

議程

- 《十大熱點》簡介及參與組織介紹
- 2025 年中國商業十大熱點
- 對投資者的啟示
- 答問環節



有關十大熱點

- 為進一步瞭解中國市場的龐大潛力,中國商業聯合會專家工作委員會及香港科技大學利豐供應鏈研究院(前稱「馮氏集團利豐研究中心」連續二十二年攜手合作,發布年度《中國商業十大熱點展望》報告
- 《十大熱點》系列每年綜述中國內地最新的商業發展情況,為中國經濟狀況的變化提供指引
- 《2025年中國商業十大熱點展望》匯集逾160位頂級專家的意見,並 經由專家小組多重投票和深入探討所得

參與組織背景

香港科技大學利豐供應鏈研究院

香港科技大學利豐供應鏈研究院(研究院)致力於鼓勵行業創造新知識,把其推廣至全球,並轉化成實際應用,以應對未來供應鏈所需。研究院由國際研究學府香港科技大學和供應鏈行業領袖利豐共同建立,專注於研究合作、交流、專業發展和高管教育,以推動區內以至環球的行業發展,並協助香港發展成為跨國供應鏈管理中心。

中國商業聯合會

中國商業聯合會成立於1994年,為國務院主管的半官方機構。會員約8萬家,涵蓋零售、流通、服務和旅遊業的企業、地方商會、國家專業協會、仲介組織和個體企業。中國商業聯合會專家委員會是中國商業聯合會的一個分支機構,由來自政府各部門、研究機構和大學、龍頭企業、專業協會、諮詢機構和報社的160多名專家組成,當中包括商務部、中國社會科學院、中國連鎖經營協會和人民大學等。委員會為行業專家提供交流平台,以推動商業機構和流通行業的發展。

2025 年中國商業十大熱點













三中全會精神引領 統一大市場加快建 設,新質生產力帶 動流通體系效率躍 升 62 擴大消費位置更加 突出 ,消費市場穩 定向好增長 「服務消費升級」 趨勢明顯,增長空 間廣闊潛力巨大 04 縣域商業持續擴容 升級凸顯消費活力 商業企業渠道下沉 開闢增長藍海

餐飲市場更注重質價比,綠色營養健康消費理念增強



線上線下應需而變零售業回歸商業本質



97 生鮮品質消費需求 持續旺盛,農產品 市場帶動消費有效 增長



製字消費打開內需增長新空間,數字 文化消費引領生活 方式新變化



商貿物流著力推進 降本增效,高質量 發展引領行業實踐



10 零售業出海大勢所 趨,合規與本地化 是成功關鍵



三中全會精神引領統一大市場加快建設, 新質生產力帶動流通體系效率躍升

- 二十屆三中全會為構建全國統一大市場指明方向
- 流通領域制度規則統一助力統一大市場建設
- 新質生產力帶動流通體系轉型升級並提升效率



擴大消費位置更加突出,消費市場穩定向 好增長

- 2024年3月,國務院出台《推動大規模設備更新和 消費品以舊換新行動方案》
- 7月,中央部門發佈《關於加力支持大規模設備更新和消費品以舊換新的若干措施》,包括發行3,000億元超長期特別國債,支持「以舊換新」
- 2024年前10個月零售總額平穩增長



「服務消費升級」趨勢明顯,增長空間廣 闊潛力巨大

- 中國服務消費增速快於商品消費增速,2024年1至 10月的服務零售額同比增長6.5%,比同期商品零售 額增速高出3.3個百分點
- 城市化推動服務消費發展
- 「Z世代」與「銀髮一族」或為服務消費主力
- 數字化技術成為推動服務型消費發展的重要力量



縣域商業持續擴容升級凸顯消費活力,商 業企業渠道下沉開闢增長藍海

- · 縣域經濟增長強勁:年 GDP 超過 1000 億元的縣域數量從 2013 年的 9 個攀升至 2023 年的 59 個
- 縣域商業加速擴容提質,消費者對品牌和產品質量的需求持續上揚
- 縣域市場消費模式向多元化與創新化轉變:商業區、 娛樂場所、智慧家電、新式茶飲和時尚快消等業態 受到歡迎
- 政策支持、基礎設施建設助力縣域商業發展

