



2023 年全球零售力量

精华概览
2023 年 3 月



上一年前 250 强零售收入同比强劲增长，可持续发展仍然是议程上的重中之重。一些主体从事轻度使用的二手商品的转售，我们还看到了许多技术引领的创新。成功的零售商将技术与人为因素相结合，以提供最佳的客户体验。增长最快的 50 家企业主要的增长驱动力是奢侈品牌、电商和百货公司。

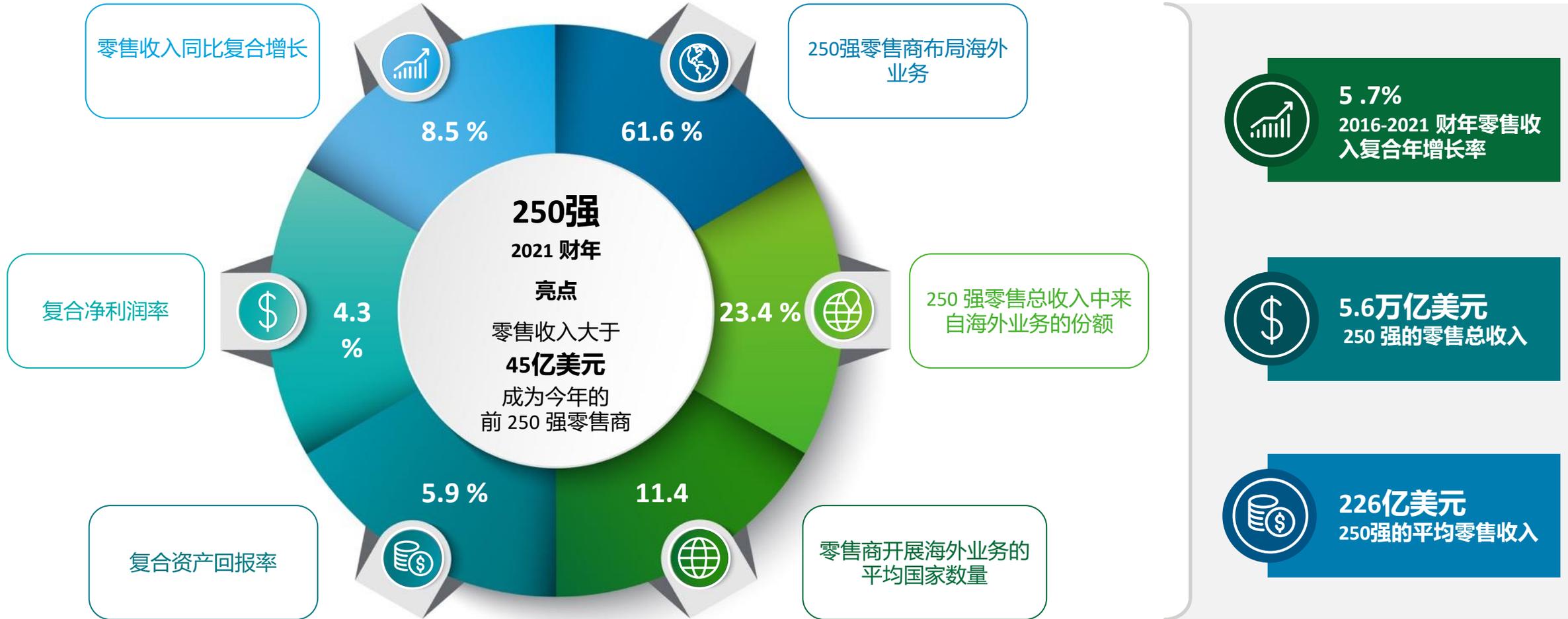
Evan Sheehan

德勤全球零售、批发和分销领导人

2023 年全球零售力量 目录



2023 年全球零售力量



资料来源：德勤华永会计师事务所。2023 年全球零售力量。使用公司年报、超市新闻、福布斯美国最大的私营公司和其他来源对 2021 年 7 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日财政年度的财务业绩和运营进行分析。

