

亚洲国家零售报告系列

韩国零售

最新资讯及未来趋势剖析

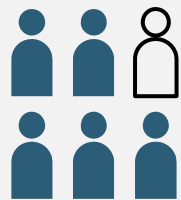


2018年3月

亚洲分销与零售

 FUNG BUSINESS INTELLIGENCE

## 主要 经济指标



**5100万\***  
人口



**15,390亿美元\***  
国内生产总值



**2%\***  
消费者价格指数



**2800亿美元\*\***  
零售总额  
**同比增长6.1%**

**同比增长3.2%\***  
实际国内生产总值增长



**37,755美元\***  
国内人均生产总值



**588亿美元\*\***  
互联网销售额  
**同比增长21%**



资料来源: \*为经济学人智库2017年预测数据, \*\*为欧睿信息咨询公司2017年预测数据; 由冯氏集团利丰研究中心编译。

# 国内主要零售商

## 乐天 1st

### 乐天百货

2016年销售额: 295,260亿韩元 (245亿美元)\*

2016年门店数量: 9,965

#### 主要业务和品牌:

百货公司: 乐天百货、Avenuel、青春广场、乐天奥特莱斯、乐天高级奥特莱斯、乐天工厂奥特莱斯、eLotte高端网上商城、eCUBE 专卖店

折扣店: 乐天玛特、VIC超市、乐天玛特网上购物商城

超级市场: 乐天Super超市、乐天My Super小型卖场、乐天999生鲜卖场、e-Super 网上购物商城、乐天高级食品超市

便利店: 7-11、Buy The Way

家电专门店: Himart

健康美容店: LOHB's

家居用品店: 乐天家居商城、乐天i-Mall

网上商城: Lotte.com

### 乐天免税店

2016年销售额: 59,800亿韩元 (50亿美元)\*

2016年门店数量: 8

#### 主要业务和品牌:

免税店: 乐天免税店

\*1美元=1,205.83 韩元; 根据彭博于2016年12月30日美元兑韩币即期汇率。

资料来源: 企业年度报告及财务业绩; 由冯氏集团利丰研究中心编译



图片来源: 冯氏集团利丰研究中心

# 主要国内零售商

## 新世界 2<sup>nd</sup>



### 新世界集团

**2016年销售额:** 29,474亿韩元  
(24亿美元)\*

**2016年门店数量:** 17

**主要业务和品牌:**

百货公司:

新世界、新世界东大邱CTC、大田新世界

免税店: 新世界免税店

时装店: 新世界国际

### 易买得公司

**2016年销售额:** 147,913 亿韩元(123 亿美元)\*

**2016年门店数量:** 2,152

**主要业务和品牌:**

折扣店: 易买得

超级市场: EMart Everyday

便利店: With Me (2017年更名为EMart 24)

