



信和研究院
CREDIT HARMONY RESEARCH

新零售 新金融 新生态

——信和研究院2018年新零售系列报告

2018年8月



目录

Contents

01

新零售发展现状

02

新零售与金融的融合

03

总结与建议

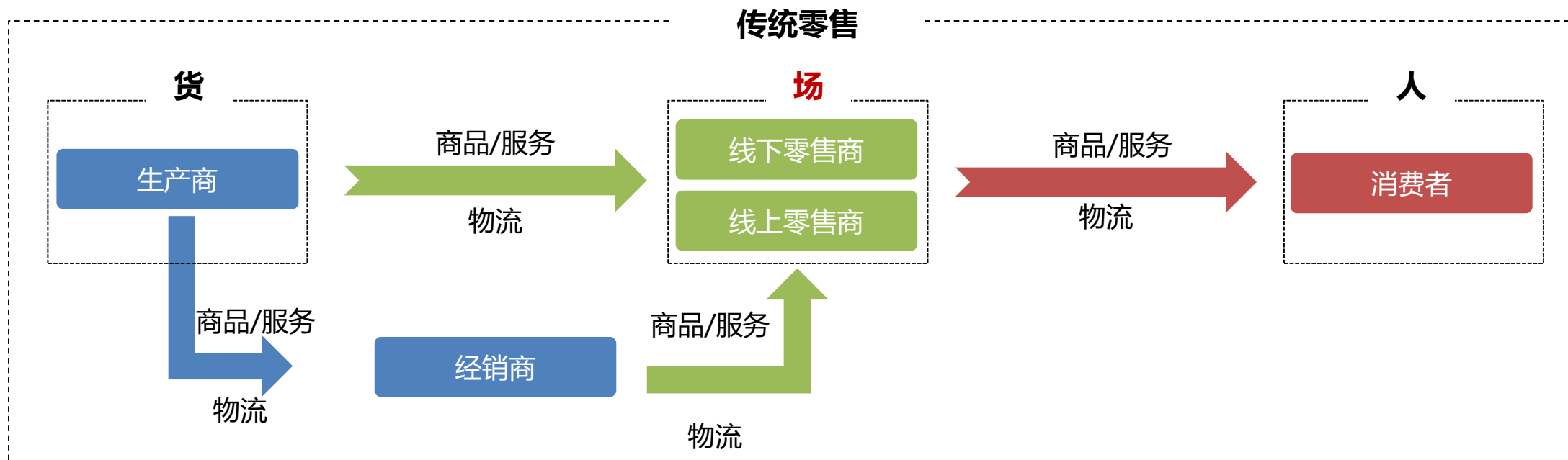
- 零售业：生产导向逐渐转向消费驱动，业态不断丰富

以生产为核心导向的传统零售业，线下百货商场、超级市场与电子商务、移动购物蓬勃发展；以消费驱动为导向的零售业正面临变革。



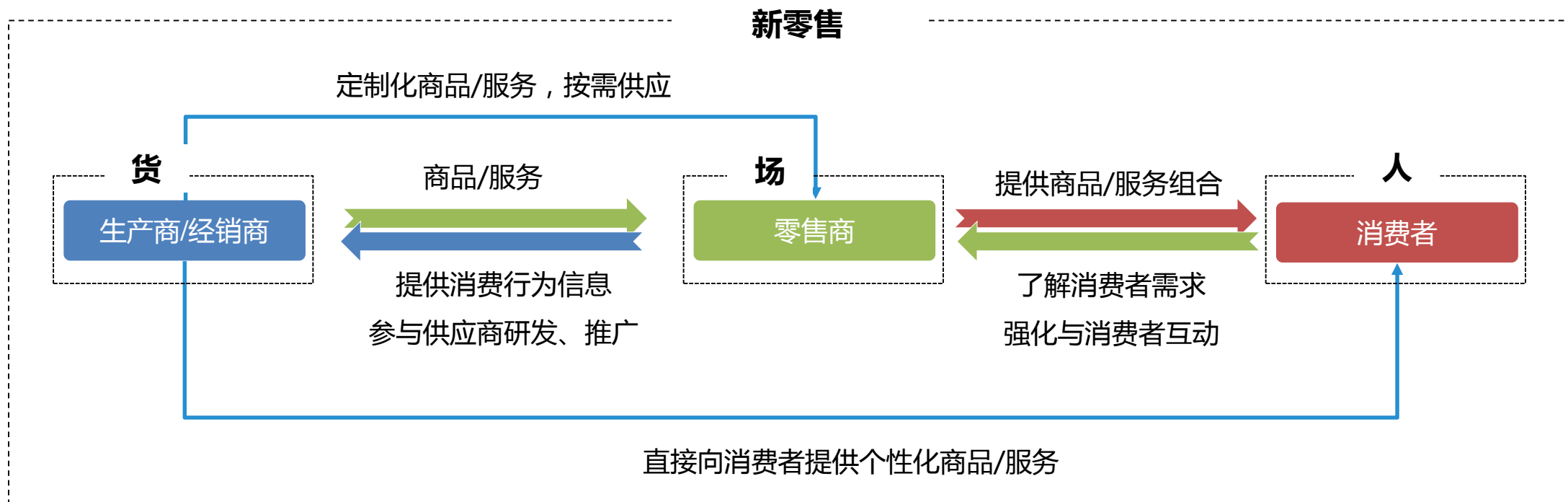
- **传统零售：零售仅作为商品/服务的交换场所，连接供需双方**

传统零售的本质是商品交换媒介，即向上游生产商或经销商采购商品/服务，向下游消费者销售商品/服务。尽管部分零售商完成触网，利用互联网购销商品，但并未改变传统零售的本质特征。



- 新零售：基于技术升级，打通线上与线下渠道，重构“人、货、场”而形成的零售模式

新零售情境下，“人”成为零售活动的核心要素，生产商与零售商的经营活动均围绕“人”展开。零售商则成为零售活动的服务者，渠道功能有所弱化。1）对消费者，零售商通过了解消费者需求，强化与消费者互动，为消费者提供多样化商品与服务；2）对供应商，通过自身消费数据积累，为其提供消费者行为数据与营销、研发活动。



