



客服电话：400-072-5588

# 零售数字化 头豹词条报告系列

程 程 程  
2023-04-11 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

信息传输、软件和信息技术服务业/软件和信息技术服务业/其他信息技术服务业

信息科技/软件服务

词条目录

<div></div> <div>行业定义</div> <div>零售行业在中国市场经济的生态圈中占有重要地位，是商...</div> <div>AI访谈</div>	<div></div> <div>行业分类</div> <div>零售数字化领域囊括多种类型零售业态的数字化转型，包...</div> <div>AI访谈</div>	<div></div> <div>行业特征</div> <div>随着中国零售行业增速逐步放缓，零售企业之间的竞争逐...</div> <div>AI访谈</div>	<div></div> <div>发展历程</div> <div>零售数字化行业目前已达到 <b>3个</b>阶段</div> <div>AI访谈</div>
<div></div> <div>产业链分析</div> <div><div>上游分析</div><div>中游分析</div><div>下游分析</div></div> <div>AI访谈</div>	<div></div> <div>行业规模</div> <div>2018-2022年间，在大量市场需求的推动下中国零售数...</div> <div>AI访谈</div> <div>数据图表</div>	<div></div> <div>政策梳理</div> <div>零售数字化行业相关政策 <b>6篇</b></div> <div>AI访谈</div>	<div></div> <div>竞争格局</div> <div>现阶段，中国零售数字化行业内竞争逐步升级，行业内企...</div> <div>AI访谈</div> <div>数据图表</div>

摘要

随着中国零售行业的增速逐步放缓，传统零售企业希望通过数字化转型实现内生增长，从而积累行业内竞争优势。现阶段，零售数字化正由“全渠道、线上化”模式向注重企业运营全环节的降本增效的“精运营”模式发展。中国零售行业内企业可分为两大阵营：微盟、用友、有赞、金蝶等属于零售数字化服务企业，永辉超市、人人乐、家家悦、高鑫零售、茂业商业、东百集团等属于传统零售企业。2018-2022年间，在大量市场需求的推动下中国零售数字化市场规模增长势头迅猛，由2018年的116亿元增长至2022年的366亿元，年化复合增长率高达33.28%。未来，中国零售数字化行业市场规模有望维持高速增长的态势，或将于2027年达到1,118亿元，同时将创造众多的投资机遇。此外，零售数字化行业内的竞争将呈现白热化态势，将有更多传统零售企业与科技企业布局零售数字化领域，通过研发创新部署积累数字化技术优势将成为企业取得竞争优势的关键。