十大零售商

沃尔玛依然位于第一位，紧随其后的是亚马逊和开市客，它们分别位列前三名；今年榜单上没有新的零售商，在榜的大多数零售商与去年持平。

				
1	WALMART INC.	美国	\$572.7	↔
2	AMAZON.COM, INC.	美国	\$239.1	↔
3	COSTCO WHOLESALE CORPORATION	美国	\$195.9	↔
4	SCHWARZ GROUP	德国	\$153.7	↔
5	THE HOME DEPOT, INC.	美国	\$151.1	↔
6	THE KROGER CO.	美国	\$136.9	↔
7	京东	中国	\$126.3	+2
8	WALGREENS BOOTS ALLIANCE, INC.	美国	\$122.0	-1
9	ALDI EINKAUF GMBH & CO. OHG AND ALDI INTERNATIONAL SERVICES GMBH & CO. OHG	德国	\$120.9 e	-1
10	TARGET CORPORATION	美国	\$104.6	↔

要点

- 2021 财年，前10强零售商没有新进入者，其中 7 家零售商保持了去年的排名。
- 京东是前 10 名中涨幅最大的，比去年上升两位，排名第七。它的零售收入同比增长最高，并且是 2021 财年的10强中五年内增长最快的零售商。
- 10强依然由美国和德国的零售商占据，中国的京东是个例外。
- 美国零售商**沃博联**和德国零售商**奥乐齐**的排名均下降了一位，部分被京东的两位数零售收入增长率所抵消。

 前250名

 2021 财年零售收入 (十亿美元)

e: 估计

 所属国

 排名变化

零售业的可持续性：前进之路 (1/2)

四个主题正在成为零售商推进可持续发展的基石



零售转售

- 消费者日益增强的环保意识以及面对价格上涨时省钱的需求，正在推动转售文化。
- 寻找可持续购买选择的千禧一代和 Z 世代消费者推动转售市场。
- 许多零售商通过创建自己的回购或点对点转售平台或者通过与成熟的转售公司合作来进入转售市场。



供应链的可持续性

- 实现整个零售商供应链的可持续性变得更加重要，供应链运营是零售商温室气体排放的重要组成部分。
- 零售商投资于多项减少范围 1 和范围 2 排放的项目，比如在物流中使用电动汽车和购买利用可再生能源生产的能源。
- 零售商通过推动面向消费者的项目以减少更难削减的范围 3 排放。

“我们的社区显然已经具有环保意识，并积极参与可持续购物解决方案。我们很高兴看到我们的客人积极参与我们的回购和转售项目。”

Maureen Erickson
客户创新高级副总裁
lululemon



“我们选择专注于支持供应链脱碳、专注于畜牧业和再生农业，专注于通过更多转向基于植物的蛋白质来提供可持续的多样化产品。”

Daniella Vega
全球健康与可持续发展高级副总裁
Ahold Delhaize

零售业的可持续性：前进之路 (2/2)

四个主题正在成为零售商推进可持续发展的基石



“我们制定了到 2023 年可持续采购棉花和纤维素纤维的目标。我们致力于到 2025 年从 100% 首选来源采购 聚酯纤维和亚麻布。”

Javier Losada
首席可持续发展官
Inditex



“我们都在应对同样的挑战。《时尚公约》帮助我们合作寻找应对这些挑战的解决方案。”

Caroline Laurie
企业责任副总裁
Burberry



技术的作用

- 区块链和人工智能 (AI) 等技术在帮助零售商实现可持续发展目标方面发挥着关键作用，它们可以帮助跟踪可持续发展计划的进展情况，并使现有流程更加高效和环保。
- 区块链提高了产品和产品部件在整个生命周期中的可追溯性，以实现闭环循环系统。人工智能正被用于在设计阶段将循环性设计到产品中，并增加趋势和需求的预测准确性，以确保减少积压造成的浪费。



