	西有全球好店；智能母婴室；
上海	银泰西选；智能母婴室；
杭州	天猫小店；ONMINE零食馆；生活选集家居馆；家时代；IN JUNIOR潮童馆；银泰西选；西有全球好店；集货；智能母婴室；



2.2 品牌整体参与度：底蕴决定一切，上海、北京领头

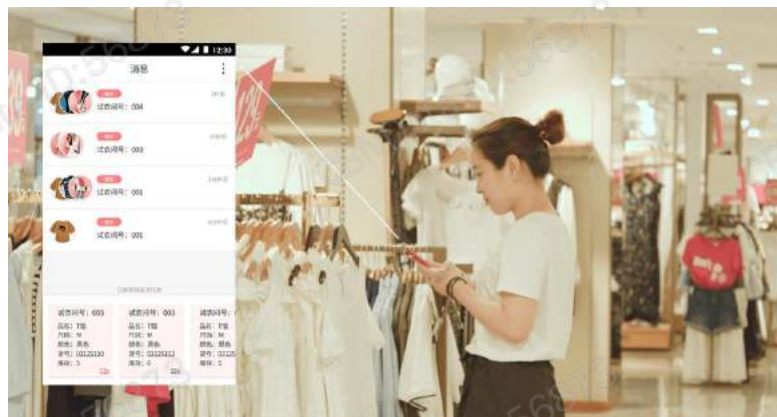
我们通过比较四座城市各品牌投身全渠道、数字化、智慧门店等新零售业务的参与度来看，国内外品牌的汇聚地上海依旧遥遥领先，其次是北京。在重点品牌和老字号品牌的新零售参与上，相对年轻的城市深圳略逊一筹。



品牌新零售探索

dt 财经

总部位于四座城市的众多品牌，开始运用VR和AR技术、无人零售等新形式，为传统线下门店注入新零售的活力。其中的代表既有星巴克和NIKE这样的国际大牌，也有来自上海和杭州等城市的本土品牌玛丽黛佳、MISS CANDY等。



左上图为拉夏贝尔试衣间智能互动屏，结合时尚大脑的算法和RFID技术，互动屏可以根据顾客所选的商品进行搭配推荐，同时提供远程服务呼叫功能。

左下图为玛丽黛佳智能售货机，通过多种互动模式吸引顾客消费的同时，获得消费者信息服务于后期运营。



右上图为马克华菲智能导购终端，通过RFID技术展示服装的上身效果和搭配建议，同时支持支付和产品分享互动等。

右下图为美克美家的VR样板间，可以在门店为顾客定制虚拟全场景的样板间效果。

dt财经

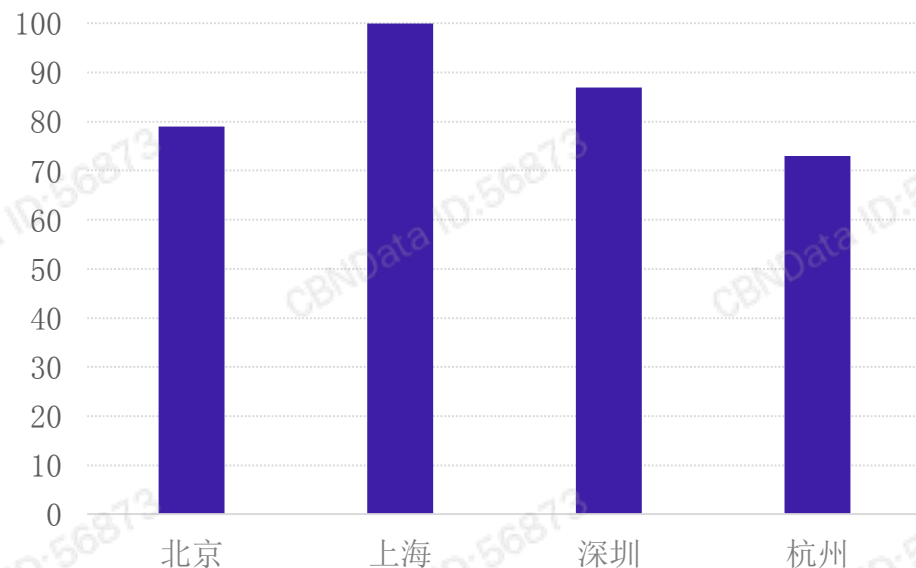
除了市场反应较快的跨国品牌和年轻本土品牌外，各地的老字号品牌也陆续参与到了这场新零售变迁中。故宫博物馆、天堂伞等老字号通过新IP的打造重新夺得了年轻消费者市场，而大数据的精准消费洞察也成为它们产品设计、品牌运营的新工具，并最终带来顾客和销量的新增长。