- 新零售：技术与消费双轮驱动，新零售应运而生

大数据、人工智能、智能终端等现代技术应用与升级为新零售提供助力；消费升级对商品与服务提供更高要求，牵引零售升级。



消费能力提高：

经济水平提升与居民收入提高，新兴消费与服务不断涌现

2017年中国人均GDP达8,812美元；

人均可支配收入25,974元（城镇36,396元，农村13,432元）

消费理念转变：

18-35岁新生代及中产、富裕阶层构成消费主体；

注重服务品质、生活质量以及心理满足；

个性化、多样化、情感化需求兴起。



- 新零售：引领流通革命，触发全产业链变革

新零售重构流通体系，触发全产业链变革，在提升商品和服务流通效率、降低流通成本的同时，促进消费转型升级。



- 新零售：传统零售商不断布局，各种新业态、新探索也不断涌现

以永辉（超级物种）、大润发（大润发优鲜）等传统零售商快速切入到新零售领域；而生鲜超市类、无人零售类等新业态不断涌现，极大的丰富了新零售内涵。

传统零售



新零售

生鲜超市



无人零售



其他探索



• 盒马鲜生：阿里巴巴的新零售样本

盒马鲜生融合零售、餐饮、配送等功能于一体，基于大数据技术与强大的物流配送能力，为消费者提供全新消费体验。



市场定位：

产品：海鲜、生鲜、冻品等

客户：年龄在25岁到35岁互联网用户人群

客群分布：周边3公里

核心优势：

数据资源、直采供应商、
自建仓储与物流

业务体系：

线上电商、线下门店（零售、
餐饮、体验）

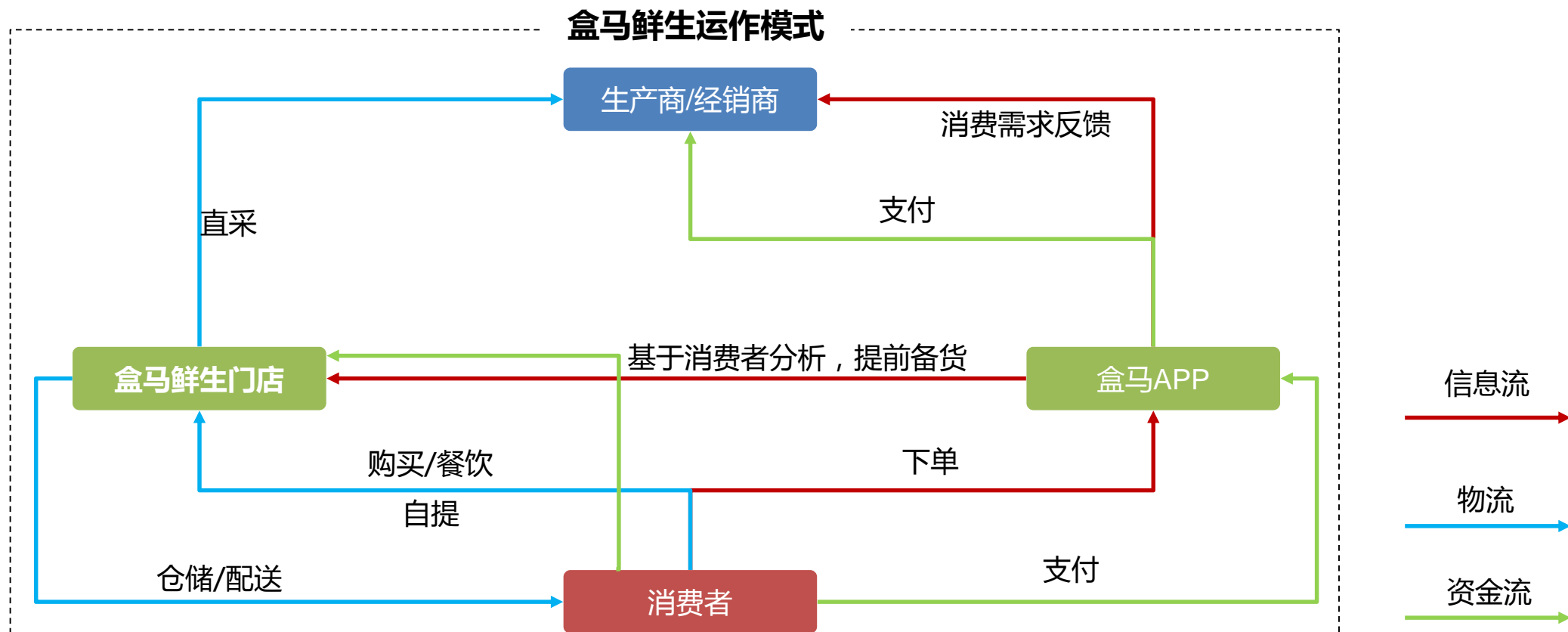
盈利模式：

销售溢价



- 盒马鲜生：基于实体门店与线上平台，实现线上、线下业务一体化**

盒马鲜生是以线下体验门店为基础，并将之作为线上平台盒马APP的仓储及配送中心，通过体验门店建立消费者认知与美誉度，再把消费者引流到线上消费，成为粘性用户，来满足周边3公里范围内消费者对生鲜食品采购、餐饮以及生活休闲的需求。



- **盒马鲜生：由零售场所向零售服务与组织转变**

传统生鲜电商仅作为生产商与消费者的渠道媒介；而盒马鲜生通过线上与线下数据资源的深度挖掘以及强大的物流能力，不断影响供应商的生成以及消费者的消费体验。

A.线上与线下数据无缝对接，通过消费数据

影响后端供应链生产；

B.线上线下同价，且3公里内30分钟送达，门

店即可作为零售场所，也成为仓储场所；

C.提供餐饮服务区，提升消费者体验与粘性；

D.定位明确，针对性满足消费者需求。

盒马鲜生

传统生鲜
电商

A.线下门店运营成本高，前期投资巨大；

B.获客与运营方式单一，用户粘性较低；

C.物流配送时效性低，用户复购率有限。



目录

Contents

01

新零售发展现状

02

新零售与金融的融合

03

总结与建议

- **金融服务需求：商品/服务与资金流动的不匹配衍生出供应链金融与消费金融需求**

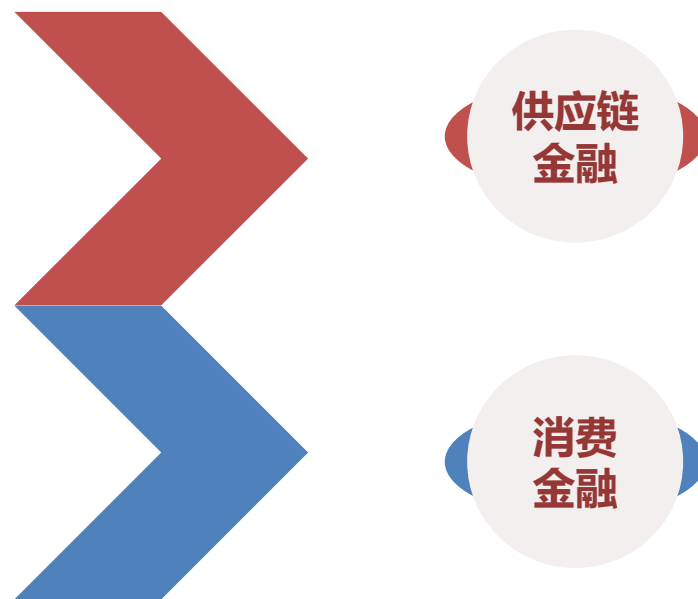
新零售以“人”为核心，通过对传统流通渠道的变革，加速了商品/服务、资金的流通，商品/服务与资金流动的不匹配衍生出多样化的资金需求，供应链金融与消费金融则为弥补新零售中资金不匹配提供解决措施。

零售商→生产商/经销商：

生产商/经销商在向零售商供货时，商品和服务流与资金流的不平衡，衍生出资金需求。

零售商→消费者：

消费者在消费时，由于延期支付以及现金短缺，产生资金需求。



- **金融服务模式：零售商成立金融平台或与金融机构合作，为上下游提供供应链金融与消费金融服务**

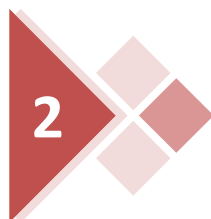
一方面，零售商成立金融服务平台，向上游延伸和下游拓展，为上游供应商与下游客户提供金融服务；
另一方面，零售商加强与金融机构合作，由金融机构介入零售产业链，为上下游提供金融服务。