## 零售数字化行业定义<sup>[1]</sup>

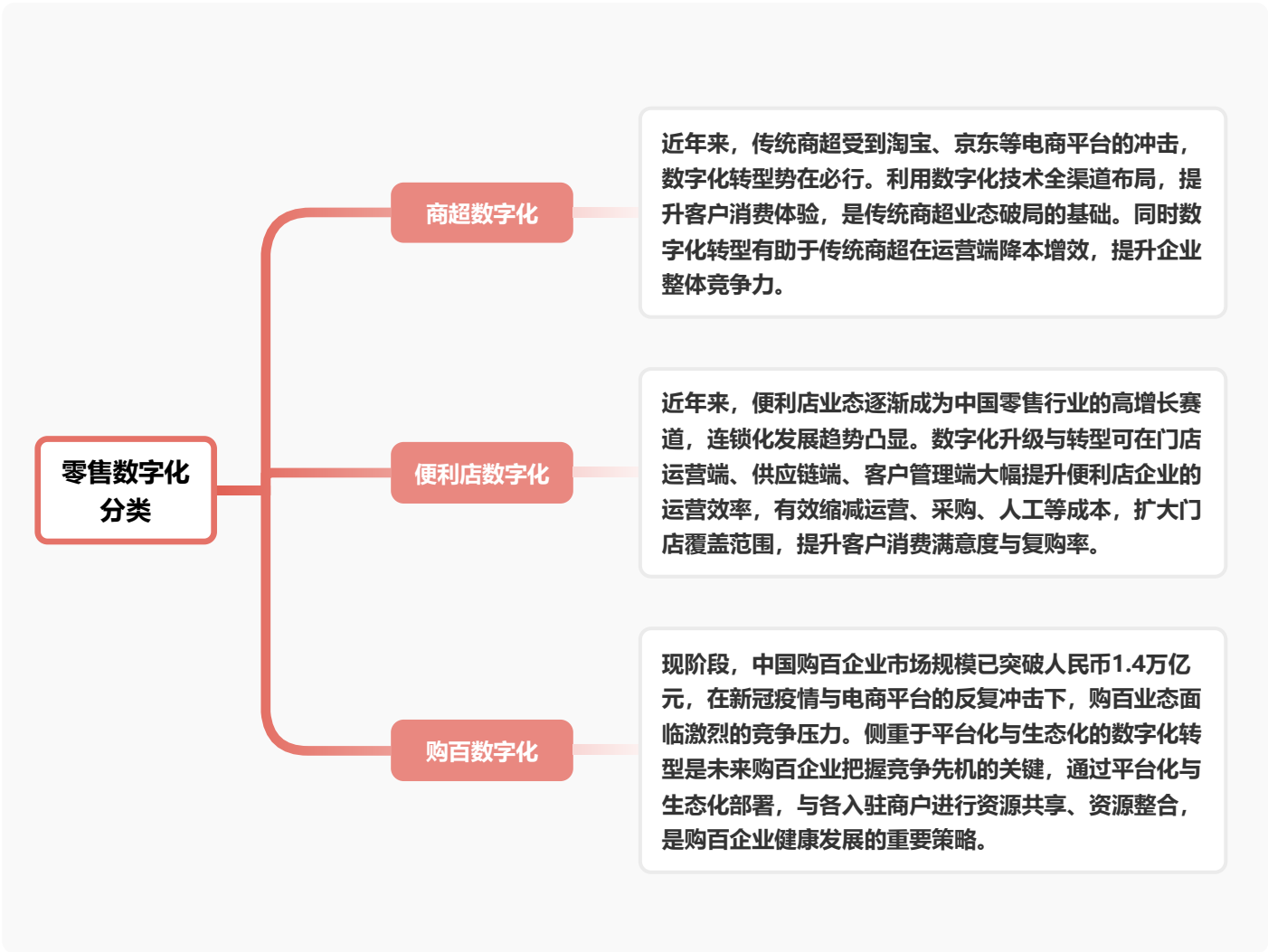
零售行业在中国市场经济的生态圈中占有重要地位，是商品制造商、供应商与终端消费者的中间桥梁，其中主要包含店铺零售（便利店、超市、折扣店、仓储会员店、百货店等）与无店铺零售（网络零售、电视/广播零售、邮寄零售等）两大类型。过去15年间，移动互联网的热潮使中国零售行业发生了巨大的变革，零售市场竞争格局也随之而改变。信息技术的赋能让中国零售行业享受到数字化升级与转型的红利，各大零售商纷纷布局零售数字化领域，力求通过数字化部署增加企业竞争力。<sup>[2]</sup>

[1] 1: 国家市场监督管理总局

[2] 1: 百度百科 2: 信息化观察网 3: 国家市场监督管理总局 4: <https://baike.baidu.co...> 5: <https://www.infoobs.c...> 6: <https://openstd.samr.g...>

零售数字化行业分类<sup>[3]</sup>

零售数字化领域囊括多种类型零售业态的数字化转型，包括商超数字化、便利店数字化、购百数字化、专卖店数字化等。根据各类型零售业态的商业模式、供应链、客户群体等因素，零售商对于数字化转型可进行深度定制，从而增加自身核心竞争能力，以应对来自各方的激烈竞争。



[3] 1: 百度百科 2: 信息化观察网 3: 国家市场监督管理总局 4: <https://baike.baidu.co...> 5: <https://www.infoobs.c...>

零售数字化行业特征<sup>[4]</sup>



随着中国零售行业增速逐步放缓，零售企业之间的竞争逐渐加剧，通过数字化转型实现内生增长成为零售企业的重要发展方向。现阶段，**零售数字化正由“全渠道、线上化”模式向注重零售本质的“精运营”模式发展**，“精运营”模式将更侧重零售企业运营全环节的降本增效。

### 1 降本增效

**在用户增量逐渐放缓的大环境下，中国零售行业需依托数字化转型实现内生增长。**

近年来，中国零售行业用户增量空间逐渐萎缩，零售商生存空间受到挤压，行业内竞争逐步加剧。面对诸多不利因素，数字化转型成为中国零售行业降本增效，实现内生增长的重要策略，传统零售巨头也加大对数字化转型的部署。

### 2 由“全渠道”转向“精运营”

**随着零售数字化的发展，注重零售本质的“精运营”数字化模式深受青睐。**

现阶段，零售数字化转型已经历了多年的发展，最初的“全渠道”、“线上化”模式难以支持零售企业长期、持续的发展，数字化转型也逐步进化为注重企业全链条运营的“精运营”模式。

### 3 中台与底层基础

**数字化中台与底层基础是零售数字化的核心发展难点。**

通过数字化中台与底层基础实现平台化与生态化的行业生态圈融合，是零售数字化的重要目标，现阶段仅有10%的零售企业接近这一目标。搭建数字化中台与底层基础的技术门槛是许多传统零售企业在数字化进程中面临的主要难点。

