KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

Contact Details
Andrew Zhong
T +86 10 82015388 8603
zhongjiaqi@CTRCHINA.CN

Press Release

2015 年 7 月 28 日
即时发布

快速消费品市场二季度稍抬头 ；联盟并购成固位主战略

(2015 年 7 月 28 日，中国上海) –国家统计局发布的最新中国宏观经济数据显示，二季度 GDP 增长为 7.0%, 低于 2014 年二季度的增速。 这表明中国经济增速下行的压力仍较大。全球领先的消费者购买和使用洞察市场研究机构凯度消费者指数(Kantar Worldpanel) 最新数据显示：二季度中国城市快速消费品市场增长 5.2%，表现强于一季度，稍现上扬趋势。

报告指出，现代零售渠道的增长略快于快速消费品市场整体的增长，达到 5.3%。下线城市仍然对现代零售渠道的增长做出了主要的贡献， 该渠道在下线城市达到 6.0%的增幅，而上线城市的增速仅为 4.1%。

国际零售商继续在竞争中处于劣势

国际零售商面临上线城市增长受阻，下线城市增长停滞的困境，市场份额在二季度下降至 13.4%。为寻求突破，主要零售商自 2015 年年初开始进行大刀阔斧的改革。例如家乐福开始更多地在下线城市开设新的门店，试水电商渠道， 并开始推出较小规模的门店。

与 2014 年第二季市场表现相比，尽管高鑫零售集团市场份额下降 0.2 个百分点至 6.9%，但依然保持领先地位。高鑫零售集团在北区的表现尤其突出，市场份额在近几年不断增加。

华润万家集团(含 Tesco 乐购)自年初起，市场份额有所恢复，二季度的市场份额稳固在 6.6%。凯度消费者指数的监测显示，华润万家集团的市场份额在南区、西区和北区都有所增长。但在东区仍有恢复增长的空间

现代通路中主要零售商占有率 – 中国城市

	截至 2014/06/13 的 52 周	截至 2015/06/12 的 52 周	2014 年 第二季度	2015 年 第二季度
高鑫零售集团	7.0	7.1	7.1	6.9
大润发	5.7	5.9	5.8	5.8
欧尚	1.2	1.4	1.3	1.2
华润万家集团 (包含 Tesco 乐购)	6.8	6.5	6.6	6.6
Tesco 乐购	1.4	1.1	1.3	1.0
沃尔玛集团	5.3	4.9	5.1	4.7
家乐福	3.8	3.5	3.7	3.4
百联集团	3.3	3.0	3.4	2.8
永辉集团	1.9	2.2	2.0	2.2
物美集团	1.6	1.7	1.7	1.7
武商联集团	1.7	1.6	1.6	1.5

© 2015 央视市场研究 数据来源：凯度消费者指数，中国城市

ISO 9001

本土零售商通过并购联合增强实力

快速消费品市场增速的放缓，加之电商渠道的冲击，使得实体零售商之间的竞争环境越来越激烈。本土零售商意识到竞合战略的重要性，纷纷采取联盟或者并购的方式来进一步增强实力。

凯度消费者指数的最新数据显示，永辉集团二季度市场份额在全国达到 2.2%，在重点城市已达到 4.4%，同比增长了 1.5 个百分点。为进一步加强扩大其市场份额，永辉在 4 月宣布收购联华超市（市场份额占 2.5%）的部分股份，成功地开始布局原来较为薄弱的华东市场。在华中地区，永辉去年起增持中百股份，从而达到进一部巩固在该区域的地位。

在西区占有 1.5%市场份额的红旗连锁收购互惠超市已进入收官阶段。届时，红旗连锁将接管互惠 388 家门店。此外，红旗连锁还收购了成都黄果兰网络科技有限公司，持有 100%股权。借此促进公司整合线上线下资源，嫁接到线上 O2O 服务平台。

在南区，步步高集团二季度市场份额为 2.9%，与去年相比减少 0.2 个百分点。尽管其在南区市场份额有所下降，不过步步高通过收购广西的零售集团南城扩大了其在西区的市场份额。通过并购，步步高成为该区的挑战者，拥有 1.2%的市场份额。

迫于市场竞争的压力和对于规模和市场影响力的追求，处于碎片化的中国零售市场将迎来并购整合的热潮。

<结束>

编者注:

1. *Kantar Wordpanel 中国能够连续监测包括化妆品,食品/饮料和清洁产品等100 多个家户购买的品类. 其城市样组覆盖 20 个省份和4 个直辖市 (北京, 天津, 上海和重庆)*
2. *国际零售商是指基于中国大陆、台湾、澳门和香港以外的地区*

关于 Kantar Worldpanel – 高清灵感™

CTR 是 Kantar Worldpanel 在中国的服务.

我们是世界领先的连续消费者样组. 我们的全球资讯团队为您提供定制的解决方案以及专业的分析,为您带来在宏观和细节上无与伦比的清晰洞察. 我们帮助我们的客户了解消费者, 他们使用什么,以及消费行为背后的态度.

我们运用最先进的数据收集技术, 并且监测人与环境的最佳匹配. 我们专业于量化的数据 – 这些数据已经在本地及跨国快消品品牌,自有品牌生产商,生鲜食品供应商,零售商,市场分析以及政府组织中成为硬流通. 我们不仅限于杂货零售; 我们的固定样组还在娱乐,通讯,汽油,服装,个人护理用品,美容,婴儿和食品上具有多元化覆盖.

我们的数据使我们与众不同. 我们提供分析,洞察,预测以及建议,让您以全新视角进行理解并为您的业务激发成功..

我们在帮助企业塑造战略和管理决策方面拥有超过 40 年的经验; 我们了解购物者和零售商的动态; 我们探索产品,品类,区域以及贸易环境的增长机会.
我们目前在 50 多个国家都拥有合作伙伴关系– 我们在其中大部分领域都是领导者 – 这意味着我们可以在本地,区域以及全球范围提供激发灵感的洞察. Kantar Worldpanel 的前身为 TNS Worldpanel.
更多信息, 请访问 www.kantarworldpanel.com

关于 CTR

CTR 是中国领先的市场调查公司, 是中国国际总公司和 Kantar 集团合资的股份制企业, 世界最大的洞察,信息和市场调查网络之一. 作为中国的首要供应商, 我们整合我们的本地专业知识与前沿技术研究和创新思维, 以满足客户对于全方位监测媒介智讯的需求. 我们分析消费者对于各类媒体营销活动的反应; 提供消费产品和市场的深度剖面, 以及零售服务管理策略. 更多信息,请访问 www.ctrchina.cn

ISO 9001