吃喝玩乐里的新零售

本地生活服务平台正在引领“吃喝玩乐”领域的零售变迁，线上点单、结算极大提升了点单效率、降低了人工成本；线上优惠券、电子会员卡等营销运营产品促进了客单价、消费频次的提升。口碑平台数据显示，目前，这四座城市总共有近40万商家已经入驻了口碑：其中上海、深圳商家指数分别位列第一、二。

口碑商家指数



数据来源：阿里巴巴



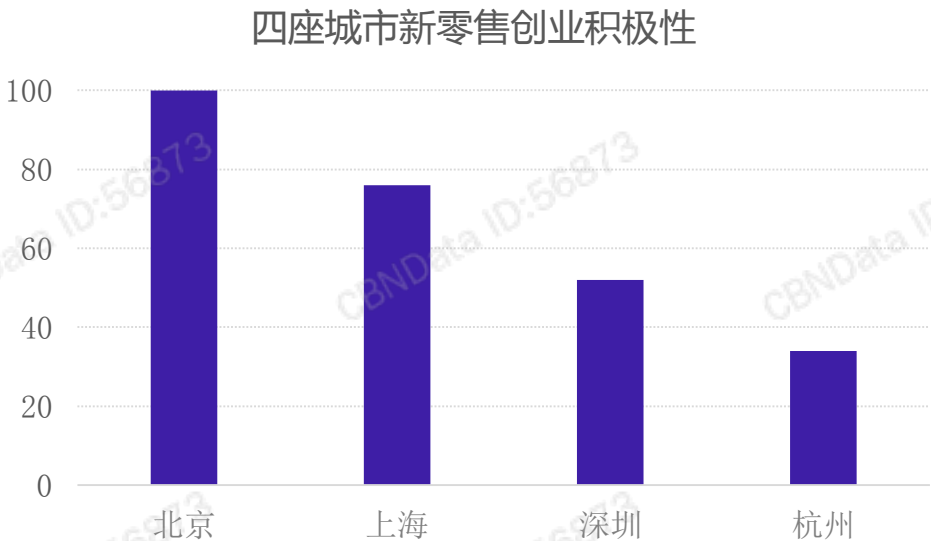
2.3 初创企业积极性

在这场新零售变迁中，除了成熟品牌和门店的转型升级外，更亮眼的是以技术、消费者需求催生出一大批新兴创业企业，其行业广涉本地生活、电子商务等新零售业态以及支撑该业态的各种广告营销、企业服务和硬件等基础设施。

比较四座城市相关的初创企业数量，北京的新零售创业氛围最浓，其次则是上海、深圳和杭州。

比如当无人零售成为零售行业的投资风口，无人便利店24鲜便利店、无人货架猩便利、办公室无人零食铺小闪科技等“零售新物种”纷纷出现在了北上深杭。

城市	代表领域及公司
北京	本地生活（每日优鲜便利购、饭美美）、电子商务（小易到家）
上海	本地生活（24鲜便利店、猩便利）、硬件（天使之橙）
深圳	本地生活（小闪科技）、企业服务（云享）
杭州	本地生活（嘀嘀网络）、企业服务（企加云）