[4]

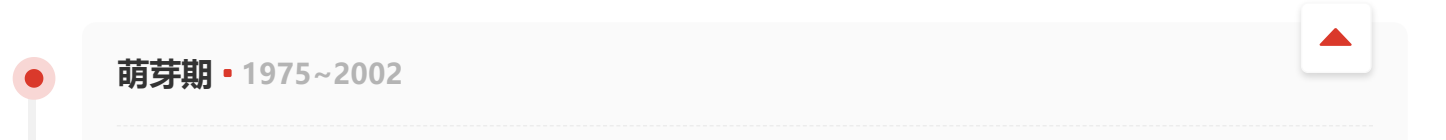
1：信息化观察网

2：中国连锁经营协会

3：[https://www.infoobs.c...](https://www.infoobs.com/)

## 零售数字化发展历程<sup>[5]</sup>

零售数字化的发展进程展现了近40余年来信息技术的进步，零售数字化也由最初的收款机时代进化至平台化、生态化的时代。**在线上零售业态的助推下，传统零售业态奋起革新，运用云计算、大数据、人工智能、区块链等数字化技术构筑新的竞争壁垒。**



1975年，中国第一台商用收款机在北京东风市场开始试用，展示了数字化技术在零售领域的广阔发展前景。此后，中国零售行业开始逐步普及收款机、扫描枪、条形码等数字化设备。2001年，物美超市将数字化技术运用于采购、物流、仓储环节。

这一时期，零售数字化初试锋芒，体现了信息技术在零售领域巨大的应用发展空间，各零售企业在探索中逐步推进数字化技术的运用，但**传统零售行业并未形成数字化转型的紧迫感，零售数字化发展速度仍有待提升。**

●

### 启动期 · 2003~2014

2003年，淘宝平台正式上线，开启了线上零售的新时代。此后，淘宝、京东等电商平台对传统零售行业带来巨大的冲击，**迫使传统零售企业纷纷布局线上零售等零售数字化领域**，实现全渠道运营。同时，互联网、移动互联网的快速发展加速了零售数字化的进程。

这一阶段，**线上零售业态的兴起对传统零售业态构成巨大的竞争压力**，数字化转型成为传统零售企业迫在眉睫的任务。商超、便利店、购百品牌纷纷通过全渠道运营等数字化转型手段抗衡线上零售的冲击，但仅凭借“全渠道、线上化”模式难以解决零售企业盈利下滑的问题。

●

### 高速发展期 · 2015~至今

2015年以来，云计算、大数据、人工智能、区块链等高新数字化技术经历了井喷式的发展，为零售数字化带来了全新的发展机遇。数智化、平台化、生态化逐渐成为零售数字化的主要发展方向，**零售企业数字化的重点也从“全渠道、线上化”模式进化为侧重全链条运营的“精运营”模式。**

数字化技术的全方位革新为零售数字化带来了新的纪元，人工智能与大数据加持的数智化模式可从企业产业链各环节大规模降本增效，**平台化、生态化模式可赋能零售企业产业价值链与生态圈的构筑**，使得零售企业与入驻商户实现资源共享、数据同步。

[5] 1: 中国连锁经营协会

|

## 零售数字化产业链分析<sup>[6]</sup>

零售数字化行业产业链上游为数字化技术供应商，**代表企业包括腾讯、阿里巴巴、华为、百度等**。产业链中游是零售数字化企业，**包括永辉超市、人人乐、茂业等传统零售企业，与微盟、用友、有赞等零售数字化服务企业**。产业链下游是各类零售商，**代表企业包括银泰百货、新街口百货等**。



零售数字化行业对上游数字化技术供应商有较高的依赖度，需数字化基础设施与服务的有效整合，方可发挥数字化解决方案的最大功效。随着零售数字化上游技术算力提升，人工智能、区块链、云计算等技术的持续革新将进一步促进零售数字化的迭代。零售数字化中游的传统零售企业具有连锁化、规模化的特点，其雄厚的技术研发投入使得企业内生数字化转型成为可能，未来这类传统零售企业将通过数字化技术输出，助力其他中小型零售企业（这类企业受技术限制，难以独立完成数字化部署）的数字化转型，从而进一步推动整个零售行业数字化、生态化、平台化的发展进程。<sup>[7]</sup>

上 产业链上游

[8]