零售商向供应商提供金融服务



1. 零售商成立金融平台，基于自身供应商提供**供应链金融**服务。
2. 零售商成立金融平台，向外部供应商提供**供应链金融**服务。

零售商向消费者提供金融服务



1. 线上电商成立金融平台向消费者提供**消费金融**服务。
2. 线下零售成立金融平台向消费者提供**消费金融**服务。

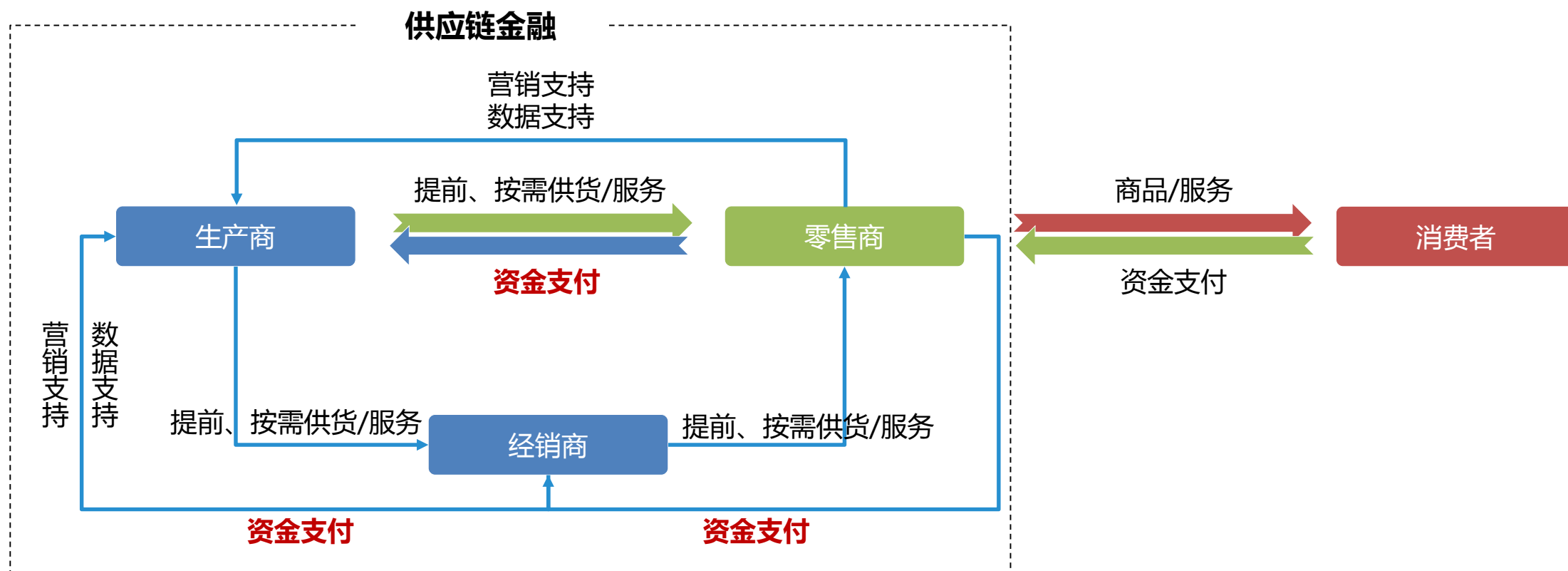
金融机构介入新零售提供金融服务



1. 消费金融平台为消费者提供**消费金融**服务。
2. P2P平台为消费者提供**消费金融**服务。

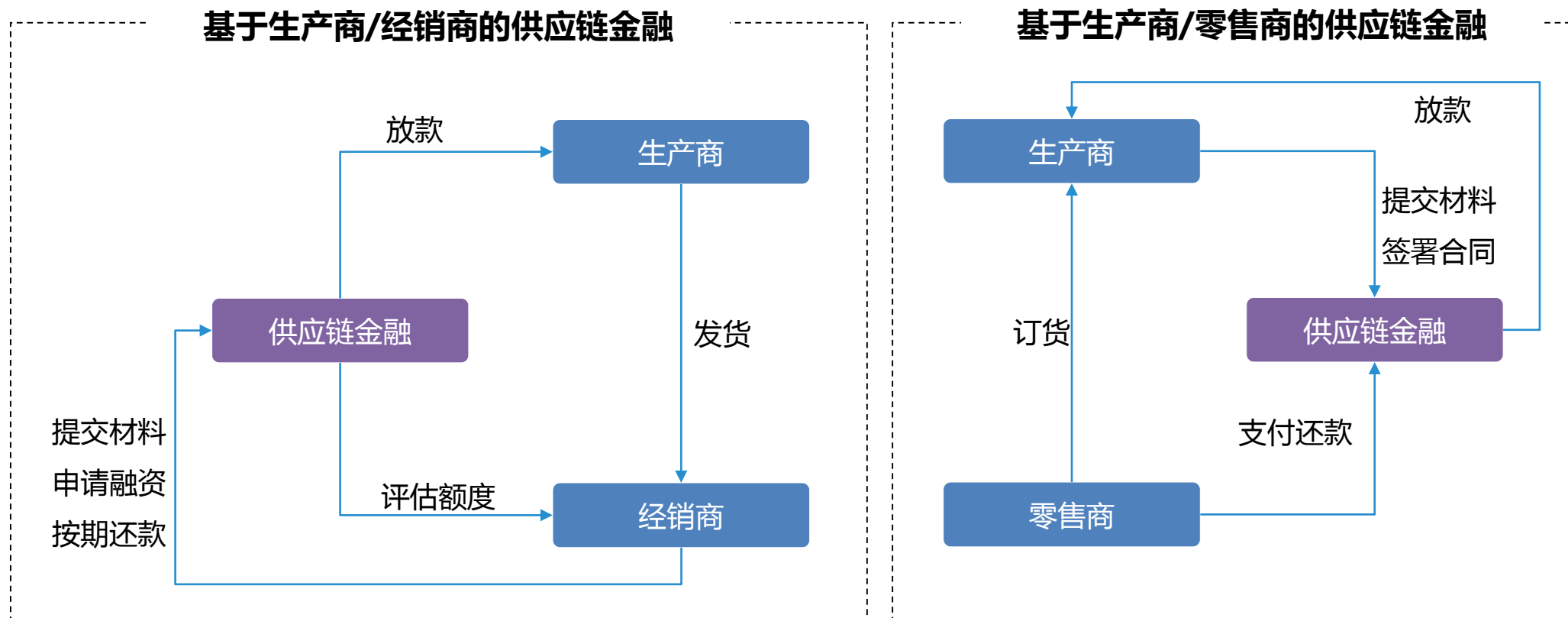
- 供应链金融：满足供应商资金需求，弥补资金流动平衡**

新零售情景下，供应商基于零售商的消费与零售数据，会提前、按需安排生产并向零售商供货/服务，存在资金投入与回收的时间差，供应链金融可弥补生产商/经销商、零售商的商品/服务流与资金流平衡。



- 供应链金融：基于生产商/经销商和生产商/零售商提供供应链金融服务**

根据所处零售产业链地位、资金流动特点的不同，供应链金融可为生产商、经销商提供金融服务，满足其资金需求，减少商品及服务与资金流的不平衡。

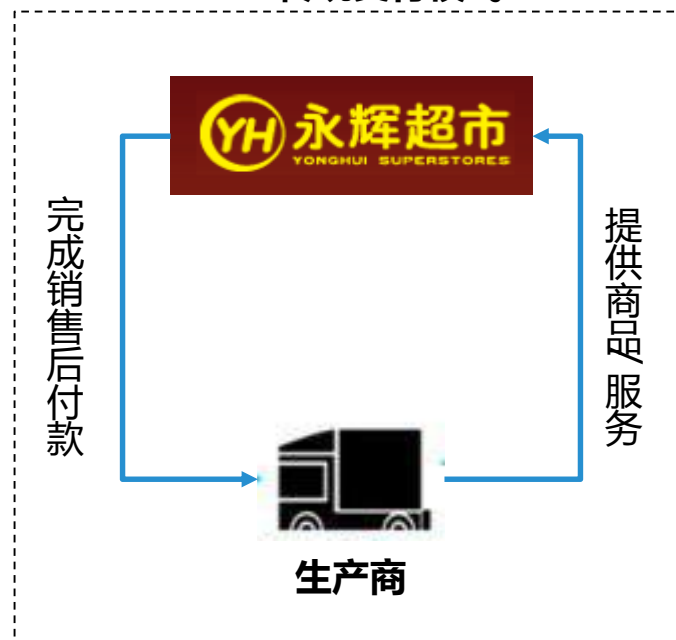


- **永辉超市：永辉超市成立金融服务平台，为上游供应商提供供应链金融服务**

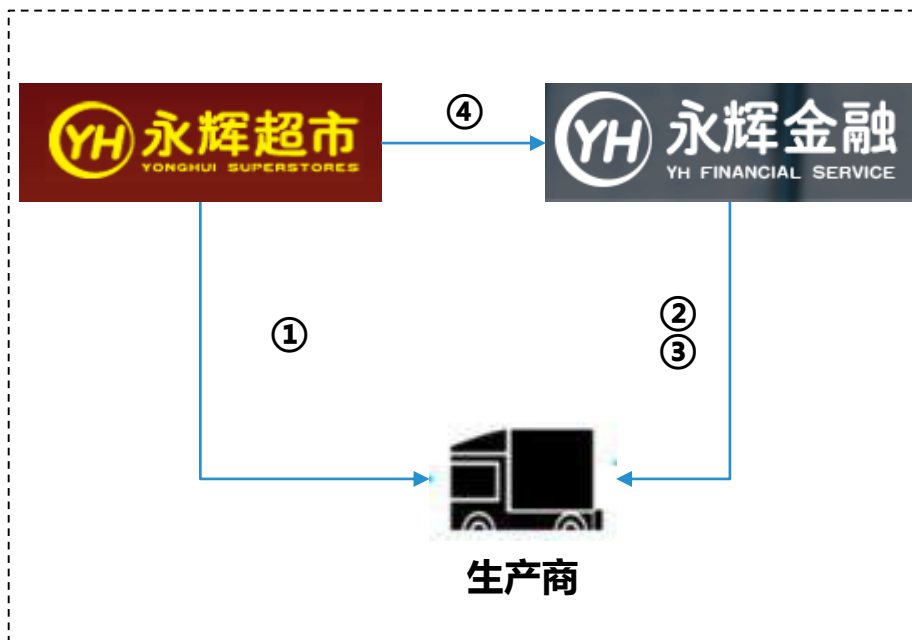
永辉超市向生产商采购商品及服务，但一般在完成销售时与生产商结算，此时生产商资金流入流出存在矛盾。

2015年永辉超市发起投资互联网金融服务平台永辉金融。永辉金融将永辉超市优质的供应商列入目标客户名单，由自主研发的风控体系自动审查客户的供货历史、过往合同履行能力、信用记录等直接影响贷款回款的风险因素，为供应商办理融资业务。