数据来源：IT桔子、创业邦

PART3

消费者新零售意识的觉醒



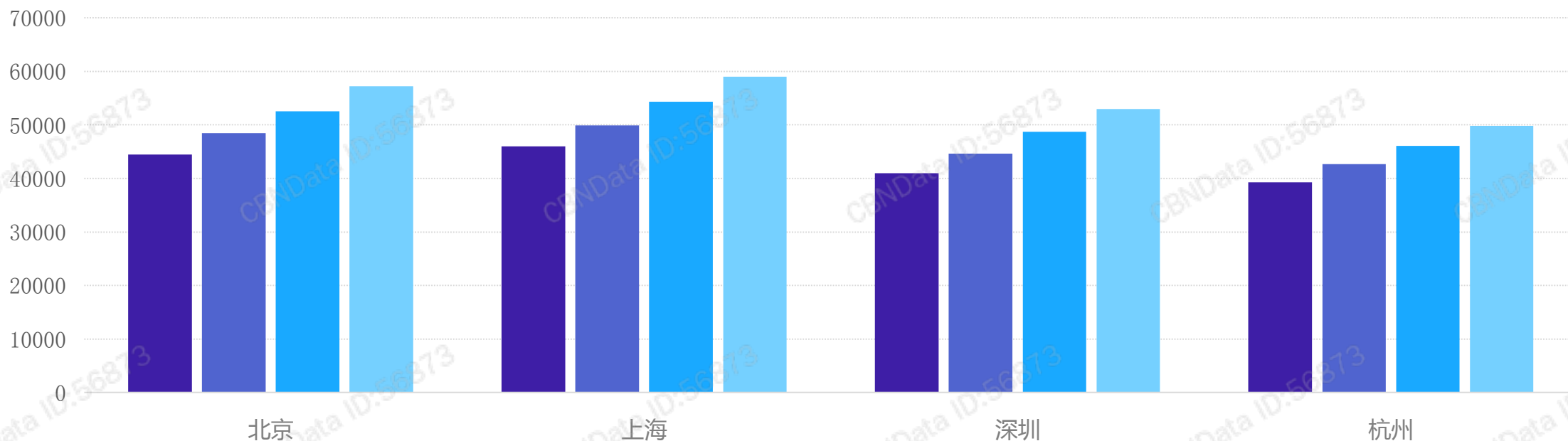
居民消费能力崛起

dt财经

收入是影响消费的主要变量，居民收入水平变动直接影响着居民消费倾向和消费结构的变化。从数据上看，这四座城市的全体居民人均可支配收入近几年一直稳步增长。与此同时，近几年中产阶层崛起所带来的消费升级变化成为未来5-10年的重要主题。截至2017年，上海人均可支配收入在四城中处在领先地位。