生产制造端

数字化技术供应商

上游厂商

深圳市腾讯计算机系统有限公司 >

阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 >

北京百度网讯科技有限公司 >

查看全部 ▾

产业链上游说明

数字化技术是零售数字化产业链的重要上游环节，这类技术包括人工智能、区块链、云计算、大数据等。腾讯、阿里巴巴、华为等中国本土科技巨头是零售数字化软件的核心供应商，以公有云IaaS市场为例，腾讯、阿里巴巴、华为三家科技巨头共占据56.4%的市场份额。此外，上游数字化技术供应商具有较高的议价权，导致中游企业数字化技术采购成本居高不下，占比高达58%的企业在零售数字化领域的技术采购投入需3年以上才能收回成本。

中 产业链中游

品牌端

零售数字化企业

中游厂商

永辉超市股份有限公司 >

人人乐连锁商业集团股份有限公司 >

家家悦集团股份有限公司 >

查看全部 ▾

产业链中游说明



零售数字化产业链中游为各家参与企业，包括传统零售企业与零售数字化服务企业。**传统零售企业力求依托零售数字化实现内生增长，这类企业包括永辉超市、人人乐、家家悦等**，其中永辉超市在零售数字化领域的年投入规模已超过5,200万元。**零售数字化服务企业则以提供零售数字化解决方案为主要业务**，这类企业包括微盟、用友、有赞等。以有赞为例，其99%的营业收入来源于零售数字化相关解决方案，服务超过10万家各类零售商，ARPU已超过1.15万元。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

零售商

渠道端

浙江银泰百货有限公司 >

南京新街口百货商店股份有限公司 >

郑州丹尼斯百货有限公司 >

查看全部 ▾

产业链下游说明

商超与购百两大零售业态为零售数字化的发展提供了坚实的市场需求基础。现阶段，中国商超市场规模已达到人民币3万亿元，中国购百企业市场规模已突破人民币1.4万亿元。**无法独立进行数字化转型的零售商是零售数字化产业链下游的主要客户群体**，其中超过90%的零售商将提升销售额与利润率定为数字化的首要目标，62%的零售商将建立客户画像分析平台作为数字化的核心目标。

[6] 1: 中国连锁经营协会

[7] 1: 信息化观察网 2: 中国连锁经营协会 3: <https://www.infoobs.com> 4: <http://www.ccfa.org.cn>

[8] 1: 用友官网 2: 信息化观察网 3: <https://uretail.yonyou.com> 4: <https://www.infoobs.com>

零售数字化行业规模<sup>[9]</sup>

2018-2022年间，在大量市场需求的推动下中国零售数字化市场规模增长势头迅猛，由2018年的116亿元增长至2022年的366亿元，年化复合增长率高达33.28%。**未来，中国零售数字化行业市场规模有望维持高速增长**的态势，或将于2027年达到1,118亿元，同时将创造众多的投资机遇。





在电商平台与新冠疫情的冲击下，零售行业线下零售商产生了数字化转型的紧迫感，对零售数字化的需求骤然升温。2018-2022年间，线下零售商数字化市场规模由99亿元增长至331亿元，年化复合增长率高达35.22%。同时，线上零售商对数字化转型具有刚性需求，并且该需求呈现快速升级的态势。过去5年间，线上零售商数字化市场规模由2018年的17亿元增长至2022年的35亿元，年化复合增长率达到19.79%。线下零售商数字化市场规模增幅远高于线上零售商数字化增幅，意味着线下零售商对数字化转型的需求更为迫切。

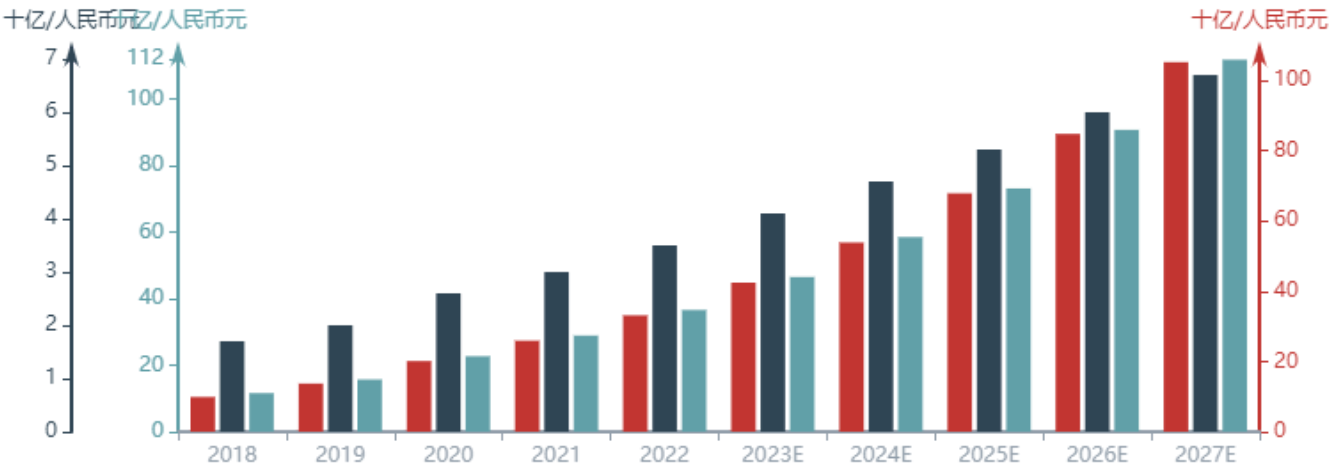
未来，线下零售商对数字化转型的需求将保持较高水平，线下零售商数字化市场规模将保持高速增长，预计到2027年将达到1,051亿元，2023-2027年化复合增长率有望达到25.5%。虽然线上零售商的数字化需求不如线下零售商强烈，但线上零售商数字化市场规模仍将保持高位增长，到2027年将达到67亿元，2023-2027年化复合增长率有望达到13.49%。