法规和框架

- 一些可持续性框架正变得越来越重要，零售商必须遵守这些框架以准确跟踪他们的进展，并遵守监管机构发布的指导方针。
- 总部位于英国的上市公司必须根据 TCFD 指南报告其指标。欧盟 (EU) 已强制要求在欧盟运营的公司*根据 CSRD 报告其可持续性指标。
- 其他著名的框架包括 TNFD、CDP 和 SASB。

TCFD：气候相关财务信息披露工作组 | CSRD：企业可持续发展报告指令 | TNFD：与自然相关的财务信息披露工作组。 | CDP：前身为气候披露项目

*注：适用于欧盟境内的大型和中小企业公司，以及欧盟营业额超过 1.5 亿欧元的非欧盟公司

增长最快的 10 家零售商

增长最快的 50 家零售商在 2016 至 2021 财年期间，五年复合年增长率合计为 18.5%，在 2020 财年至 2021 财年期间零售收入同比增长 20.1%。

排名	零售商名称	前250名	所属国	2021 财年零售收入 (十亿美元)	2016-2021 财年的 5 年复合年增长率
1	阿里巴巴集团控股有限公司	29	香港特别行政区	\$40.6 美元	153.1 %
2	EG GROUP LIMITED	246	英国	\$4.6 美元	75.1%
3	COUPANG, INC.	74	韩国	\$16.4	61.7 %
4	RELIANCE RETAIL LIMITED	53	印度	\$22.8	45.1%
5	NATURA & CO. HOLDING S.A.	161	巴西	\$7.4	38.4%
6	A101 YENI MAĞAZACILIK A.S	236	土耳其	\$5.0 e	35.6%
7	WAYFAIR INC.	90后	美国	\$13.7	32.3%
8	JD SPORTS FASHION PLC	107	英国	\$11.3	30.2%
9	DNS	160	俄罗斯	\$7.6 e	30.1%
10	MAGAZINE LUIZA S.A.	183	巴西	\$ 6.5	30.0%



要点

- 总部位于香港的电子商务零售商阿里巴巴在增长最快的零售商中名列前茅，2016 至 2021 财年的五年复合年增长率为 153.1%。
- 紧随其后的是英国便利店零售商 EG 集团，复合年增长率为 75.1%。
- 增长最快的第三名零售商被去年增长最快的零售商 Coupang 取代，这是一家韩国零售商，五年复合年增长率为 61.7%。



成长等级



前250名



所属国



2021 财年零售收入 (十亿美元)

e: 估计



2016-2021 财年的 5 年复合年增长率

商店的未来

零售高管分享他们如何重新构想店内体验。
阅读报告中的完整访谈。



“*顾客喜欢他们在我们体验店的个人体验，同时我们确保我们的数字渠道支持这种店内体验，而不是推动顾客上网。*”