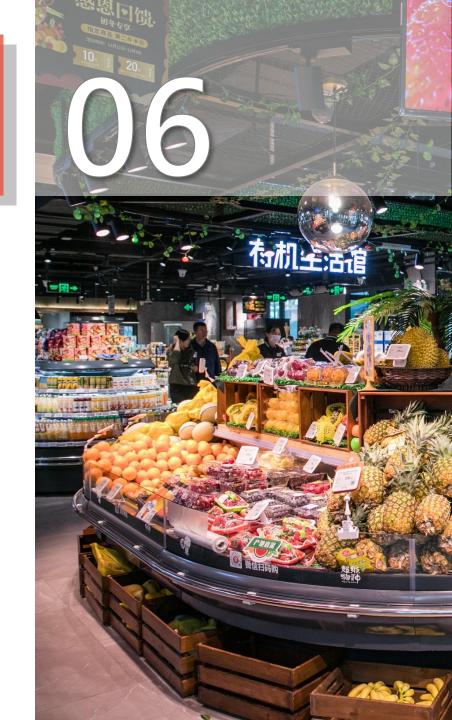


餐飲市場更注重質價比,綠色營養健康消費理念增強 費理念增強

- 客單價下滑與成本高企給餐飲業帶來挑戰
- 行業進一步追求標準化、數字化
- 綠色餐飲健康消費理念深入人心
- 新業態(如夜經濟、節慶消費)引領餐飲消費

線上線下應需而變,零售業回歸商業本質

- · 線上零售占消費品零售總額約1/3,已成消費增長關 鍵驅動力
- 電子商務平台綜合多種元素,創新零售模式
- 線下零售更加強調以消費者為中心



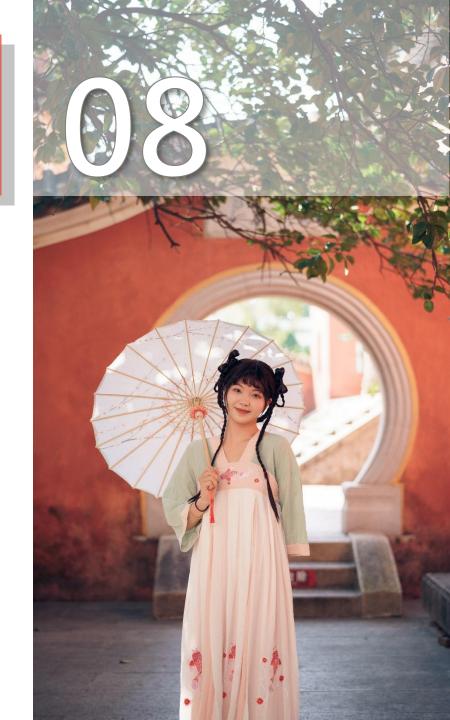
生鮮品質消費需求持續旺盛,農產品市場帶動消費有效增長

- 生鮮產品需求旺盛,自2016年起生鮮零售年復合增長 率保持在7%左右
- 農產品流通渠道是生鮮消費市場的重要一環
- 農產品零售市場正變得多樣化和個性化:傳統的菜市場到現代化的生鮮超市,從單一的農產品銷售到集購物、餐飲、休閒於一體的綜合消費體驗
- 這一變化對農產品行業的各個環節都提出了挑戰



數字消費打開內需增長新空間,數字文化 消費引領生活方式新變化

- 中國網絡購物用戶規模已經超過9億人,90後和00 後等年輕一代已成為數位消費的主力軍
- 隨著生活方式的變遷,數字消費場景持續拓展
- 國貨「潮品」、文娛旅遊、數位主播等數字文化消費引領生活方式新變化



