

2015年宁波市商贸流通业发展报告

2015年,面对复杂多变的内外部环境,宁波市商贸流通业紧紧围绕“创新驱动、转型发展”的战略部署,深化流通领域体制改革,增强商贸发展内生动力,实现了平稳发展。2015年,我市累计实现社会消费品零售总额3349.6亿元,同比增长12%,批零商品销售额17755.3亿元,同比增长10.5%,餐饮业营业额359.2亿元,同比增长19.0%。

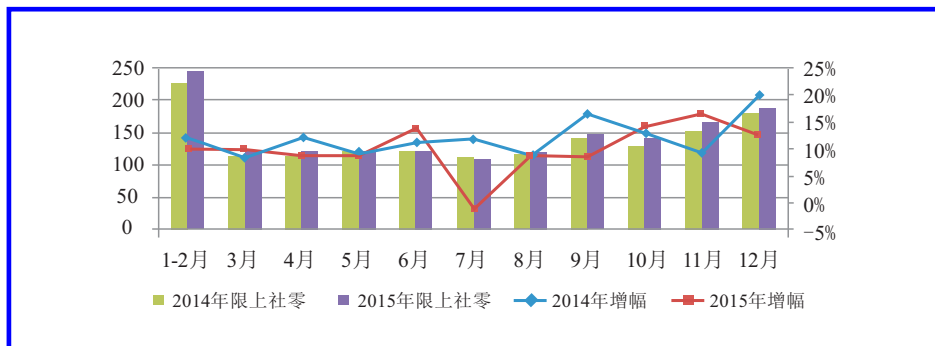
一、商贸流通业发展总体情况及特点

(一) 零售业

今年上半年零售市场平开稳走,年中有一次深度下跌,下半年企稳,年底攀升,总体健康平稳运行。全年完成限上社会消费品零售总额1695.0亿元,同比增长15.3%,排名全省第一。按行业分,限上批发业实现零售额216.6亿元,同比增长55.2%;限上零售业实现零售额1390.2亿元,同比增长11.7%;限上住宿业实现零售额22.7亿元,同比下降5.9%;限上餐饮业实现零售额65.5亿元,同比增长6.9%。按销售单位所在地分,城镇实现限上零售额1596.5亿元,同比增长14.9%;乡村实现限上零售额98.5亿元,同比增长21.7%。

图1 2014-2015年限上社零增长变化情况

亿元



尽管横向比较，我市限上社零涨幅全省排名第一，高出省平均 5.6 个百分点，领先优势相当明显，但从纵向分析，今年零售市场呈现出的特征较不乐观。

1. 从消费热点看，继汽车以后尚未形成新的热点商品。根据今年我市商品零售类值分析，汽车占 32.3%，生活必需品类占 24.7%，石油及制品类占 10.9%，其余商品比重均较小。汽车消费正在经历政策透支探底期、更新换代断档期和 4S 店过剩期三期叠加的阶段，近两年已成为消费增长的拖累点。尽管生活必需品类今年对零售的支撑作用明显，但随着生活水平的不断提高，生活必需品类在总支出中的占比不会有较大提升，必需品也不可能成为热点商品来激发新一轮消费扩张。而“油罐子”与其说它具有消费属性，不如说它具有工业属性，甚至政治属性更为确切，因此也不可能成为消费热点。目前尚未出现新的热点亮点苗头，但未来热点亮点必然将是跟智能制造与互联网相关联的，一旦形成，或许将会对居民生活产生颠覆性变革。

表 1 2015 年限上主要商品类值零售增长对比情况 (%)

指标名称	1-12 月		
	增幅	比重	拉动率
限上社零	15.3	100	15.3
一、生活必需品类	28.3	24.7	6.3
1. 粮油、食品类	16.5	8.3	1.4
2. 饮料类	9.7	1.3	0.1
3. 烟酒类	23.8	1.1	0.2
4. 服装、鞋帽、针纺织品类	39.3	14.0	4.5
二、金银珠宝类	15	1.6	0.2
三、家居装潢类	54.0	8.4	3.4
1. 家用电器和音像器材类	22.2	4.2	0.9
2. 家具类	90.9	1.7	0.9