### 现代百货公司

**2016年销售额:** 18,318 亿韩元(15亿美元)\*

**2016年门店数量:** 26

**主要业务和品牌:**

百货公司: 现代百货、U-Plex、现代城市奥特莱斯、现代高级奥特莱斯

### 现代家庭购物网络公司

**2016年销售额:** 9,694.3 亿韩元(8亿美元)\*

**主要业务和品牌:**

电视购物: 现代家庭购物

网上购物: Hmall

## 现代百货 3<sup>rd</sup>



\*1美元=1,205.83 韩元; 根据彭博于2016年12月30日美元兑韩币即期汇率。

资料来源: 企业年度报告及财务业绩; 由冯氏集团利丰研究中心编译

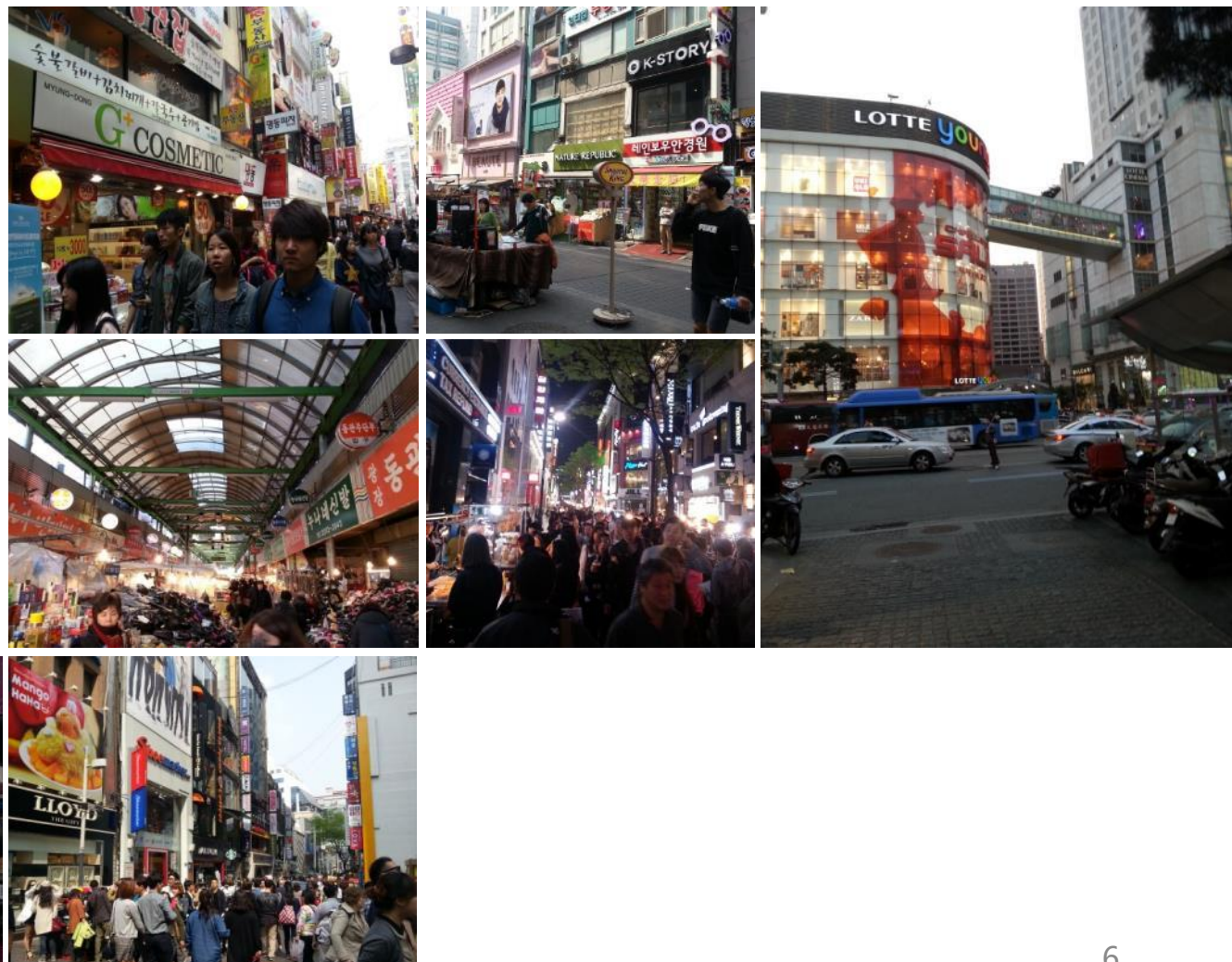
# 各领域主要零售商

领域	主要零售商
互联网零售	易贝、 Forward Ventures、 Alphabet Inc.、 Ticketmonster 、 乐天集团
服装鞋类	阿迪达斯韩国有限公司、 可隆集团、 三星物产时尚集团、 Fri韩国有限公司、 耐克运动韩国有限公司
美容及个人护理	爱茉莉太平洋集团、 LG生活健康有限公司、 宝洁公司、 欧莱雅集团、 雅诗兰黛集团
消费类电子产品	三星电子有限公司、 LG电子公司、 苹果公司， 小米公司、 索尼电子韩国公司
餐饮	CJ Foodville 公司、 Nolboo 有限公司、 Bonif 有限公司、 E-Land Park有限公司、 Bloomin ' Brands公司