传统支付模式



引入供应链金融下的支付模式

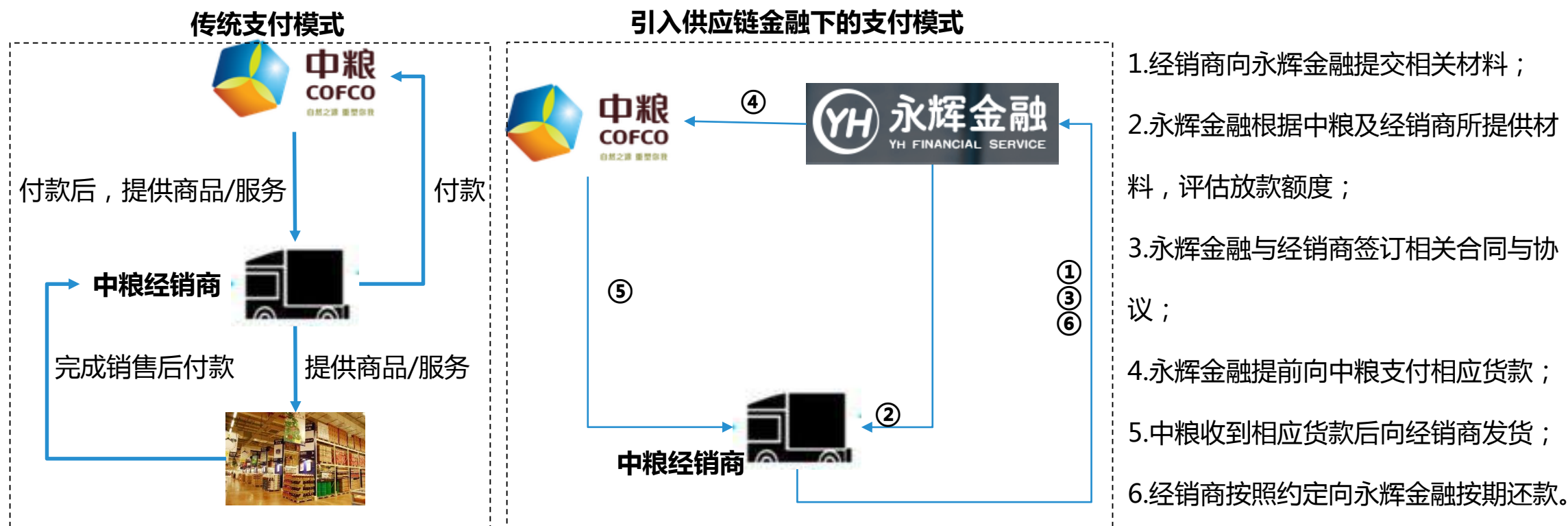


- 1.永辉超市与生产商签订购货合同，生产商向永辉超市供应商品/服务；
- 2.生产商与永辉金融签订应收账款转让协议、合同等；
- 3.永辉金融直接向生产商放款；
- 4.永辉超市向永辉金融支付货款。

- 永辉超市：通过永辉金融向外拓展，为各类经销商提供供应链金融服务

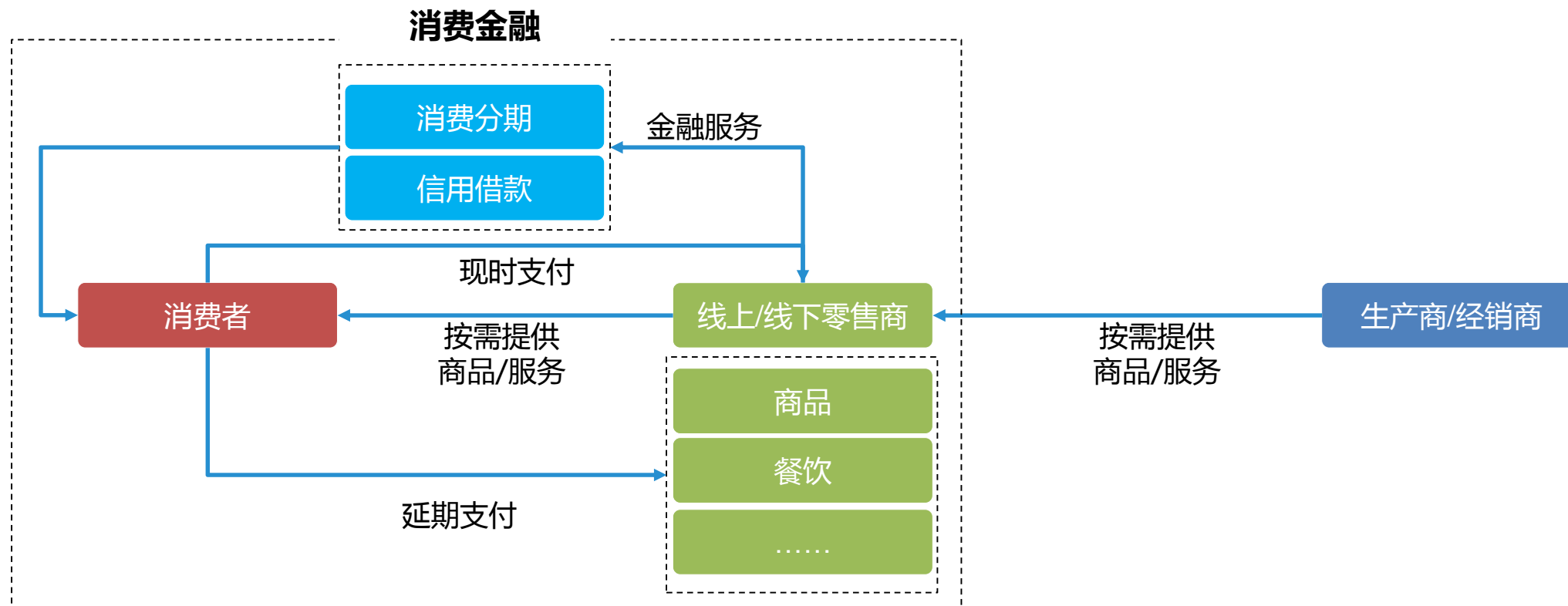
2017年，永辉金融与中粮集团达成合作。中粮经销商向中粮集团采购时须先行支付货款，而面对零售商时，一般商品/服务完成销售后获得回款。

永辉金融基于中粮提供的优质财务数据、合作往来记录、进货量等多维度信用数据对经销商融资额度进行测算，向信誉度良好、市场开拓能力强、并获得推荐的中粮经销商提供融资服务。



- 消费金融：基于消费者延期支付提供消费金融服务**

生产商、零售商基于数据对消费者行为进行分析，在此基础上按需为消费者提供商品和服务时，消费者延期支付时产生消费金融需求

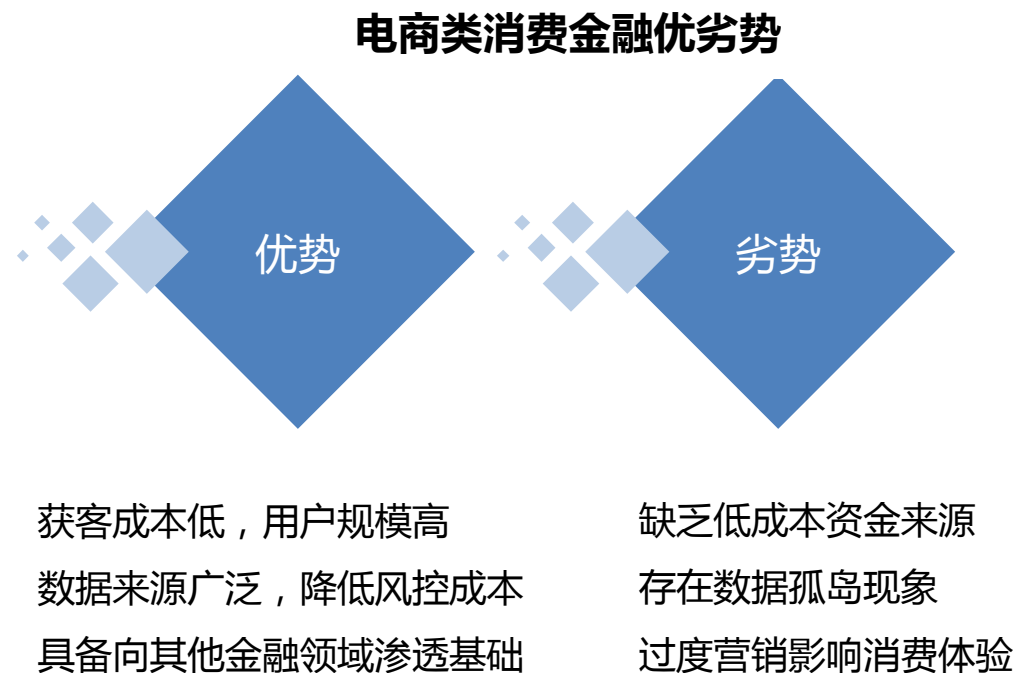
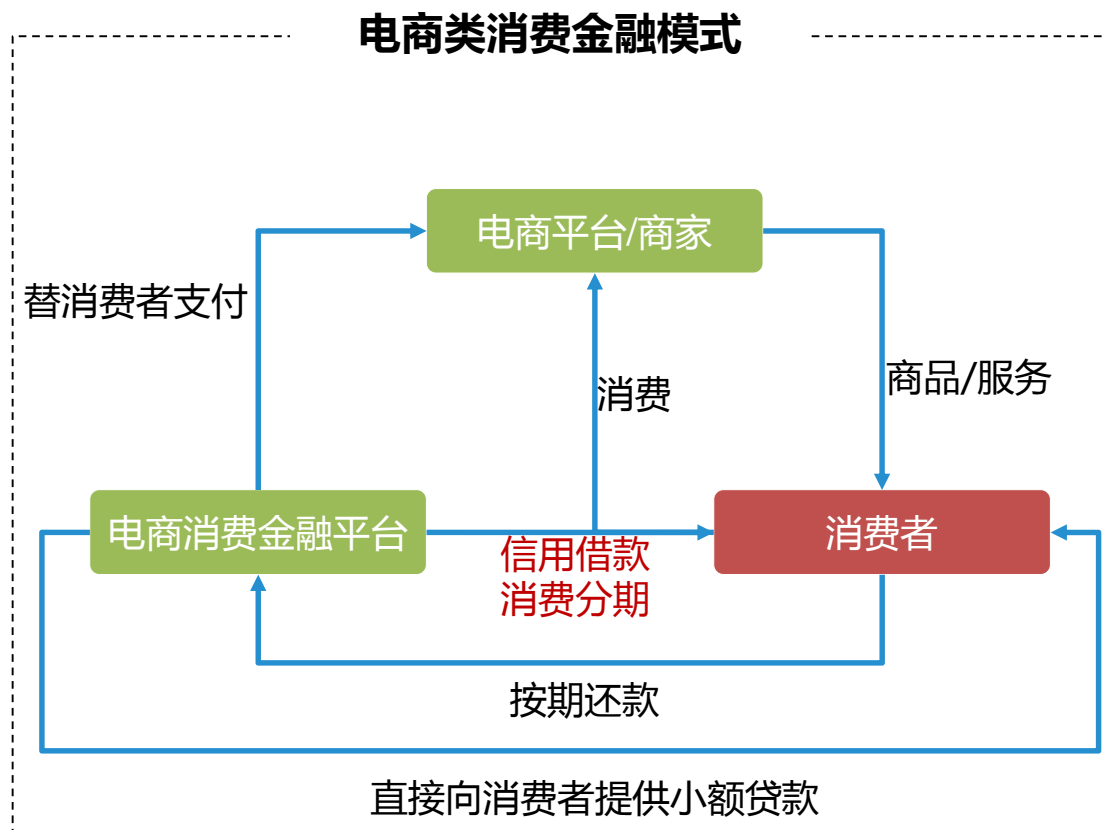