指标名称	1-12月		
	增幅	比重	拉动率
3. 建筑及装潢材料类	119.3	2.6	1.6
四、石油及制品类	0	10.9	0
五、汽车类	3.1	32.3	1.1
六、通讯器材类	38.7	1.0	0.3

2. 从业态经营看，新兴业态发展短期内难以抵消传统业态收缩的影响。2015年，我市五大传统业态一涨四跌。监测的19家百货商场共实现零售额83.8亿元，同比下降4.0%，有12家出现负增长，其中“利时百货”停业整顿，下阶段经营定位“城市奥特莱斯”。9家大卖场共实现零售额42.6亿元，同比下降3.0%，其中有5家出现负增长。7家连锁超市共实现零售额75.3亿元，同比增长3.7%，其中有1家出现负增长。4家连锁便利店共实现零售额1.4亿元，同比下降8.4%，4家全部负增长。275家专业店实现零售额641.9亿元，同比下降2.3%，其中有165家出现负增长。传统业态经营形势严峻，销售规模不断缩小。尽管网络零售迅猛发展，但短期内仍难以抵消传统业态收缩的影响。同时网络零售业态更应注重本地企业对周边、全国乃至境外的辐射力和影响力，以防止消费外流，导致出现消费逆差。

3. 从消费价格看，物价低位增长影响名义涨幅提升。今年我市市区居民消费价格总指数累计同比增长1.8%，其中商品零售价格总指数累计仅增长0.4%，物价对名义社零的拉动作用在减弱。从单月看，12月份市区居民消费价格同比上涨2.9%，涨幅较上月扩大0.5个百分点，为近两年来新高，这对12月份的零售总额有一定的提振作用，尤其是食品、烟酒、衣着类价格较大幅度的上涨使得12月份生活必需品类零售额的涨幅进一步提高。但从全年看，物价仍处低位运行。

（二）批发业

2015年我市累计实现限上批零业商品销售额12815.2亿元，同比增长

7.9%，涨幅排名全省第三，比上月前进两位。按行业分，限上批发业实现销售额 11390.7 亿元，同比增长 7.9%，限上零售业实现销售额 1424.5 亿元，同比增长 8.1%。限上商品销售额中，批发额所占比重达到 88.3%，因此 2015 年大宗商品价格走低严重拉低我市商品销售额的增长，致使在销量增加的基础上销售额增速也难以延续往年的高速增长态势。

（三）餐饮业

2015 年我市累计实现限上餐饮业营业额 60.9 亿元，同比增长 7.5%，涨幅排名全省第五，比上月前进一位。按内容分，实现客房收入 4.4 亿元，同比增长 4.5%，餐费收入 54.7 亿元，同比增长 7.8%，商品销售额 0.68 亿元，同比增长 22.2%，其他收入 1.1 亿元，同比下降 0.9%。餐饮市场总体形势较不乐观。

二、问题与挑战

改革开放 37 年来，我市经济由“快经济”向“慢经济”转型，而消费品市场经过十余年的迅猛发展，也由“快消费”向“慢消费”转型，消费市场逐步进入平稳增长的新阶段。宏观经济对消费市场起着主导性的作用，经济下行压力依然严峻，使得消费市场也面临诸多挑战。根据消费形势调查结果反馈，“经济形势欠佳”成为本年度影响消费市场的最主要因素。

表 2 2015 年度影响企业经营的首要因素

业态	影响因素 (被选为首要因素的比例)	影响因素 (被选为首要因素的比例)
百货(综合体)	经济形势欠佳(54.5%)	电子商务影响(18.2%)
超市	经济形势欠佳(45.5%)	电子商务影响(27.3%)
家电卖场	经济形势欠佳(55.6%)	劳动力成本上升(22.2%)
汽车经销	劳动力成本上升(46.2%)	经济形势欠佳(23.1%)
家居建材市场	经济形势欠佳(50%)	行业竞争激烈(33.3%)
住宿餐饮	经济形势欠佳(50%)	劳动力成本上升(27.8%)