中国零售数字化市场规模，2018-2027E

有赞科技招股说明书，弗若斯特沙利文

下载原始数据

中国零售数字化市场规模，2018-2027E



中国零售数字化市场规模 = 线下零售商数字化市场规模 + 线上零售商数字化市场规模

[9] 1: 有赞科技招股说明书 2: 弗若斯特沙利文 3: <https://www.doc88.co...>

零售数字化政策梳理<sup>[10]</sup>

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动品牌连锁便利店加快发展的指导意见》	商务部等13部门	2020-01	

政策内容	该《指导意见》从加强规划政策引导、深化“放管服”改革、推动品牌化发展、创新智能化经营、提升连锁化水平等五方面，提出了18项政策措施，包括推动门店数字化改造、提高智慧化管理水平等。
政策解读	该政策积极推动城市公共零售业态，建设便民零售消费网络，优化零售行业便利店业态的市场环境，助力推动便利店业态朝着连锁化与智能化的方向发展。
政策性质	鼓励性政策

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于开展便利店品牌化连锁化三年行动的通知》	商务部办公厅	2020-08	7
政策内容	推动数字化改造，鼓励便利店应用物联网、大数据、云计算等现代信息技术，推广移动支付、可视化技术，提升门店智能化管理水平。鼓励便利店建立智慧供应链，以大数据驱动商品采购、库存管理、销售预测，对断货、过期商品等异常情况提前预警，推动全链高效协同，提高运营效率。			
政策解读	该政策核心目的为提升便利店品牌化与连锁化的进程，构建社区便利店网络，提高便民服务质量，激发社区居民消费潜力。			
政策性质	鼓励性政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	国务院办公厅	2020-09	9
政策内容	支持互联网平台企业向线下延伸拓展，加快传统线下业态数字化改造和转型升级，发展个性化定制、柔性化生产，推动线上线下消费高效融合、大中小企业协同联动、上下游全链条一体发展。引导实体企业更多开发数字化产品和服务，鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启“云逛街”等新模式。			
政策解读	该政策力求以零售新业态与新模式为发展方向，促进新型消费内容与质量的提升，从而持续激发零售领域的活力。再者，促进线上与线下渠道消费的进一步融合，推动各类新型消费业态的发展。			
政策性质	鼓励性政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	



	《关于完善重点零售企业联系制度	商务部办公厅	2021-01	8
政策内容	的通知》 各重点联系零售企业要顺应数字化、网络化、智能化发展趋势，加快创新转型，增强竞争力、创新力、影响力，切实发挥好示范引领带动作用，履行社会责任。			
政策解读	该政策鼓励中国零售行业通过发展新技术、新业态、与新模式，促进线上与线下渠道的进一步整合，加快推进中国零售行业数字化与智能化的升级与转型。			
政策性质	鼓励性政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《智慧商店建设技术指南（试行）》	商务部办公厅	2021-07	8
政策内容	《指南》的印发，旨在为实体零售企业建设智慧商店提供方法和路径，通过引导实体零售数字化、智能化改造和跨界融合，打造一批体验良好、服务精准、管理智能的智慧商店，更好地满足数字时代消费者新需求。			
政策解读	该《指南》通过详细说明智慧商店的定义与建设原则，对智慧商店这一零售数字化的新业态进行规范与指导，力求促进该业态健康发展与成长。			
政策性质	指导性政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知》	国务院	2022-01	9
政策内容	引导企业强化数字化思维，提升员工数字技能和数据管理能力，全面系统推动企业研发设计、生产加工、经营管理、销售服务等业务数字化转型。支持有条件的大型企业打造一体化数字平台，全面整合企业内部信息系统，强化全流程数据贯通，加快全价值链业务协同，形成数据驱动的智能决策能力。			
政策解读	该政策重点鼓励趁着数字化发展新机遇，积极拓展数字经济的潜在发展空间，推动中国市场各行各业数字经济的健康发展。			
政策性质	鼓励性政策			