全体居民人均可支配收入

■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017



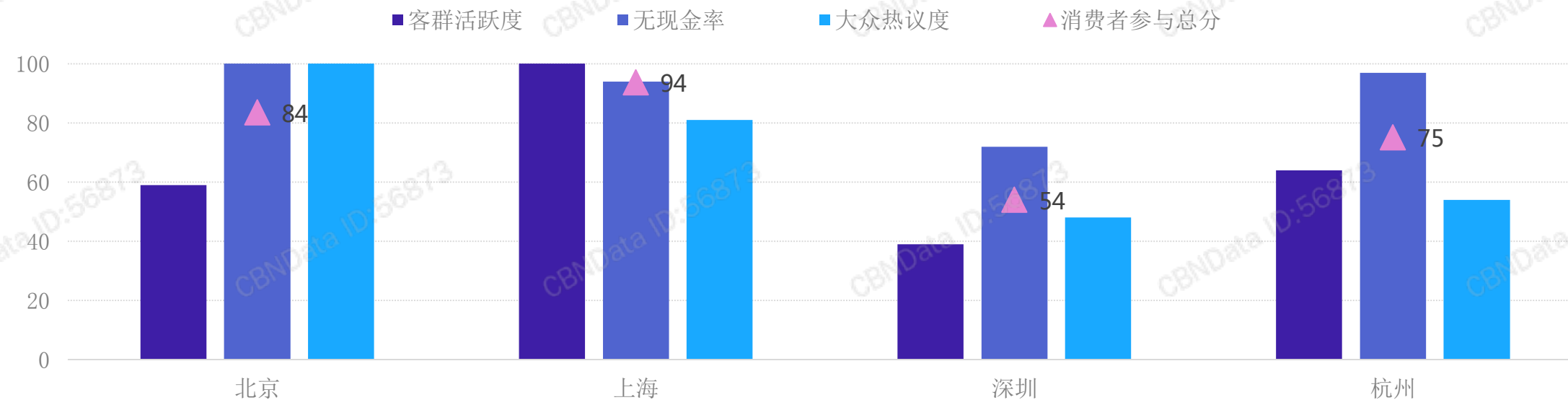
数据来源：Wind、各城市统计局网站

消费者新零售参与度：上海稳居第一

dt财经

从各城市消费者新零售业态的参与情况来看，人均可支配收入最高的上海整体表现最为突出，尤其在新零售业务（诸如盒马、口碑等）的客群活跃度表现上。以支付宝为代表的移动支付在北京和杭州十分普及。相比，深圳消费者整体参与度略落后于其他三座城市。