数据来源：宁波市 2015 年度消费形势调查

从市场本身来看，需求不旺、供给过剩与供需结构性失衡并存。

（一）需求侧分析

缺人花。经济转型导致流动人口回流，消费群体规模缩小。近几年来，流动人口的快速增长对我市消费品市场的扩张起到积极的推动作用，据初步估算，2007-2012年期间，我市流动人口对社会消费品零售总额的贡献度均超过11%。然而，随着经济转型升级的逐步深入，产业转移、机器换人的脚步进一步加快，2015年我市流动人口比2012年（流动人口达到峰值）减少56.2万人，而由此减少的社会消费品零售总额估计近40亿元。

缺钱花。城镇居民人均可支配收入增幅回落，居民消费愈加理性。今年前三季度，我市城镇居民人均可支配收入同比增长8.8%，农村居民人均可支配收入同比增长9.4%，增幅均创10年来新低。居民消费意愿明显下降，收入不确定因素的增加，致使居民消费更加谨慎，储蓄和投资意愿增强。同时，随着80后90后开始主导消费潮流，未来将会是圈层消费、小众消费，他们的消费观念也正在趋于理性，不会为了一句广告词去购买一个商品，也不会被店员忽悠几句就下单购买，他们会上网查找商品信息，在淘宝上看信用和用户评价。根据年度消费形势调查结果反馈，主要行业（业态）平均客单价有不同程度下降，详见下表。

表3 2015年度分业态企业平均客单价同比情况

业态 涨幅	百货（综合体）	超市	家电卖场	汽车经销	建材市场	住宿餐饮
↓20%以上	18.2%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	17.6%
↓10-20%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	17.6%
↓5-10%	0.0%	27.3%	25.0%	46.2%	0.0%	17.6%
↓0-5%	18.2%	9.1%	12.5%	7.7%	0.0%	17.6%
持平	18.2%	18.2%	37.5%	38.5%	80.0%	17.6%
↑0-5%	27.3%	18.2%	12.5%	0.0%	0.0%	11.8%

业态	百货（综合体）	超市	家电卖场	汽车经销	建材市场	住宿餐
↑5-10%	0.0%	18.2%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%
↑10-20%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
↑20%以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%

数据来源：宁波市 2015 年度消费形势调查

不愿花。“白天赚钱、晚上数钱”，是长期以来宁波人留给外人的深刻印象。宁波人消费相对理性，消费欲望不强，收入中用于储蓄和投资的比重较多，其消费意愿不强主要体现在消费率和消费倾向两个方面。首先，2014 年最终消费率宁波（41.2%）低于全国（51.4%）和浙江（48.2%），居民最终消费率宁波（31.8%）也明显低于全国（37.9%）和浙江（36.8%）。其次，2015 年前三季度城镇居民平均消费倾向宁波（58.6%）低于全国（66.5%）和浙江（63.3%）。

外地花。传统长假里，与我市百货、超市等生意冷清形成鲜明对比的是，我市居民在海外疯狂扫货，连马桶盖也要赴日本购买。而平日里，居民出境购物、海淘频率也日渐增多。这部分消费有两大特点：其一它是高端商品甚至奢侈品；其二本地供给无法得到满足，有的可能是因为本地价格太高，也有的是因为本地市场没有此类商品供给。这一现象也从另一侧面反应出宁波消费者对国产商品缺乏信任，其中不排除盲目崇洋的因素，但部分国产商品的质量也确有待改进。

此外，自 2012 年底“八项政策”执行以来，我市政府消费锐减，对消费市场产生了巨大影响。

（二）供给侧分析

试衣危机。随着电子商务的不断发展，居民消费习惯发生重大改变，部分实体店正在逐步演变为“试衣间”、“展示厅”。按商品类别分，服装类、日用品类、小家电类、建材类、灯饰类受网购影响较大；按消费年龄分，少男少女品类商品受网购影响较大；按消费者收入分，中低端消费者进入实体店