[10] 1: 商务部

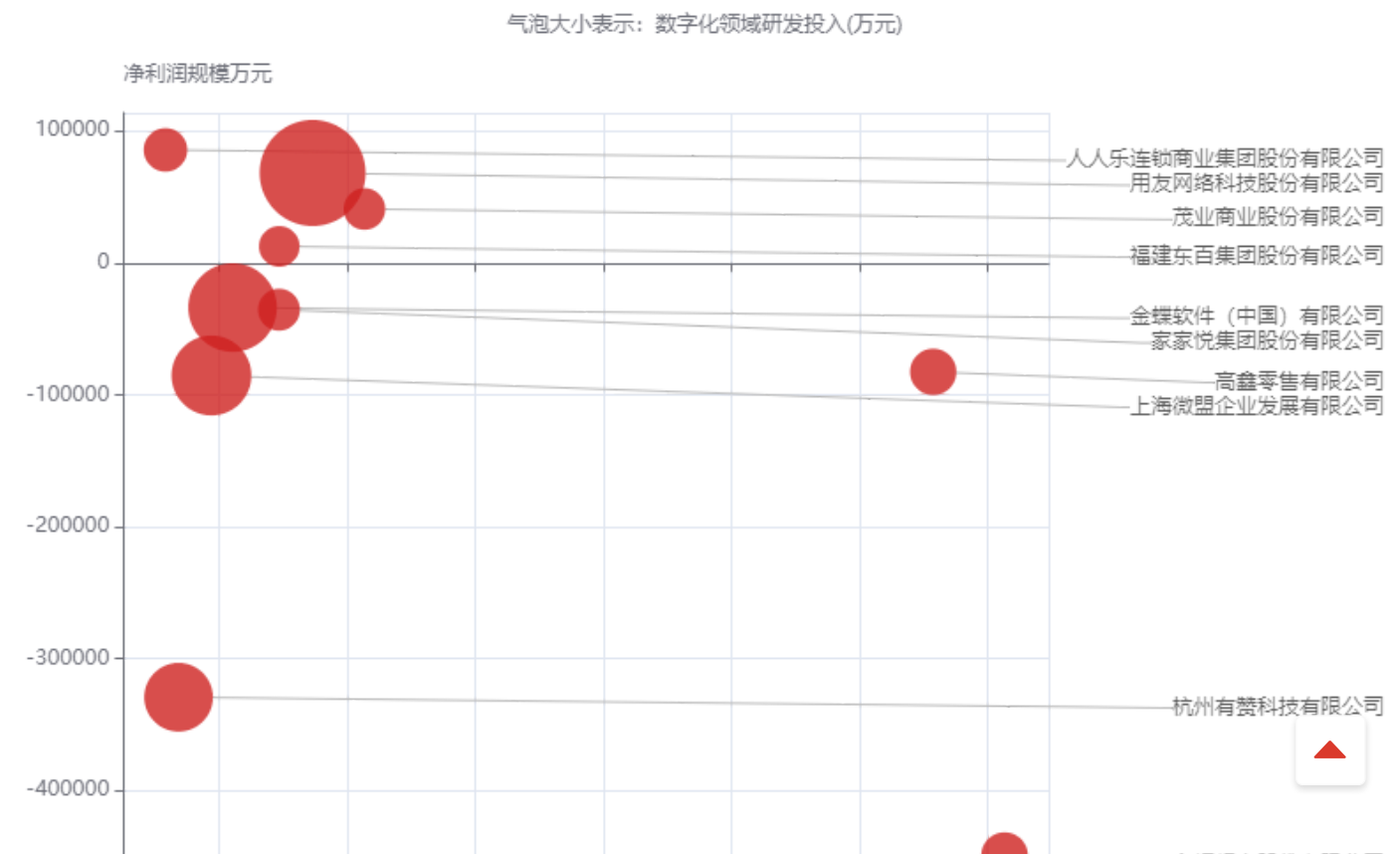
[11] 1: 中国政府网 2: 商务部官网 3: <http://www.gov.cn/xin...> 4: <http://www.mofcom.g...> 5: <http://www.gov.cn/zhe...> 6: <http://www.mofcom.g...> 7: <http://www.mofcom.g...> 8: <http://www.gov.cn/zhe...>

## 零售数字化竞争格局<sup>[12]</sup>

现阶段，中国零售数字化行业内竞争逐步升级，行业内企业可分为两大阵营：**微盟、用友、有赞、金蝶**等属于**零售数字化服务企业**，**永辉超市、人人乐、家家悦、高鑫零售、茂业商业、东百集团**等属于**传统零售企业**。