商貿物流著力推進降本増效,高質量發展引 領行業實踐

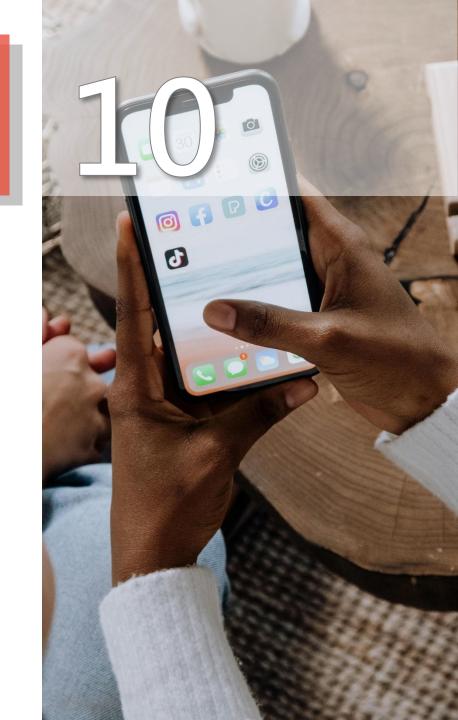
- 激烈的競爭導致物流服務收費不斷下調,嚴重擠壓物流行業的利潤率
- 物流業通過採用數位技術、優化業務模式、推動產業合作等方法,全面改進供應鏈,推動降本增效
- 利用「平急兩用」物流設施滿足緊急需求





零售業出海大勢所趨,合規與本地化是成功關鍵 功關鍵

- 中國零售企業瞄準新興市場尋求增長
- 合規與本土化是海外成功的關鍵
- 內外貿融合,優化供應鏈,提升競爭力





對企業的影響與啟示



國內消費政策強力支撐

- 擴大內需成為經濟增長核心驅動力
- 構建「全國統一大市場」
- 「以舊換新」政策釋放市場需求
- 一方面,企業應紮根當地市場, 深度洞察消費者需求;另一方面, 積極利用政府激勵政策搶佔先機。



服務消費蓬勃興起

- 市場需求變化
- 創新服務消費模式
- 企業應緊跟中國消費者日新月異的偏好變化,大膽創新服務內容, 巧妙融入數位化與體驗式元素, 提升客戶黏性。



數字化轉型繼續推進

- 數字技術在農村地區成為推動變革的重要力量
- 數字化賦能創新購物場景,互動式體驗受到青睞
- · 企業應通過數字化轉型,提升運 營效率和客戶參與度。

對企業的影響與啟示



激烈競爭中轉型突圍

- 消費品行業競爭白熱化
- 傳統線下商超增加線上銷售與配送 服務的投入力度
- 企業必須強化成本控制,提升運營 效率。另一方面,勇於探索創新商 業模式,如推出訂閱服務、構建會 員忠誠度計劃等,持續提升產品價 值,培育穩固的品牌忠誠度。與此 同時,敏銳捕捉市場趨勢,確保企 業時刻保持靈活應變能力,快速回 應市場需求。



零售出海成為趨勢

- 地緣政治緊張,國內競爭激烈,中 國零售企業轉向海外市場
- 東南亞、中東、拉丁美洲等新興市場成為出海的熱門目的地
- 合規、本地化、供應鏈韌性是關鍵
- 企業在海外佈局前,務必開展全方 位、深層次的市場調研。此外,構 建靈活可靠的供應鏈體系,攜手當 地企業締結戰略合作夥伴關係,能 為「出海」之路保駕護航。

對企業的影響與啟示



縣域商業已然崛起

- 年GDP 超千億元的縣數快速成長
- 縣域消費群體的迅速壯大,釋放市場潛能
- 農村消費者對高品質產品與優質服務的渴望與日俱增
- 政府的政策扶持與基礎設施的持續 改善吸引企業投入縣域經濟
- 企業可與地方政府、經銷商緊密合作,確保建立高效率的物流與配送 網絡



環境意識變革消費理念

- 消費者對高品質、可追溯、無污染產品的需求快速增長
- 該趨勢在農業領域尤為突出
- 企業可以透過在供應鏈環節做到資訊 透明,減少塑膠使用,優化能源消耗 和精細化的廢物管理贏得消費者的青 睞。



報告下載