四座城市消费者新零售参与度总体表现



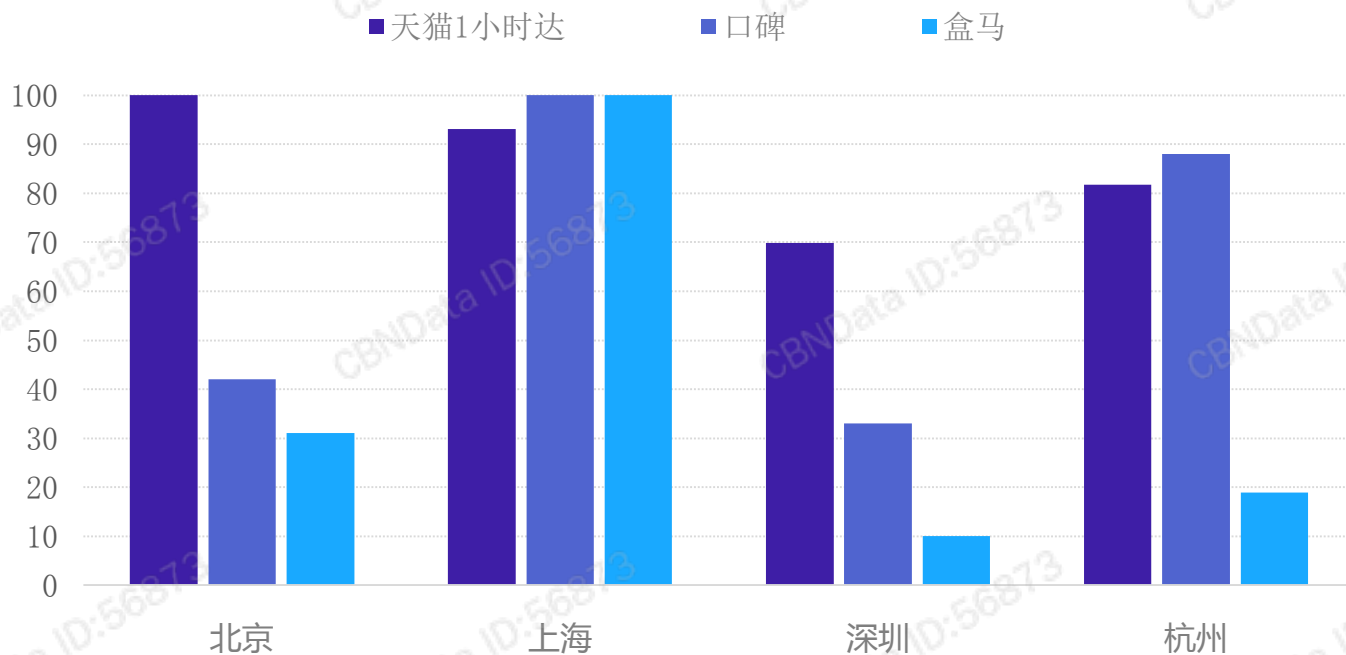
数据来源：DT财经

注：消费者参与度总分=客群活跃度*40%+无现金率*40%+大众热议度*20%

3.1 客群活跃度：上海遥遥领先

从目前代表性的新零售业态天猫超市1小时达、口碑及盒马鲜生的客群活跃情况比较来看，上海新零售消费者的活跃度遥遥领先，尤其表现在口碑和盒马鲜生两个业态上。杭州消费者的活跃度表现总体略高于北京，其中突出表现在口碑的使用上。作为“三公里理想生活区”的首发地，北京消费者使用1小时达业务最为活跃。