消费分期：指消费者通过金融平台进行赊销购物，分期还款。

信用借款：指金融平台直接向消费者提供信用额度，用于个人消费支付。

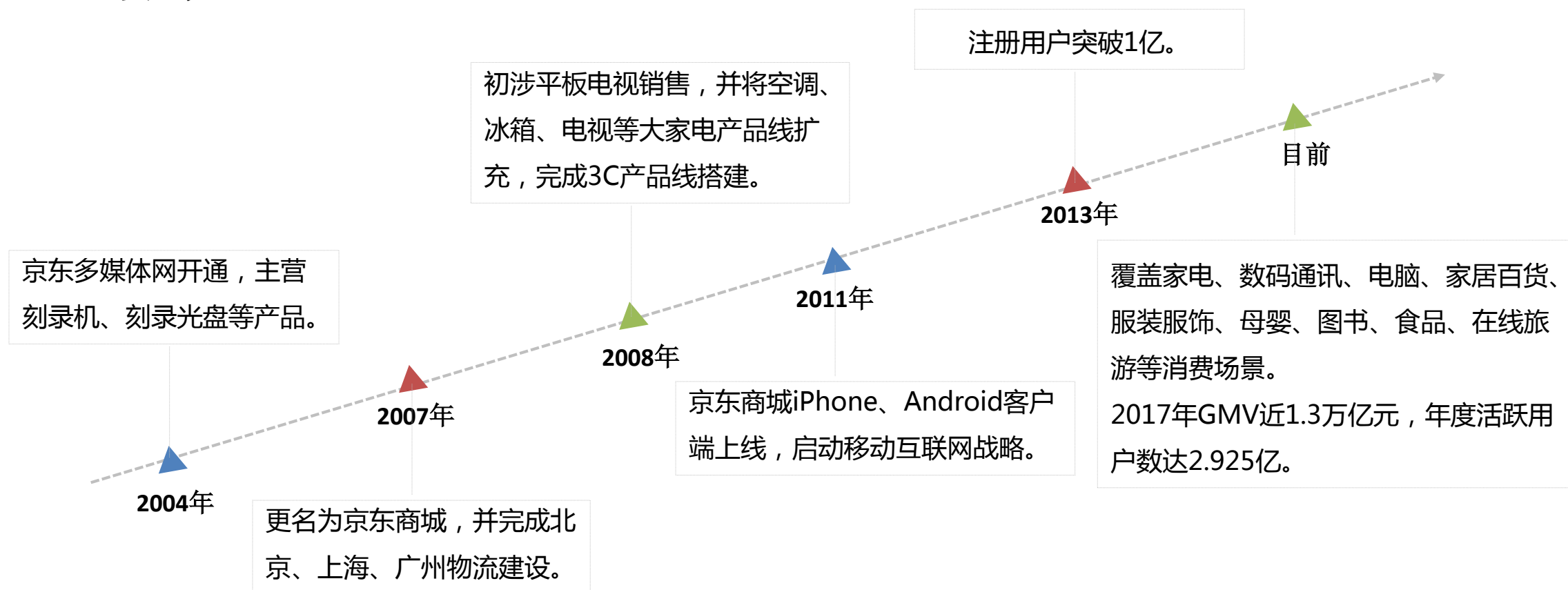
- 线上电商：以电商平台为基础，向消费者提供消费金融服务

电商平台充分利用大数据优势，为消费者提供消费金融服务。在消费在购买商品的过程中，电商平台通过对大数据的分析，确定对特定商品的分期，并在对海量客户进行分析，根据客户的消费能力和信用等级进行授信。



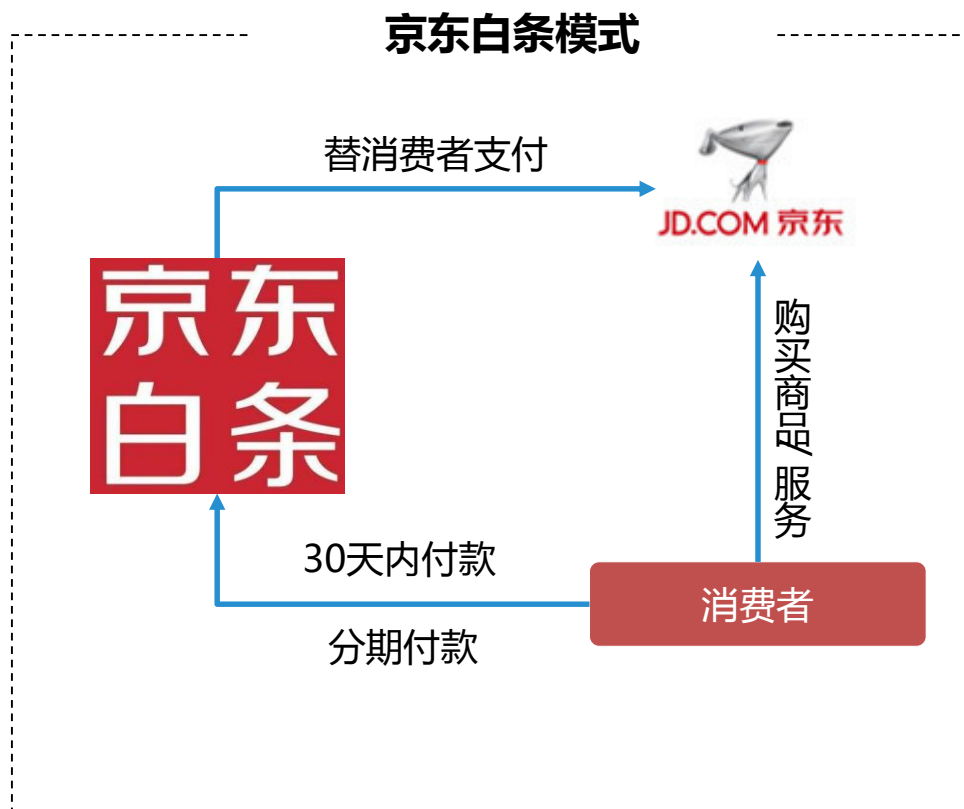
- **京东：综合性电商平台，2017年活跃用户近3亿人**

京东商城成立于2004年，成立初期以电子产品售卖为主，目前已覆盖家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴等消费场景；依托强大的物流、金融服务、数据资源，为消费者提供全方位的消费服务。



- **京东白条：为消费者提供消费分期服务**

2014年2月京东上线京东白条服务，为用户在购物时提供“先消费，后付款”、“30天免息，随心分期”服务。京东白条首先打通京东体系线上电商场景，并逐步覆盖旅游、教育等各类线下消费场景。