Donald McDonald
董事总经理
Brown Thomas

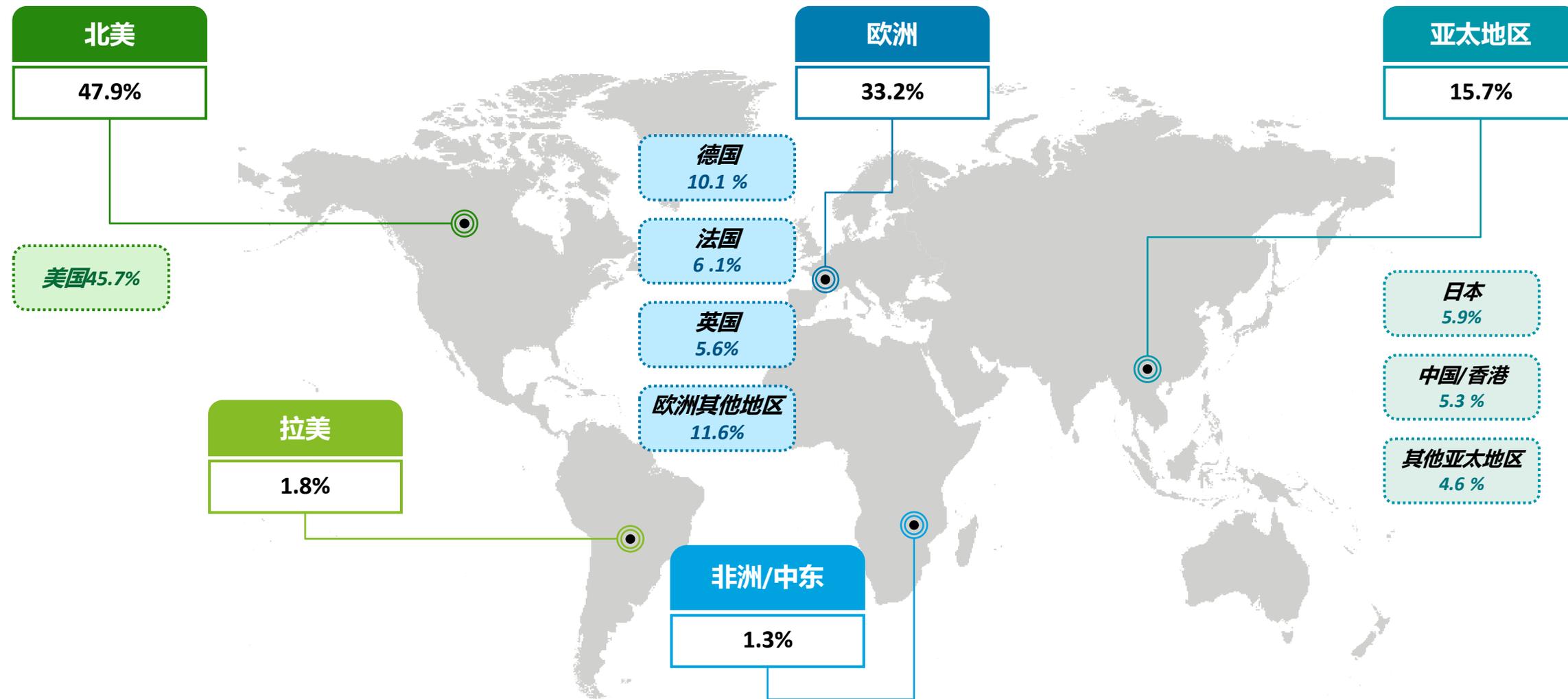
“*实体店会适应未来，但它们依然很重要，它们是我们电子商务和交付成功的基石。*”

Vincent Viviers
全渠道总裁
Pick n Pay



地域分布

与其他地区相比，北美占前 250 强零售商的零售收入最大份额，其中美国占 45.7%。欧洲占第二大份额，其次是亚太地区。



按地区和主要国家/地区划分的前250强零售收入百分比份额。

每家公司 100% 的销售额都来自公司总部所在的地区。

产品类别细分

无论是从零售收入份额还是前250强零售商数量方面，快速消费品仍然是前 250 强零售商中最大的产品类别。



	前 250 强收入的百分比 份额	公司数量	要点
多元化	5.4%	19	多元化行业在 250 强零售商中的同比增长率第二高，为 15.6%，占 250 强零售收入份额的 5.4%。
服装和配饰	9.3%	38	服装和配饰在 2020 至 2021 财年的零售收入同比增幅最高，增长率为 31.3%。
日用百货和休闲用品	21.4%	57	日用百货和休闲用品占 250 强零售收入的第二大份额，为 21.4%，有 57 家该类别公司跻身 250 强。
快速消费品 (FMCG)	63.8%	136	快速消费品 (FMCG) 在 250 强零售收入中占据最大份额，占比高达 63.8%。250 强中该类别公司数量最多，达到 136 家。



250强新进入者 (1/2)