客群活跃度对比



数据来源：阿里巴巴

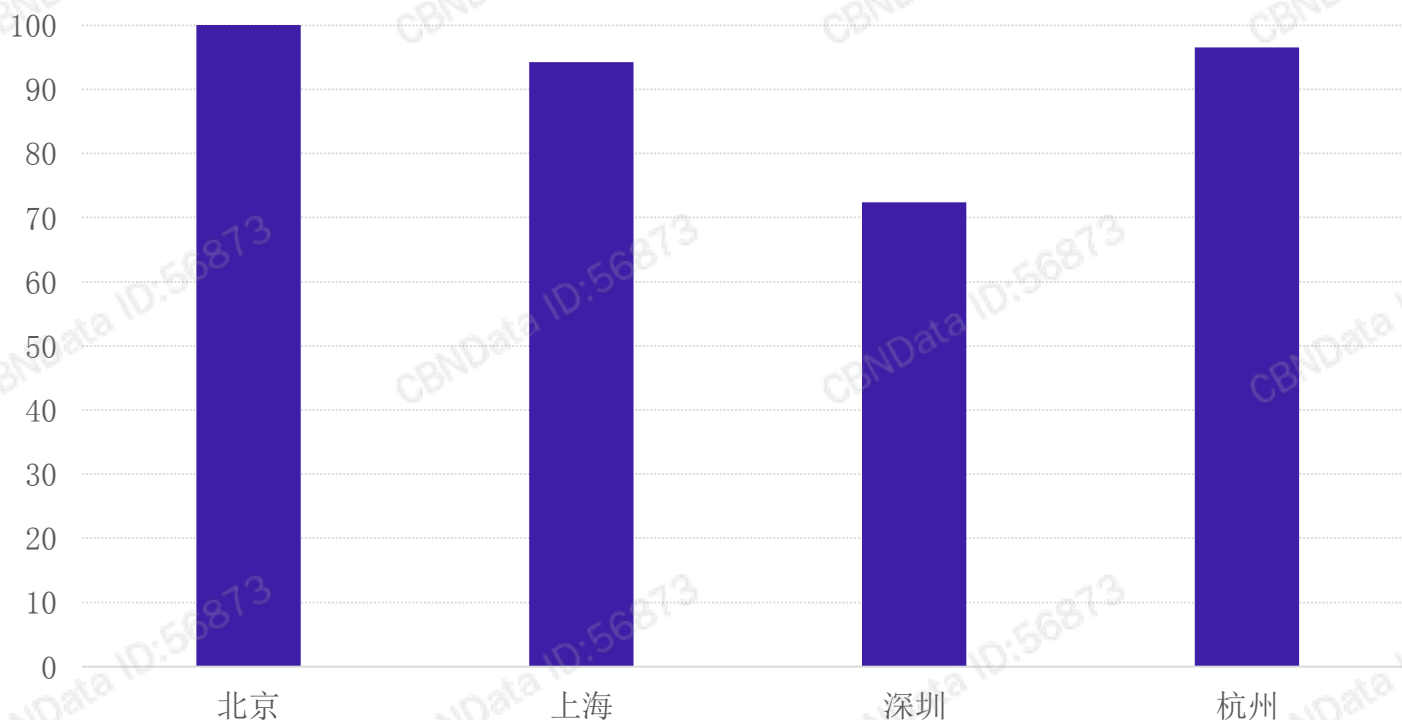


3.2 北京无现金率最高

移动支付的应用，是一座城市居民消费行为、生活方式改变的一个重要标志，也是新零售变迁中重要的配套工具。在2017年的全国“两会”上，就有代表委员呼吁中国全面进入无现金社会。他们认为，无现金社会是一种技术进步，中国正在迈向无现金大国的“最后一公里”。从支付宝收集的数据来看，北京成为这四座城市中无现金率最高的城市，杭州紧随其后。



四座城市无现金率对比

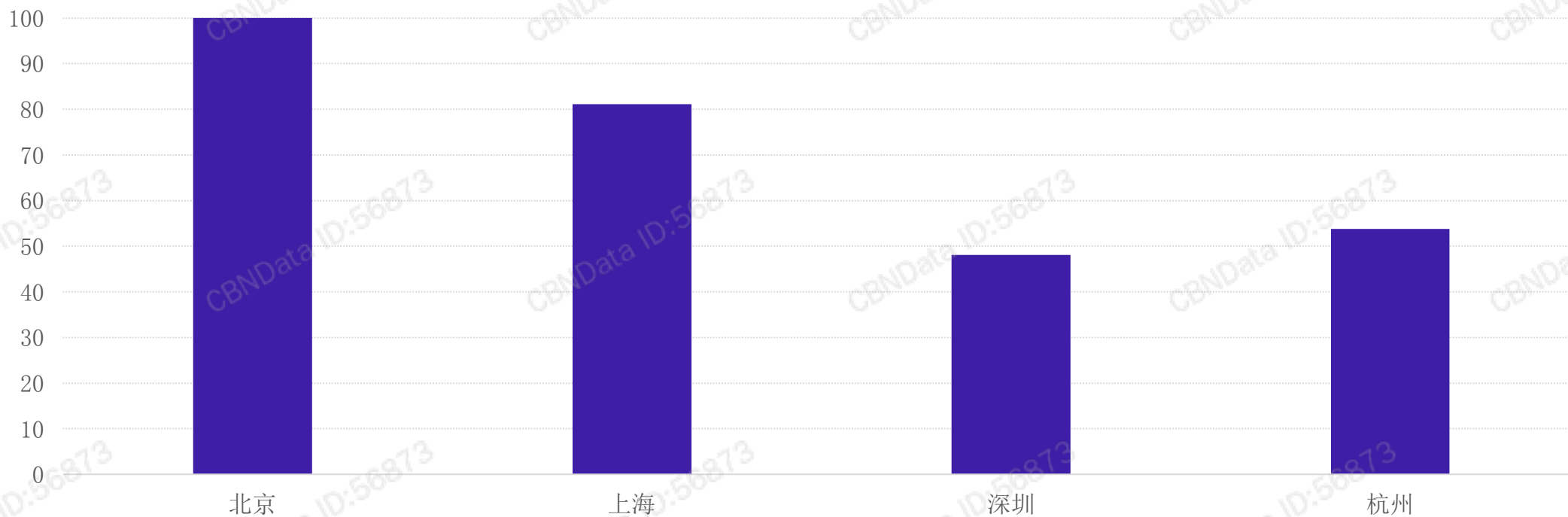


数据来源：支付宝

3.3 北京消费者对新零售关注度最高

北京虽然在客群活跃度上次于上海、杭州，但从人们在搜索引擎上留下的痕迹来看，北京人对“新零售”的关注度却是四座城市当中最高的。这种现象背后隐藏的，很可能是消费者对新零售的认知正处在“观望”的觉醒期，有待被进一步引导。