京东白条场景拓展



电商场景：

在京东商城上为用户提供赊购或分期服务。

校园场景：

大学生创业、培训相关消费金融服务。

旅游场景：

与首付游合作，提供消费金融产品。

房产场景：

为租房、装修等消费需求提供分期服务。

教育场景：

为消费者提供购买培训项目的消费分期服务。

购车场景：

与第三方合作，提供二手车购车消费金融服务。

- **京东金条：向消费者提供信用借款服务**

2016年3月京东正式上线京东金条服务。京东金条是为信用良好的白条用户开通的信用借贷，是在现金消费场景下的延伸，直接汇款到绑定银行卡。

京东金条概况

授信额度：

最高20万元

期限：

最长12个月

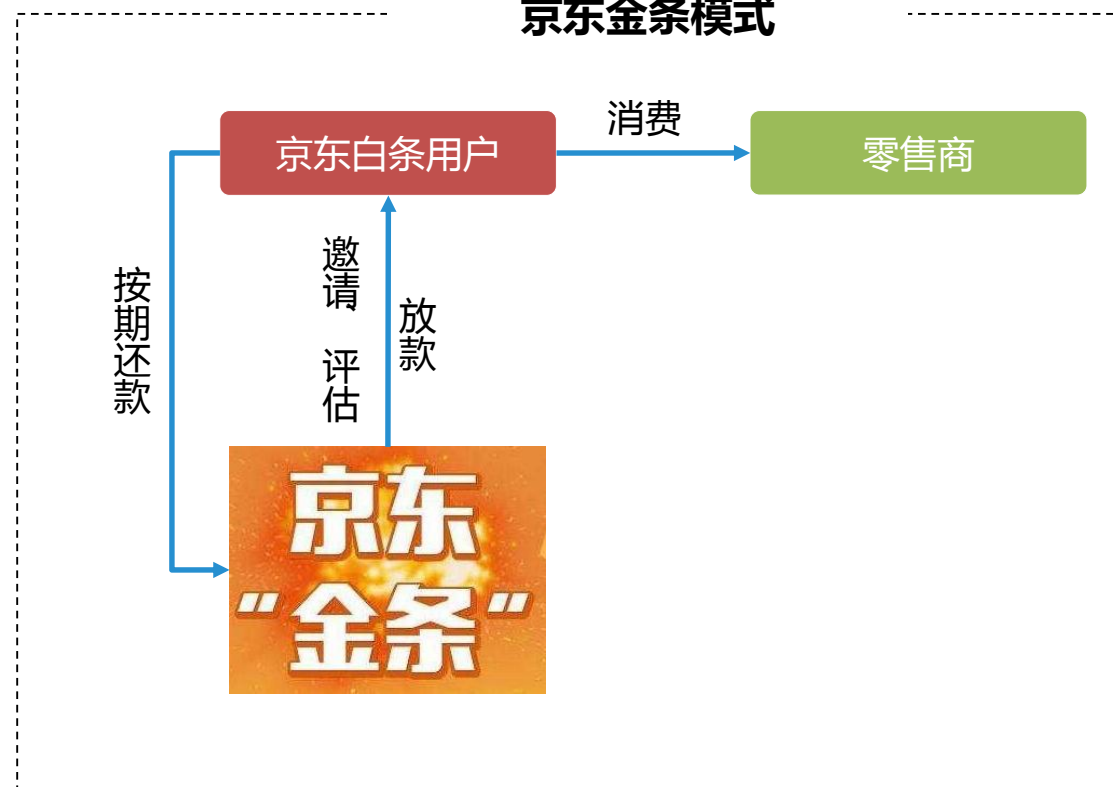
计息方式：

按天计息，日息不超过0.05%

申请流程：

线上激活→绑定银行卡→确认资料→获得贷款

京东金条模式



- **京东金融：加快金融生态布局，为客户提供全方位金融服务**

为加快金融对京东业务的支持，京东将金融业务拆分并成立京东金融。京东金融依托京东业务体系，加快金融生态布局，目前已涵盖消费金融、理财业务、支付业务、众筹业务、供应链金融等，从多角度为客户提供金融服务。

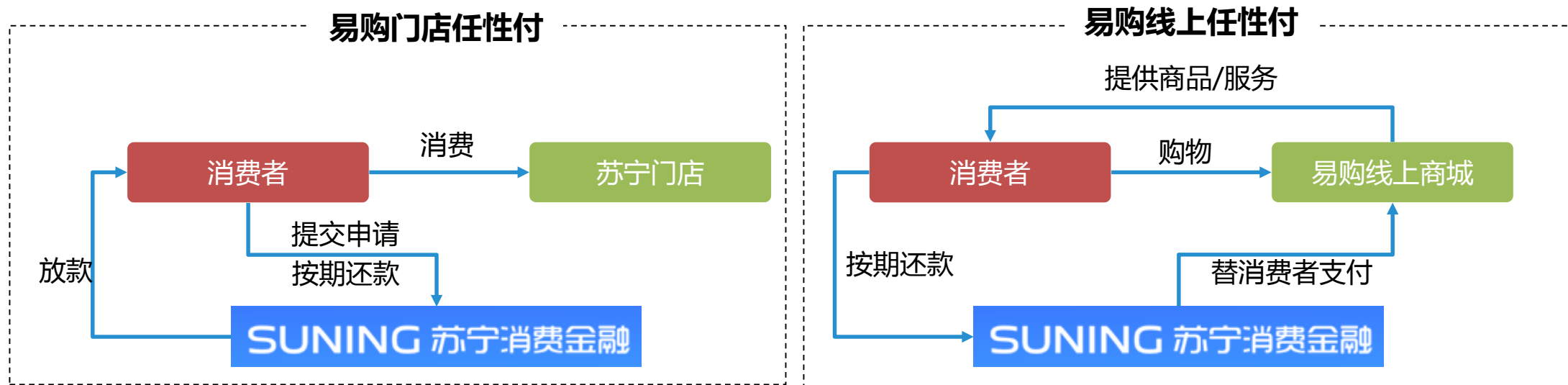


- 线下零售：基于自身业务开展消费金融，并逐步向教育、旅游、租房、家装拓展**

2015年5月苏宁联合南京银行等成立苏宁消费金融有限公司，依托苏宁易购的渠道客户资源、南京银行的金融行业经验以及法国巴黎银行领先的风险控制技术，打造互联互通的O2O消费金融新模式。

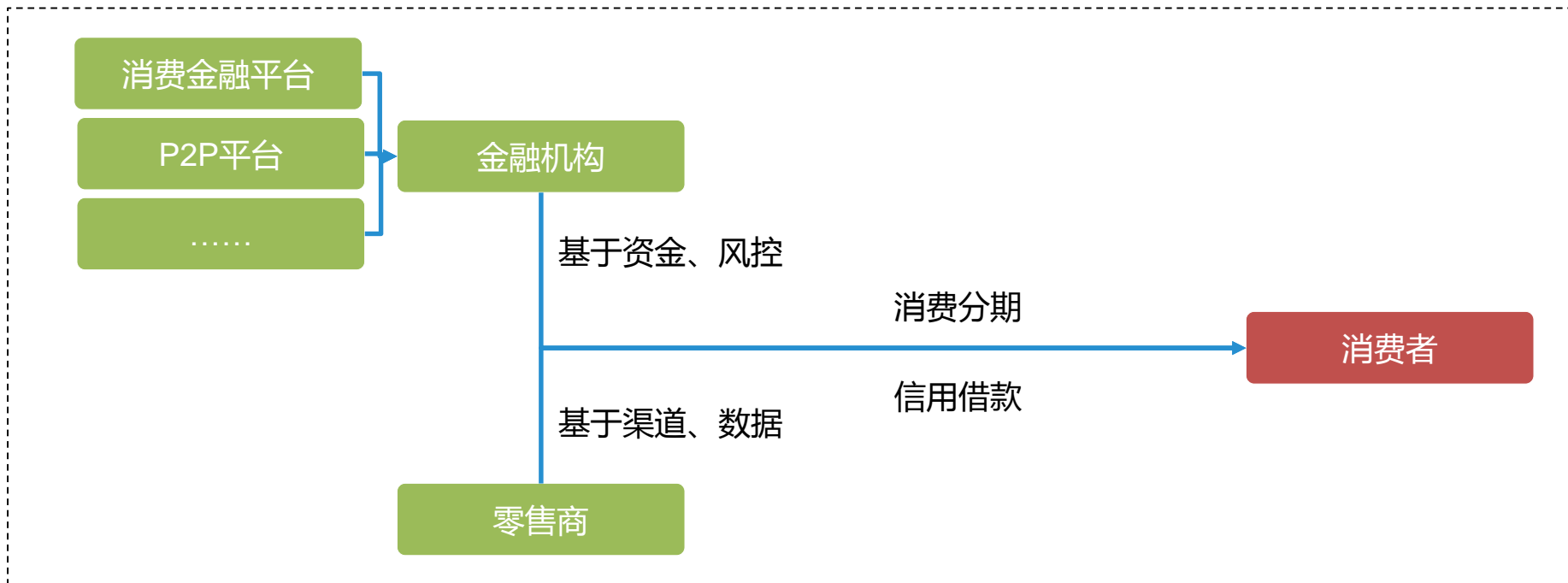
易购门店任性付：为在门店购物的消费者提供现场申请、实时审批的服务，办理成功后即可立即使用额度进行消费。