次数及消费频率明显减少。

过剩危机。传统百货业危机四伏，寻求突破，一手触电商，一手变更业态，往综合体转型。然而，宁波综合体已然过剩，相当一部分日子也不好过。截至去年底，宁波全大市已建成的3万平方以上的城市商业综合体21个，在建或待建的有48个。作为一个常住人口仅有781.1万的二三线城市来说，市场已经难以同时消化这么多的综合体。同时，现有综合体同质化竞争严重，部分尚未找到属于自己的核心竞争力，体验创新较少，而消费者的容忍性较低，一旦体验感差，往往就不会再选择这样的消费模式。

盈利危机。截至11月底，我市共3222家限上批零企业中，有1308家出现亏损，亏损面达40.6%，亏损面比去年同期扩大0.3个点，利润总额106.4亿元，同比下降0.8%。399家限上住餐企业中，有236家出现亏损，亏损面达59.1%，亏损面比去年同期扩大1.2个点，亏损总额达5.4亿元。同时，根据年度消费形势调查情况反馈，传统零售业态经营情况较为严峻，尤其是百货、超市、家电卖场、汽车经销，净利润同比降幅较大，详见下表。

表4 2015年度分业态企业净利润同比情况

业态 涨幅	百货（综合体）	超市	家电卖场	汽车经销	建材市场
↓20%以上	45.5%	9.1%	12.5%	7.7%	0.0%
↓10-20%	0.0%	9.1%	37.5%	15.4%	0.0%
↓5-10%	0.0%	27.3%	12.5%	30.8%	16.7%
↓0-5%	18.2%	9.1%	0.0%	15.4%	0.0%
持平	9.1%	27.3%	25.0%	15.4%	16.7%
↑0-5%	18.2%	18.2%	0.0%	0.0%	50.0%
↑5-10%	0.0%	0.0%	12.5%	7.7%	16.7%
↑10-20%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
↑20%以上	9.1%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%

数据来源：宁波市2015年度消费形势调查

停业危机。实体零售业面临电商冲击、经济增速放缓、海外代购、品类杀手门店的分离，销售增长明显放缓，盈利能力面临巨大压力。近一年，我市的余姚万达百货、慈溪国贸、江北万达百货、隍庙商城、百联东方商厦、宁波联合联华超市、城农工商超市、新华都购物中心、江北乐购等商场超市相继关闭，宁波凤祥银楼、老庙黄金珠宝也相继停业，传统零售业正在经历一次洗牌。

三、机遇与亮点

尽管形势严峻、困难重重，但仍有不少机遇，2016 年宁波消费市场呈现“三大需求亮点”和“三大供给创新”，同时，政府主动出击，努力改变居民消费习惯。

（一）三大需求亮点

第一，二胎经济。2016 年起，全面放开二胎政策，二胎对消费市场有直接的推动作用。短期看，食品、玩具、母婴医疗、教育培训等相关商品需求将迅速扩大；中期看，将促进住房需求，对房地产业有一定的提振作用，上游将扩大水泥、钢铁等基建需求，下游将扩大建筑装潢、家具家电等商品需求。

第二，房产经济。根据市统计局数据，2015 年，全市销售商品房 1007 万 m²，比历年最高年度销售量还多出 192 万 m²，比 2014 年增长 38.7%。根据市房地产交易中心数据显示，2015 年仅宁波市六区交付楼盘达 84 个。而 2016 年也将有大量楼盘交付。这将极大地刺激装修市场，扩大建筑装潢类和家具家电类商品需求。