四座城市新零售关注度对比



数据来源：百度指数

PART4

政府扶持共创智慧城市

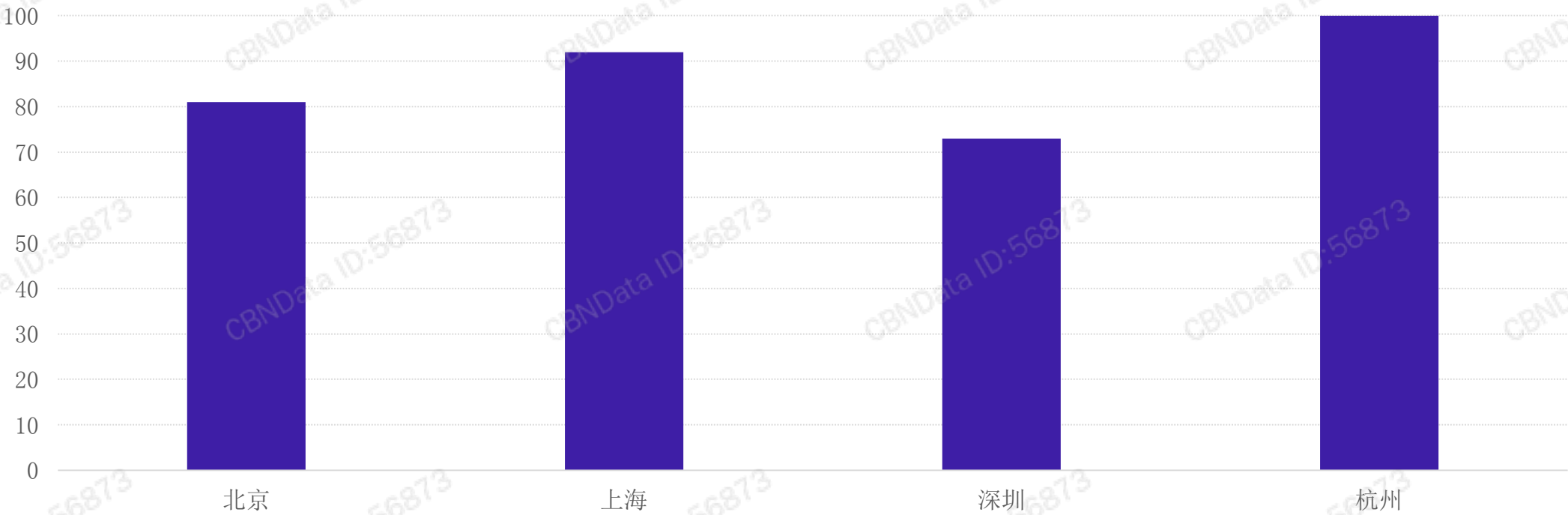


政府扶持力度：杭州优势凸显



杭州作为发展信息经济的先行者、引领者，是首个将“发展信息经济、推动智慧应用”作为“一号工程”的城市。从线上服务的开通情况以及政府的支持力度来看，杭州更是显露出优势。