易购线上任性付：以易购线上商城为消费场景推出产品，为用户提供消费分期的服务。



- **金融机构：与零售商合作，为消费者提供消费金融服务**

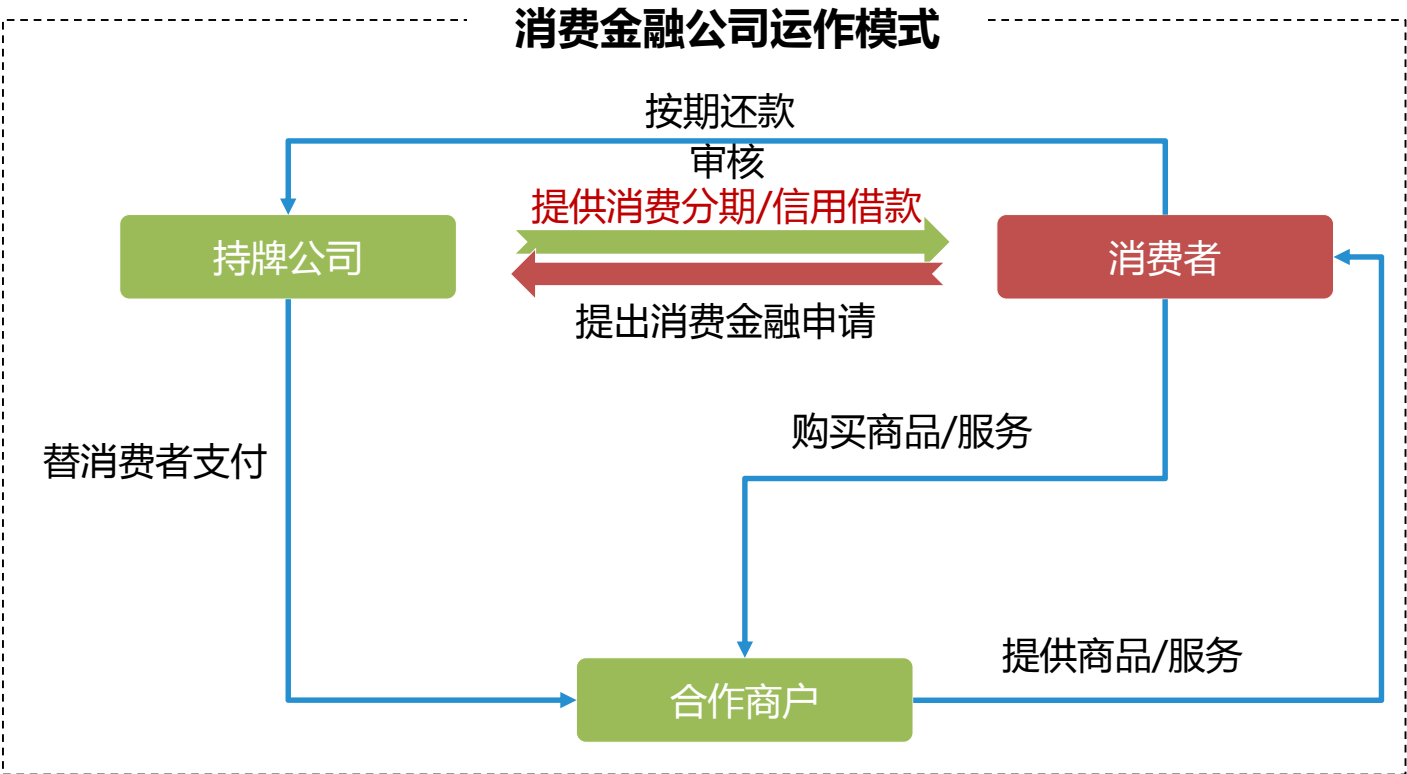
新零售时代，以消费金融平台、P2P平台等金融机构为代表，与消费者互动场景多，同时具备资金、风控能力，因此与零售商合作，为消费者提供多样化信贷服务，有助于金融机构进一步提升业务规模。



• **消费金融：截至2017年底持牌消费金融公司数量22家**

持牌消费金融公司通过两种方式为消费者提供消费贷款：

- 1) 消费者直接申请贷款，完成审核后，贷款直接发放给消费者。
- 2) 与商户开展业务合作，将消费金融的申请、使用环节嵌入到消费环境中，贷款资金直接支付给提供商品或服务的公司。



序号	成立时间	公司名称
1	2010/2/25	北银消费金融有限公司
2	2010/2/26	四川锦程消费金融有限责任公司
3	2010/6/10	中银消费金融有限公司
4	2010/11/10	捷信消费金融有限公司
5	2014/12/12	兴业消费金融有限公司
6	2014/12/26	海尔消费金融有限公司
7	2015/3/6	招联消费金融有限公司
8	2015/4/7	湖北消费金融股份有限公司
9	2015/5/14	苏宁消费金融有限公司
10	2015/6/15	马上消费金融有限公司
11	2015/11/19	中邮消费金融有限公司
12	2015/12/3	杭银消费金融股份有限公司
13	2016/1/19	华容消费金融股份有限公司
14	2016/2/23	晋商消费金融股份有限公司
15	2016/2/25	盛银消费金融有限公司
16	2016/11/1	陕西长银消费金融有限公司
17	2016/12/21	包头市包银消费金融股份有限公司
18	2016/12/29	河南中原消费金融股份有限公司
19	2017/1/16	湖南长银五八消费金融股份有限公司
20	2017/1/24	哈尔滨哈银消费金融有限责任公司
21	2017/6/14	河北幸福消费金融股份有限公司
22	2017/8/17	上海尚诚消费金融股份有限公司

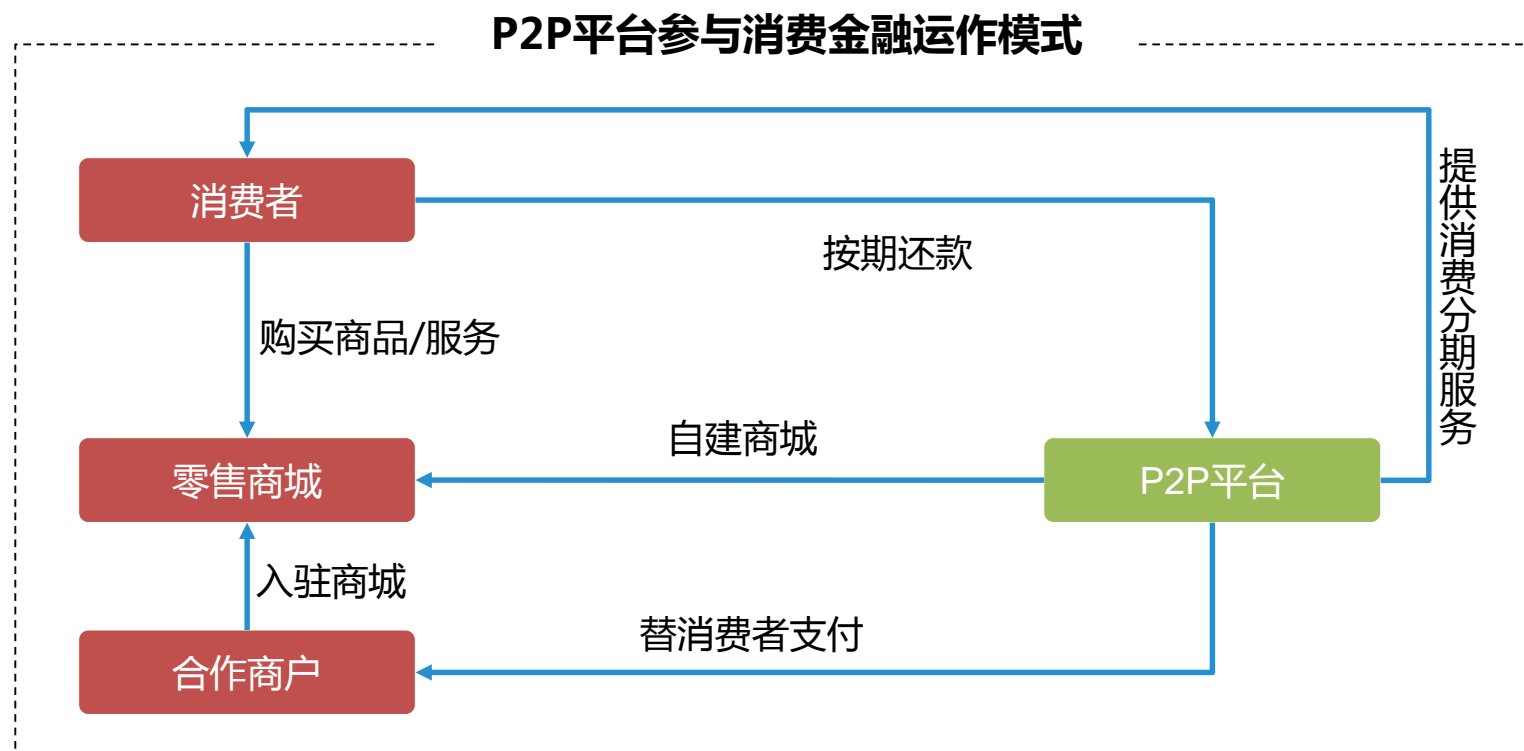
- 中银消费金融：结合股东优势，贴近消费需求，提供多样化消费金融服务**

中银消费金融有限公司成立于2010年6月，业务已覆盖全国近两百个城市，合作商户及网点逾千家。中银消费金融凭借中行的资金风控实力、百联集团的商业消费场景、香港中银信用卡的国际消费金融经验，为消费者提供信用贷款、商户专项贷、互联网贷款等三类消费金融产品。