**零售数字化服务企业具有科技企业的共性，即注重技术研发，重点打造零售数字化集成解决方案。**微盟、用友、有赞、金蝶数字化领域研发投入均超过4亿元，其中用友数字化领域研发投入更是高达23.5亿元，巨额的研发投入是获取零售数字化领域技术优势的最佳渠道。**永辉超市、人人乐、家家悦等传统零售企业则具有用户与渠道优势，广大的用户群体、产业链合作企业均受益于传统零售企业的数字化部署。**例如永辉超市积极拓展数字化线上销售平台，线上年销售额已超过131亿元，占年营收比重达到14.42%。

未来，**通过数字化转型降本增效将成为传统零售企业增强盈利性的关键策略**，如永辉超市、家家悦、高鑫零售三家2021年处于亏损（亏损总金额分别为44.9亿元、3.5亿元、8.3亿元）的企业，有望通过数字化转型实现扭亏为盈。此外，**零售数字化行业内的竞争将呈现白热化态势，将有更多传统零售企业与科技企业布局零售数字化领域**，通过研发创新部署积累数字化技术优势将成为企业取得竞争优势的关键，到2025年，中国零售数字化行业有望发展成为市场规模超过730亿元的新兴市场。





横轴为企业的总资产规模，反映企业的整体规模；纵轴为净利润规模，体现企业的盈利能力；气泡大小为数字化领域研发投入，体现各企业在新业务、数字化转型等领域的布局力度。

上市公司速览

永辉超市股份有限公司 (601933)				人人乐连锁商业集团股份有限公司 (002336)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	487.3亿元	4.07	20.35	-	30.4亿元	-22.04	24.95

家家悦集团股份有限公司 (603708)				(02013)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	139.6亿元	5.76	23.24	-	-	-	-

微盟集团 (02013)				用友软件股份有限公司 (600588)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
56.3亿	9.0亿	-34.9600	66.44	-	12.8亿元	5.39	49.11


高鑫零售有限公司 (06808)				茂业商业股份有限公司 (600828)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
686.9亿	406.1亿	-2.2200	24.90	-	34.1亿元	-18.20	63.09

- [12] 1: 永辉超市年报, 人人乐...
- [13] 1: 永辉超市年报
- [14] 1: 永辉超市年报

零售数字化代表企业分析

1 用友网络科技股份有限公司【600588】 <sup>[15]</sup>			
公司信息			
企业状态	存续	注册资本	327082.9772万人民币

企业总部	市辖区	行业	软件和信息技术服务业
法人	王文京	统一社会信用代码	91110000600001760P
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1995-01-18
股票类型	A股	品牌名称	用友网络科技股份有限公司
经营范围	电子计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务、技术培训... <a href="#">查看更多</a>		

▪ 财务数据分析									
财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
销售现金流/营业收入	1.1	1.08	1.06	1.08	1.06	1.07	1.04	1.01	-
资产负债率(%)	53.4857	49.5778	44.4735	47.4427	51.9664	49.7273	52.7084	49.5744	54.261
营业总收入同比增长(%)	3.01	0.2648	1.761	14.8739	24.0607	21.4362	10.4649	0.1754	4.73
归属净利润同比增长(%)	44.336	0.4286	-41.164	-39.0287	97.111	57.3273	93.2578	-16.4319	-
应收账款周转天数(天)	111.3965	118.087	121.1469	110.1322	88.0755	67.4132	55.5067	48.057	47
流动比率	1.2414	1.4002	1.4039	1.3662	1.0512	1.135	1.1159	1.1035	0.923
每股经营现金流(元)	0.77	0.69	0.38	0.61	0.99	1.08	0.62	0.5	0.399
毛利率(%)	62.286	67.5214	67.853	68.6396	71.4289	69.951	65.4248	61.047	60.24
流动负债/总负债(%)	77.8622	80.8131	96.8946	94.6718	94.9519	97.0827	98.5743	94.6109	88.534
速动比率	1.2016	1.3163	1.2042	1.1681	0.8494	1.0111	1.0146	0.9672	0.874
摊薄总资产收益率(%)	8.4963	7.1015	3.477	2.1164	4.2768	5.5388	8.0668	6.097	4.127
营业总收入滚动环比增长(%)	140.1439	131.2468	189.0584	177.6328	183.1478	104.5769	106.3915	134.0096	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	839.7713	938.8657	331.4612	385.1318	384.5856	1611.5389	657.1204	2557.7358	-
加权净资产收益率(%)	18.5	15.74	6.76	3.52	6.71	10.27	18.35	14.86	-
基本每股收益(元)	0.57	0.47	0.23	0.14	0.27	0.32	0.48	0.31	