四座城市政府扶持对比



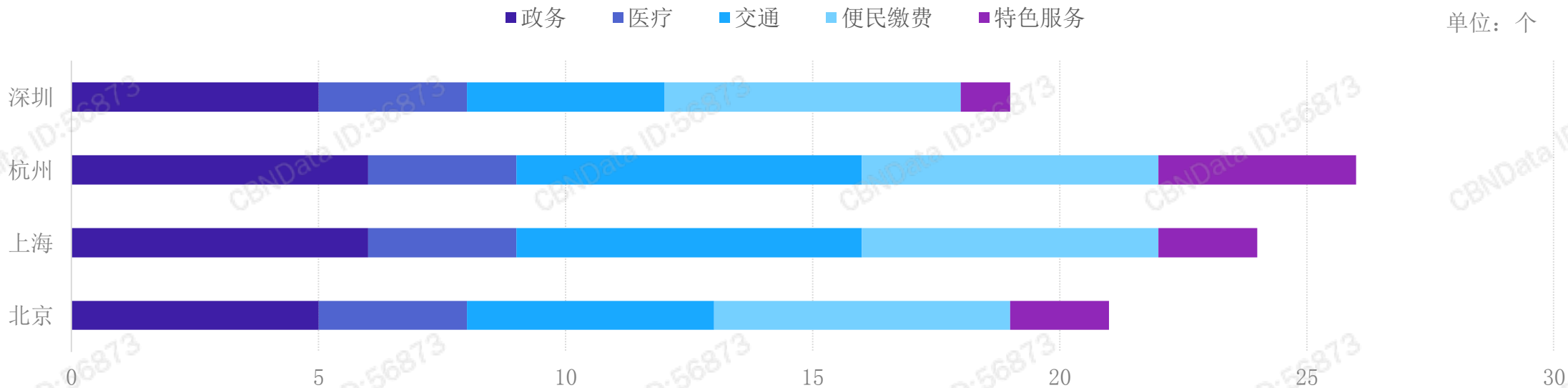
数据来源：DT财经

注：政府扶持总体表现综合了城市线上服务开通情况以及政府对新零售的政策扶持情况

4.1 谁是“最智慧”的城市？

智慧城市的发展是城市化建设的高级形态。以线上服务为纽带的新零售，是构建智慧城市的组成部分；同时，智慧城市的打造也为新零售的发展打造基础。从四座城市开通的线上服务功能来看，杭州是线上服务功能最多的城市，除了政务、医疗、交通等常见的领域外，甚至还包含了体育场馆预约等非常细微便民的服务。政府为主导的线上服务场景的丰富，一方面反映出一方政府对智慧城市的支持力度，同时也有助于大大提升人们对更多新零售模式的参与程度。

城市线上服务功能开通情况比较



数据来源：根据公开资料整理

4.2 政策为新零售点亮绿灯

新模式的发展，往往需要政策的支持。“新零售”概念自出现以来，就一直受到各级政府的关注。

2016年，国务院办公厅率先颁布了关于推动实体零售创新转型的意见。从顶层设计的层面，规划了“以体制机制改革构筑发展新环境，以信息技术应用激发转型新动能，推动实体零售转变”的总体思路，同时提出了七大类的政策措施。

此后，各级政府，推出了更有针对性的政策。如：

- 上海：杨浦区推出了融网络订餐、传统餐饮、食品销售于一体的“三合一”食品经营许可证，支持创新业态在杨浦落地；
- 北京：设置了专门适合便利店简餐审批的政策；
- 深圳：前海推出“保税+实体新零售”助力政策等。



声明

DT财经对本报告具有修改权和最终解释权。任何机构和个人未经允许不得以任何形式翻版、复制、摘录和发布。如引用发布，需注明出处为“DT财经”，且不得对报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

DT财经

DT财经是第一财经旗下数据内容与社群平台，集数据内容聚合、数据社群、数据活动、数据可视化于一体。用大数据解读消费社会和商业图景，连接数据、机构和人群，旨在打造大数据时代的内容生态入口。

目前，DT拥有20万专业读者，主要产品包括商业大数据研究项目“NEXT情报局”和“地铁1公里”，以及汇聚数据专业人士的数据社群。DT是上海市政府开放数据创新应用大赛（SODA）的战略合作伙伴，及联合国开发计划署（UNDP）责任创新大赛的官方数据合作机构。曾获得腾讯财经“最具价值媒体公众号TOP10”，并入围全球信息可视化领域最知名的奖项之一“全球凯度信息之美”奖。

报告作者：罗遥、王越、李宇琳

视觉设计：赵芸

联系我们：dctj@dctj.com

商务合作：dctj@dctj.com

加入我们：job@dctj.com

DT财经微信公众号