250 强零售商今年有 15 家新进入者，其中大多数来自美国和英国。

				
ASDA GROUP LIMITED	36	英国	大卖场/超级中心	3.2%
CHEWY, INC.	131	美国	非店铺	24.4 %
PENNEY OPCO LLC (FORMERLY J.C. PENNEY)	141	美国	百货商店	不适用
BATH & BODY WORKS, INC.	151	美国	其他类别	22.5%
NATURA & CO. HOLDING S.A.	161	巴西	其他类别	8.8 %
ENDEAVOUR GROUP	163	澳大利亚	其他类别	-0.9%
VICTORIA'S SECRET & CO.	173	美国	服装/鞋类	25.3 %

-  前250强
-  所属国
-  主导运营模式
-  FY2021 同比零售收入增长

250强新进入者 (2/2)

新进入者包括零售收入增长的公司，以及因收购、合并或破产解除而重新进入前 250 强的公司。

				
UNITED.B GROUP (FORMERLY HTM-GROUP)	208	法国	电子类	5.0%
SHINSEGAE INC.	224	韩国	其他类别	33.3%
ASOS PLC	232	英国	非店铺	19.3%
AMERICAN EAGLE OUTFITTERS, INC.	235	美国	服装/鞋类	33.3%
SPECSAVERS GROUP	243	英国	其他类别	25.8%
NEIMAN MARCUS GROUP LTD LLC	244	美国	百货商店	80.8%
OK CORPORATION	245	日本	超级市场	3.2%
T. J. MORRIS DBA HOME BARGAINS	250	英国	其他类别	19.6%



前250强



所属国



主导运营模式



FY2021 同比零售收入增长

张天兵

德勤亚太消费品与零售行业领导人

电子邮件: tbzhang@deloitte.com.cn

姜颖

德勤中国消费品及零售行业高级经理

电子邮件: sunjiang@deloitte.com.cn

王丁喆

德勤中国消费品及零售行业经理

电子邮件: gigwang@deloitte.com.cn

陈岚

德勤研究合伙人

电子邮件: lydchen@deloitte.com.cn

胡怡

德勤研究助理经理

电子邮件: yihucq@deloitte.com.cn

因我不同
成就不凡

始于 1845

关于德勤

Deloitte (“德勤”) 泛指一家或多家德勤有限公司, 以及其全球成员所网络和它们的关联机构 (统称为“德勤组织”)。德勤有限公司 (又称“德勤全球”) 及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体, 相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为及遗漏承担责任, 而对相互的行为及遗漏不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅 www.deloitte.com/cn/about 了解更多信息。

德勤是全球领先的专业服务机构, 为客户提供审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询、税务及相关服务。德勤透过遍及全球逾150个国家与地区的成员所网络及关联机构 (统称为“德勤组织”) 为财富全球500强企业约80%的企业提供专业服务。敬请访问 www.deloitte.com/cn/about, 了解德勤全球约330,000名专业人员致力成就不凡的更多信息。

德勤亚太有限公司 (即一家担保有限公司) 是德勤有限公司的成员所。德勤亚太有限公司的每一家成员及其关联机构均为具有独立法律地位的法律实体, 在亚太地区超过100座城市提供专业服务, 包括奥克兰、曼谷、北京、河内、香港、雅加达、吉隆坡、马尼拉、墨尔本、大阪、首尔、上海、新加坡、悉尼、台北和东京。

德勤于1917年在上海设立办事处, 德勤品牌由此进入中国。如今, 德勤中国为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、税务制度及专业人才培养作出重要贡献。德勤中国是一家中国本土成立的专业服务机构, 由德勤中国的合伙人所拥有。敬请访问 www2.deloitte.com/cn/zh/social-media, 通过我们的社交媒体平台, 了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

本通讯中所含内容乃一般性信息, 任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构 (统称为“德勤组织”) 并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前, 您应咨询合格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何 (明示或暗示) 陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体。

© 2023. 欲了解更多信息, 请联系德勤中国。