第三，婚宴经济。2016 年是婚宴大年，对住宿、餐饮市场将是一大利好。

（二）三大供给创新

第一，拥抱趋势。尽管网购对传统零售企业带来巨大冲击，但大部分企业都能认清形势，拥抱趋势，发展线上线下业务。华润万家跨境体验区 ewj zone 将选择性的落户宁波，深入社区的大卖场，发力跨境购业务，打通线上线下资源，为顾客提供“家门口自贸区”服务。大润发的“线上飞牛网线下大润发”

带动了消费。不少零售企业开通支付宝、微信支付业务，为消费者提供便利。住餐企业积极与大众、美团、携程、驴妈妈等网络运营商合作，拓宽营销渠道。

表 5 2015 年度传统零售业开展线上业务企业占比

业态	开展线上业务的企业占比
百货（综合体）	54.5%
超市	45.5%
家电卖场	33.3%
汽车经销	41.7%
建材市场	16.7%
住宿餐饮	68.4%

数据来源：宁波市 2015 年度消费形势调查

第二，创造体验。企业用心创造客户体验。不少综合体、购物中心努力打造“一站式家庭体验购物中心”，集购物、美食、娱乐、休闲、亲子等丰富业态，在方便消费的同时加强了用户体验。

第三，衔接大众。住餐企业以品牌为依托，以质量为中心，发展大众消费；与旅游、休闲娱乐相结合，打造文化消费；推出营养、健康食品，倡导养生饮食。同时，大型餐饮店逐步实施阳光厨房，邀请公众主动参与食品加工监督，让消费者看得清楚、吃得放心。

四、政策措施

（一）月光经济

自 2014 年 9 月底起，宁波着力打造“月光经济”，目标打造以主城区为全市月光经济发展龙头，形成以三江口商圈（天一广场、和义大道、城隍庙、月湖盛园、鼓楼、老外滩、宁波书城等）为核心，以甬江、姚江、奉化江和地铁 1 号线为轴线，以各县（市）区特色街区为节点的“一核四轴多节点”的宁波市月光经济发展空间格局。随着月光经济的进一步推进，居民夜间消费需求将被逐渐激活，消费习惯将被逐步改变，消费欲望将有所增强。

（二）政府组合拳

针对当前消费发展新形势新常态，商务部门将着力在“有地花”、“愿意花”、“放心花”上做好文章，提高供给质量和效率，激发需求活力。

着力优化供给结构，让百姓“有地花”。一是保障基本消费。完善市场应急供应控制体系，强化市与县（市）区两级联动机制。完善农村流通网络，提升万村千乡市场工程，畅通工业品下乡、农产品进城渠道。二是促进品质消费。着力提高供给体系质量和效率，支持零售企业提高自营商品和定制化商品比例。鼓励大型实体店由商品销售为主转向商品+服务并重。三是引导高端消费。探索启动国际消费中心城市建设，争取免税商店试点。启动进口商品采购中心建设，推进高端消费。

着力抓好消费促进，让百姓“愿意花”。一方面进一步推进月光经济。加快提升核心区，打造“一核四轴多节点”的发展格局。协调商贸流通企业支持“三江夜游”工程建设，促进核心区品质提升。强化载体建设，创建 1 家省级、2 家市级特色商业示范街区，培育 5 个市级特色夜市街区，培育打造 10 个月光经济重点活动及夜市街区品牌活动。另一方面，做好节庆消费经济。办好中国食博会、宁波购物节、年货展销会和宁波美食节等大型商贸节庆展会，开展 2016 年“全国消费促进月”宁波站活动、浙江金秋购物节活动，指导各地因地制宜举办消费促进活动。

着力优化消费环境，让百姓“放心花”。完善肉菜流通追溯体系建设，加强单用途商业预付卡管理，规范零售商供应商交易行为，进一步完善法治化营商环境。

同时，积极开拓创新，努力发展“+互联网”业务，推进线上线下的融合发展。立足线下基础，加快电子商务发展。积极抓好线下体验店、连锁店的发展，推进“O2O”模式的快速发展，保持传统商贸业态的发展活力。鼓励餐饮企业发展“餐饮+互联网”业务，加大网络推销力度。