# 主要零售区域

## 首尔

- 江南
- 明洞
- 东大门
- 南大门
- 弘大



# 主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

## 政治及经济前景不稳对零售商造成不利影响

2017年，韩国零售业因“萨德”风波而受到严重影响。中国坚决反对韩国在其领土内部署由美国运作的萨德反导弹系统，并实行经济制裁。在中国就萨德系统布署作出强烈抗议期间，韩国的旅游、美妆和娱乐产业均陷入困境。许多在华经营或依赖中国游客的韩国企业也受到重创。

为了缓解2017年3月以来中国对韩国的非官方经济制裁，韩国政府于2017年11月对外提出“三不”承诺，化解“萨德”风波。

\* “三不”承诺：韩国政府不加入美国反导体系的现有立场不变；韩美日安全合作不会发展成为三方军事同盟；韩国政府未考虑追加部署“萨德”系统。

# 主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

## 预计2018年零售行业销售额增长强劲，零售商将加快发展步伐

随着中国逐步取消对韩国旅游的禁令，韩国的美妆、服装和免税商品有望在2018年恢复增长。为了迎接大量涌入的中国消费者，韩国的主要零售商已着手准备，努力满足中国顾客的多样化需求。

例如，新世界免税店宣布推出微信会员服务，为微信注册的新世界免税店会员提供各种购物信息和折扣优惠。

# 主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

## 无人收银、自助结账等技术受零售商青睐

从2018年开始，每小时最低工资上调16.8%至6.6美元。工资的急剧上涨促使本土零售商转向无人运作，例如安装智能货架（使用智能机器摄像头和其他传感器来跟踪哪些产品被拿走），并在店内采用自助结账技术。

目前韩国主要的无人便利店运营商有两家，分别是新世界百货经营的4家Emart24便利店和乐天集团在乐天世界塔开设的7-11 Signature便利店。进入Emart24便利店，顾客需要使用他们的信用卡进行身份识别；而对于7-11 Signature便利店，顾客需要将个人静脉信息与乐天会员卡进行绑定，以使用手刷支付。

# 主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

## 零售商采用数字化策略来吸引顾客

越来越多本土零售商利用数字化技术为顾客提供更好的购物体验。一个典型的案例是乐天百货，它在首尔芦原店的食物卖场中推出“智能购物”服务。这项服务取代了实体购物车，顾客只要拿着店内提供的手持式条形码扫描器，扫描产品的条形码，就能将其放进“电子购物车”；然后拿着条形码扫描器进行结算。成功付款后，顾客就可以享受当天送货上门的服务。

另一家大型零售商现代百货也推出了快速搜索服务“智能搜索”。通过该服务，顾客可以快速在现代百货的网上商城中找到他们想要的产品。智能搜索服务还可以分析顾客上传的产品照片中的设计、颜色和图案等元素，推荐类似的产品，节省高达50%的搜索时间。