产品类型	产品	介绍	最高额度（万元）
信用贷款	信用贷	无抵押、免担保的信用贷款	20
	乐享贷	抵押消费贷款	20
商户专项贷	教育专享贷	用于语言教育培训分期产品	5
	技能专享贷	用于职业技能培训分期产品	5
	装修专享贷	用于装修服务或家装商品购买分期产品	20
	学车专享贷	用于学车分期产品	1
	租房专享贷	用于租房分期产品	5
	婚庆专享贷	用于婚庆分期产品	5
	车主专享贷	用于汽车相关服务的分期产品	5
互联网贷款	新易贷-微贷款	小额融资需求的职场人士	2
	新易贷-Apple分期专享贷	品牌电子数码科技产品的消费	1
	教育云分期	教育需求	5
	有还	针对信用卡账单还款具有一定压力的客户提供分期资金周转	-
	信用启航	针对在校大学生的小额消费贷款	1

- P2P平台：向消费者提供贷款模式逐渐成熟，消费分期模式逐渐兴起**

近年P2P平台开始涌入消费分期市场，主要模式：P2P平台通过自建零售商城，吸引各类商家入驻；消费者在零售商城中购买相应商品/服务，P2P则为消费者提供消费分期服务，替消费者向合作商户支付，消费者按期向P2P平台还款。



- **拍拍贷：成立拍分期，为消费者提供消费分期服务**

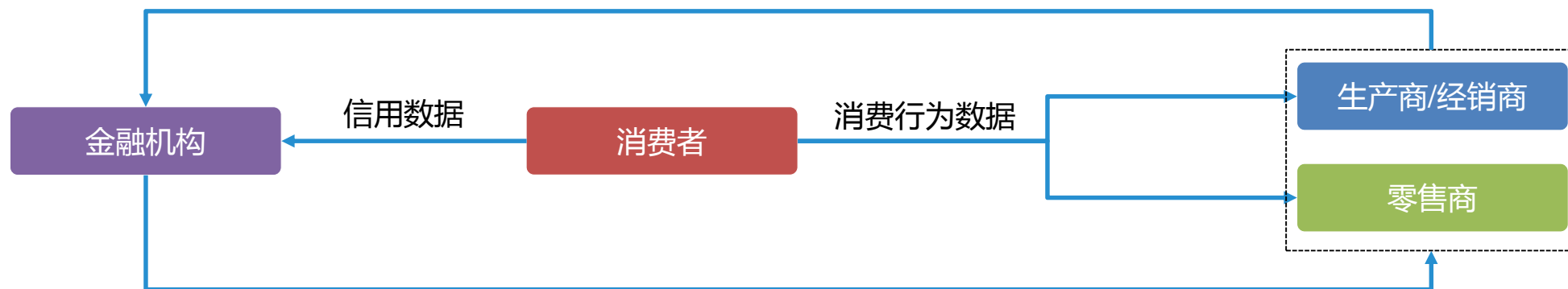
拍拍贷成立于2007年6月，为各类用户提供信用借款和投资服务；截至2018年3月31日，拍拍贷累计注册用户数达到7142.4万人。基于用户与资金优势，2016年1月，拍拍贷成立拍分期，开始为消费者提供消费分期服务。目前，拍分期商城已覆盖电子数码、家用电器、腕表配饰、美妆个护等品类。



- 数据互补：基于消费者消费行为数据与消费者信用数据，开展数据合作**

金融机构与生产商、零售商共享或开展数据合作，基于消费者信用数据、行为数据，金融机构可提升风险控制能力且提供针对性金融服务；生产商、零售商可按需向消费者提供商品及服务。

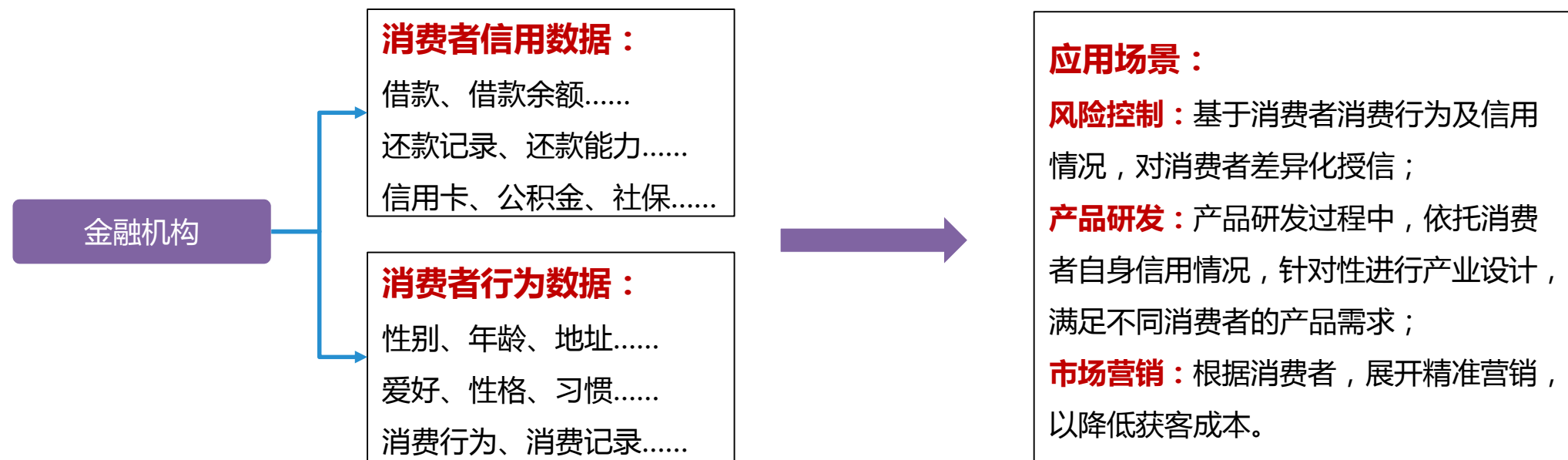
生产商、零售商将消费者消费行为数据共享至金融机构，金融机构可根据消费者行为数据，针对性向消费者提供金融产品，同时提高风险控制能力。



金融机构将消费者信用数据共享至生产商、零售商，生产商、零售商可根据消费者信用数据，同时结合消费行为数据，针对性向消费者推荐商品和服务，按需供给。

- **数据应用：风险控制、产品研发与市场营销**

金融机构本身拥有消费者各类信用数据，但缺乏消费者行为数据，在消费金融市场快速发展的背景下，与各类生产商、零售商开展数据合作，接入消费者行为数据，对金融机构的风险控制、产品研发、市场营销具有重要意义。





目录

Contents

01

新零售发展现状

02

新零售与金融的融合

03

总结与建议

• 总结及建议：依托数据资源，拓展应用场景并提供多元化金融产品

结论一

1.新零售重构“人、货、场”，突出以“人”为核心，极大的提升了消费体验。

结论二

2.零售商基于自身业务与数据资源，为上下游客户提供供应链金融与消费金融服务；
金融机构则积极介入零售领域，不断拓展消费金融业务。

结论三

3.数据助推金融机构与新零售拓展应用场景。

1.零售商可基于消费场景优势，独立或与金融机构合作，为上下游客户提供金融服务。

2.金融机构可利用新零售带来的多样化消费场景提供差异化金融产品。

3.金融机构可基于消费者行为数据分析，通过差异化营销手段，降低获客成本。

建议一

建议二

建议三



信和研究院公众号



信和研究院
CREDIT HARMONY RESEARCH

北京市丰台区南四环西路186号汉威国际广场3区3号楼3层305-308室 P.C 100070
Tel : 010-50808953 <http://research.creditharmony.cn>



START YOUR FINANCE



起点财经，网罗天下报告