净利率(%)	13.0346	13.0207	7.7055	4.7751	8.8281	10.5171	15.5272	12.3335	7.6398
总资产周转率 (次)	0.6518	0.5454	0.4512	0.4432	0.4845	0.5266	0.5195	0.4943	0.521
归属净利润滚动 环比增长(%)	961.7217	1006.3838	417.8093	415.9938	430.7829	1599.5978	2177.9496	2537.3539	-
每股公积金(元)	0.4594	0.636	1.5378	1.6293	1.5155	1.1058	0.7037	0.3352	0.2727
存货周转天数 (天)	4.5805	5.6512	5.8357	6.5699	6.6005	4.1683	2.7302	24.1859	43
营业总收入(元)	43.63亿	43.74亿	44.51亿	51.13亿	63.44亿	77.03亿	85.10亿	85.25亿	89.32亿
每股未分配利润 (元)	1.3272	1.2626	0.9611	0.919	1.021	0.9312	0.9563	0.6901	0.679
稀释每股收益 (元)	0.57	0.47	0.23	0.14	0.27	0.32	0.48	0.3	0.22
归属净利润(元)	5.48亿	5.50亿	3.24亿	1.97亿	3.89亿	6.12亿	11.83亿	9.89亿	7.08亿
扣非每股收益 (元)	0.44	0.44	0.07	0.09	0.2	0.28	0.27	0.28	0.12
经营现金流/营 业收入	0.77	0.69	0.38	0.61	0.99	1.08	0.62	0.5	0.399

▪ 竞争优势

用友在数字化转型服务领域的云技术、云中台、自研引擎等项目，均取得多项突破，首创YKS、YMS云中间件技术，实现多数据中心、跨云技术突破。用友首创公有云快速专属、私有化部署技术，实现一套代码的工程化体系，有效支持大型企业敏捷迭代创新，此外用友BIP云中台已覆盖10大领域，构建超过2,300家企业服务应用模型，实现数据中台、智能一体化，提供超过50个智能模型，1,000多个分析应用场景。

2 上海微盟企业发展有限公司<sup>[16]</sup>

▪ 公司信息

企业状态	存续	注册资本	400000万人民币
企业总部	市辖区	行业	软件和信息技术服务业
法人	孙涛勇	统一社会信用代码	913101133123035962
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	2014-09-10
品牌名称	上海微盟企业发展有限公司		

经营范围

在信息科技专业领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；企业品牌策划与推广... 查看更多



竞争优势

作为一家数字化转型SaaS解决方案及全链路增长服务商，微盟面向电商零售、商超生鲜、餐饮、跨境、美业等行业提供数字化升级解决方案。微盟为企业数字化转型构筑的整套去中心化的商业基础设施，通过多端一体化产品服务矩阵，助力零售行业企业智慧经营。

3 永辉超市股份有限公司【601933】<sup>[17]</sup>

公司信息

企业状态	存续	注册资本	907503.6993万人民币
企业总部	福州市	行业	零售业
法人	张轩松	统一社会信用代码	91350000727900106T
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、上市)	成立时间	2001-04-13
股票类型	A股	品牌名称	永辉超市股份有限公司
经营范围	农副产品、水产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货、家用电器及电子... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
销售现金流/营业收入	1.11	1.12	1.19	1.19	1.18	1.19	1.17	-
资产负债率(%)	54.4024	58.2403	39.5138	34.638	37.9137	50.962	60.9298	





稀释每股收益 (元)	0.46	-	0.16	0.14	0.19	0.15	0.16	0.19
归属净利润(元)	7.21亿	8.52亿	6.05亿	12.42亿	18.17亿	14.80亿	15.64亿	17.94亿
扣非每股收益 (元)	0.4	0.22	0.17	0.13	0.19	0.09	0.11	0.06
经营现金流/营业收入	1.0873	0.6195	0.3782	0.2015	0.276	0.184	0.0435	0.645

▪ 竞争优势

作为国家级“流通”及“农业产业化”双龙头企业，永辉超市在供应链领域有广阔的资源，通过农超对接，保证其销售的产品拥有较高的新鲜度与亲民的价格。而作为最早布局零售数字化的传统零售企业，永辉超市坚持“以科技赋能供应链，以数字驱动增长”的理念，致力于发展成为一家科技零售平台。

- [15] 1: <https://www.yonghui.com> 2: <http://static.cninfo.com.cn> 3: 永辉超市官网 永辉超市...
- [16] 1: <https://group.weimob.com> 2: <http://static.cninfo.com.cn> 3: 微盟官网 微盟年报
- [17] 1: <https://uretail.yonyou.com> 2: <http://static.cninfo.com.cn> 3: 用友官网 用友年报

法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。



**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