# 主要趋势

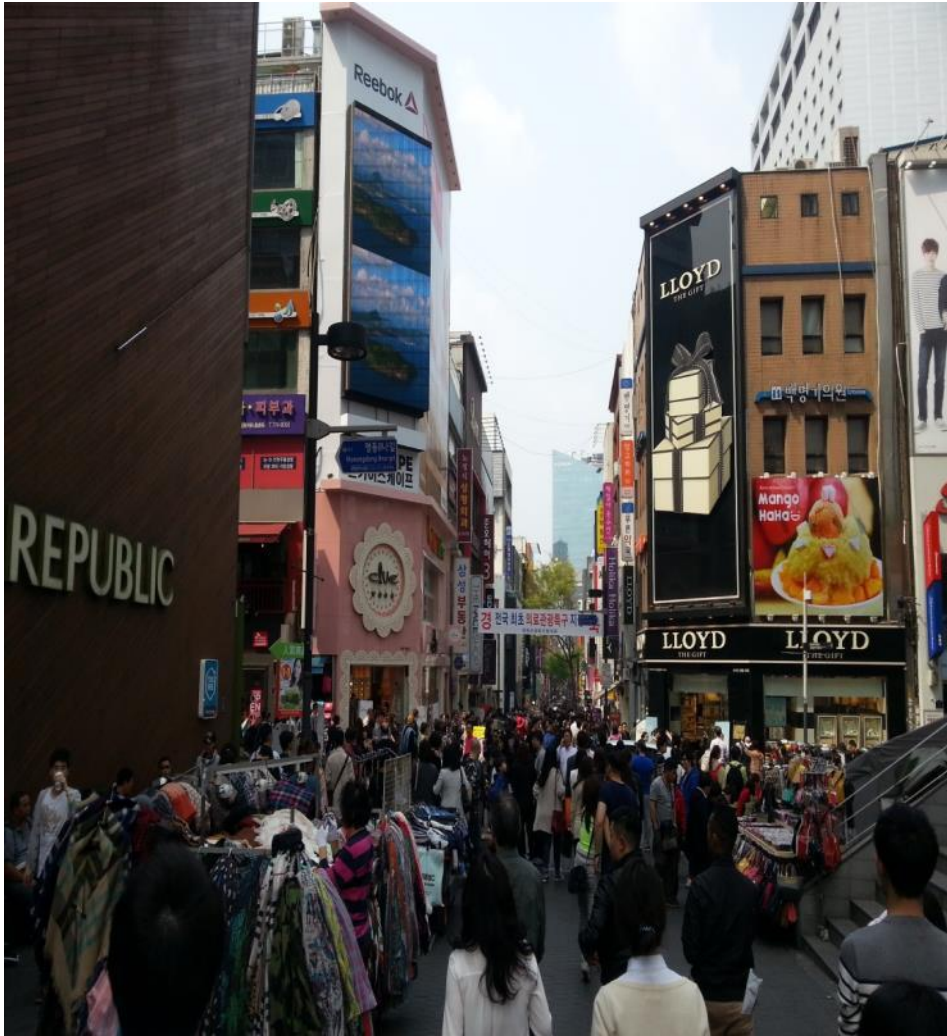


图片来源：冯氏集团利丰研究中心

## 智能手机的普及率和使用率高，推动了移动电商的增长

据韩国国家统计局的数据显示，2016年韩国移动电商销售额达3.487万亿韩元（约30.8亿美元），而韩国B2C电商销售额达6.188万亿韩元（约54.7亿美元），移动电商销售额占B2C电商销售的56%。自从2014年起，韩国移动电商销售额在B2C电商市场中的份额一直在上升，究其原因，是由于韩国智能手机的普及率和使用率很高。据市场研究机构eMarketer预测，2017年韩国智能手机用户将占总人口的72.2%。到了2018年，韩国成年人每天将在智能手机上花费约2小时，占每天娱乐时间的28.6%。

# 主要趋势



图片来源：冯氏集团利丰研究中心

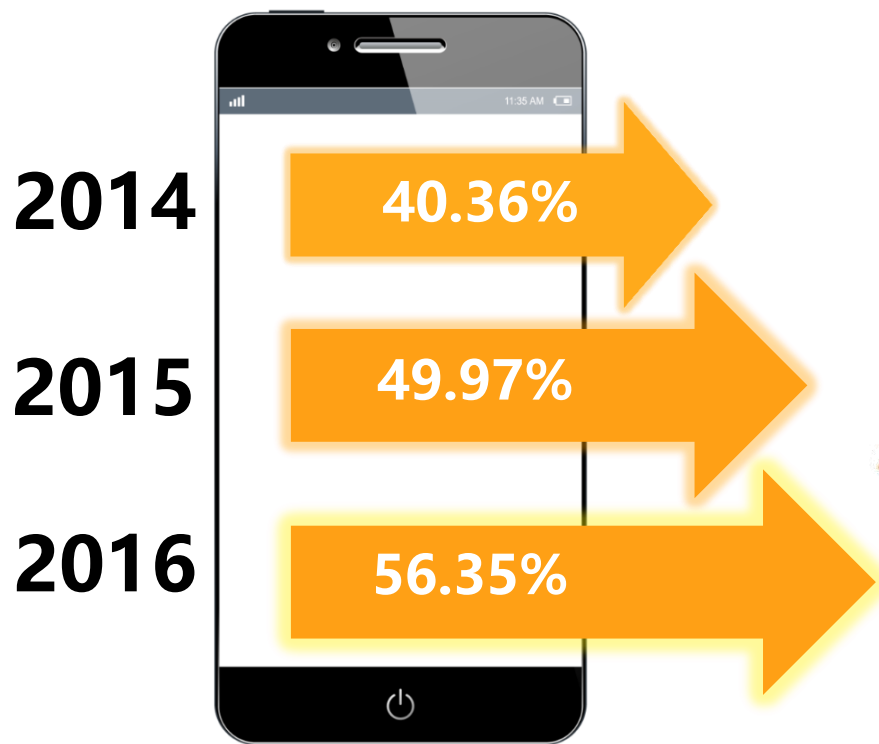
## 移动支付日益普及

随着韩国移动电子商务快速增长，一些龙头企业开始推出移动支付服务，使消费者网络购物更加容易和便捷，当中包括三星的 Samsung Pay、新世界百货的SSG Pay、乐天的L.Pay和社交软件公司KakaoTalk的KaKao Pay。

你可知道  
？

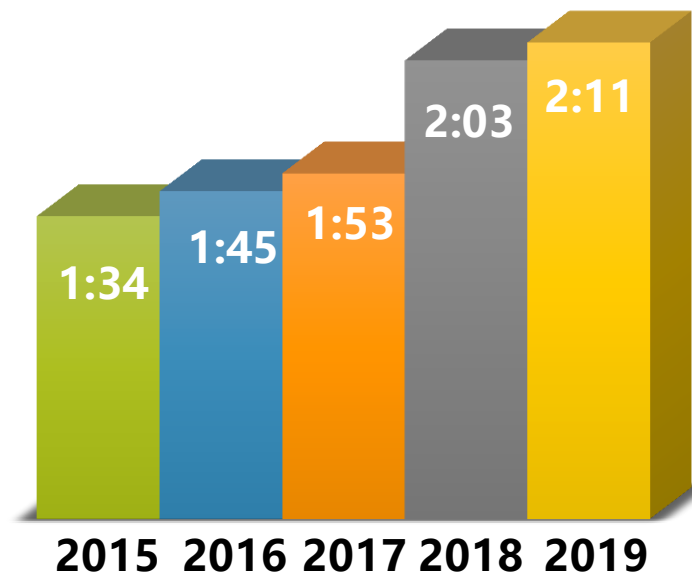
# 移动电商的增长情况

2014年至2016年韩国移动电商销售额占B2C电商销售总额的百分比



资料来源：韩国国家统计局，由冯氏集团利丰研究中心编译。

2015年至2019年韩国成年人每天使用手机的平均时间（小时：分钟），其中2018年和2019年为预估数据。



资料来源：eMarketer，由冯氏集团利丰研究中心编译。

# 联系

## 亚洲分销与零售

林诗慧

副总裁

联系电话: (852) 2300 2466

电子邮箱: [teresalam@fung1937.com](mailto:teresalam@fung1937.com)

陈善仪

高级研究主任

电子邮箱: [tracychansy@fung1937.com](mailto:tracychansy@fung1937.com)



冯氏集团利丰研究中心

香港九龙长沙湾道888号利丰大厦10楼

电话 : (852) 2300 2470

传真 : (852) 2635 1598

电邮 : [fbicgroup@fung1937.com](mailto:fbicgroup@fung1937.com)

网站 : <https://www.fbicgroup.com>



版权 2018 冯氏集团利丰研究中心版权所有。冯氏集团利丰研究中心致力于提供准确而可靠的资料，但并不保证本出版物的内容绝对无误。倘其中有任何错误之处，本中心恕不负责。

本出版物也并非旨在涵盖所有内容。对文中的信息是否准确或完整本中心不作任何明示或暗示的承诺或保证。冯氏集团利丰研究中心不会对任何个人或单位因阅读了本出版物采取某项行动或未采取某项行动的后果承担任何责任。如欲征求具体建议或希望获取文中所提及事宜的更多信息，请与您在冯氏集团利丰研究中心的联络人或文中所示的联络人联络。