

商贸零售行业动态点评

“双十一”第十年，引领零售行业升级

2018 年 11 月 13 日

【事项】

- ◆ 2018 年“双十一”过后，各大电商平台纷纷公布战绩，天猫实现 2135 亿成交额，同比增长 27%，京东实现 1598 亿元下单额，同比增长 26%，苏宁实现全渠道同比增长 132%。根据第三方数据，今年全网双十一销售额同比上升 23.76%。

东方财富证券
Eastmoney Securities
挖掘价值 投资成长

强于大市 (维持)

东方财富证券研究所

证券分析师：陈博

证书编号：S1160517120001

联系人：孙诗萌

电话：021-23586480

相对指数表现



相关研究

《海纳百川，万商云集》

2018. 11. 12

《进博会圆满落幕，双十一继续增长强劲》

2018. 11. 12

《永辉超市公布三季报，利润短期承压》

2018. 11. 06

《永辉、百佳、腾讯成立合资公司，整合广东区域业务》

2018. 10. 29

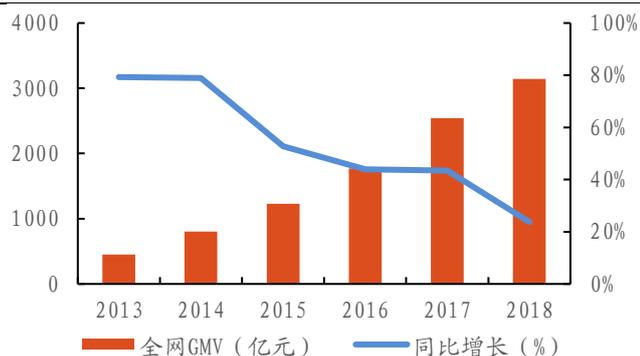
《北京出台便利店利好举措》

2018. 10. 23

【评论】

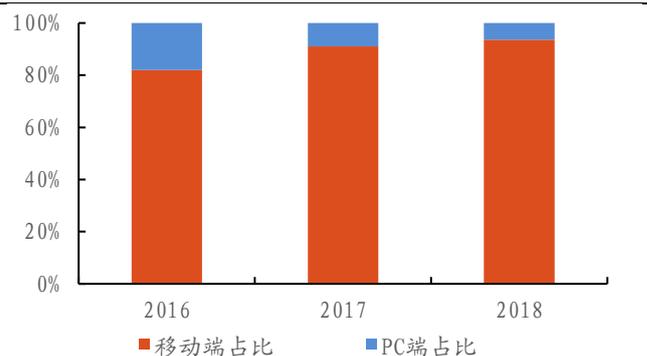
全网来看，本次“双十一”持续周期长，玩法多样，移动端表现强势。根据第三方星图数据，全网双十一销售额同比上升 23.76%，包裹数 13.4 亿个，客单价上升至 234.6 元。其中移动端表现非常强势，移动端消费占比 93.6%，比上年上升 2.6 个百分点。从 10.20 天猫预售开始，到 11 月 15 日京东返场结束，本次“双十一”持续近 1 个月的时间，周期较长，玩法也非常多样，预售、津贴、红包雨、优惠券、“合伙人”等让人目不暇接。从品类上看，手机数码，家用电器和个护美妆合计占据 50.9% 的市场份额。

图表 1: 历年双十一全网 GMV



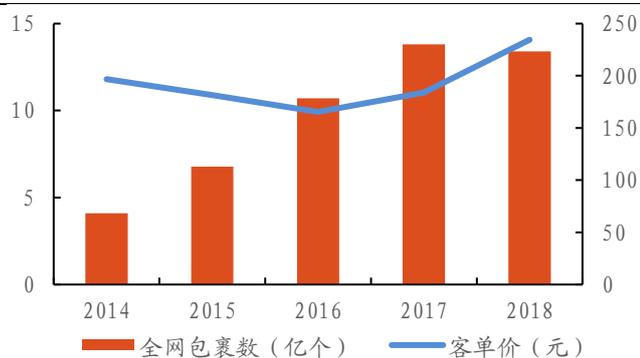
资料来源: 星图数据, 东方财富证券研究所

图表 2: 双十一移动端占比



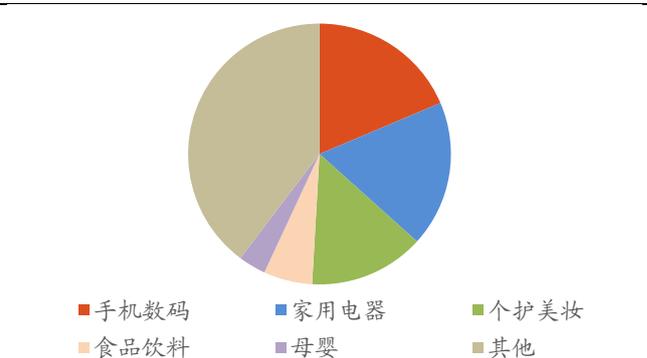
资料来源: 星图数据, 东方财富证券研究所

图表 3: 历年双十一包裹数和客单价



资料来源: 星图数据, 东方财富证券研究所

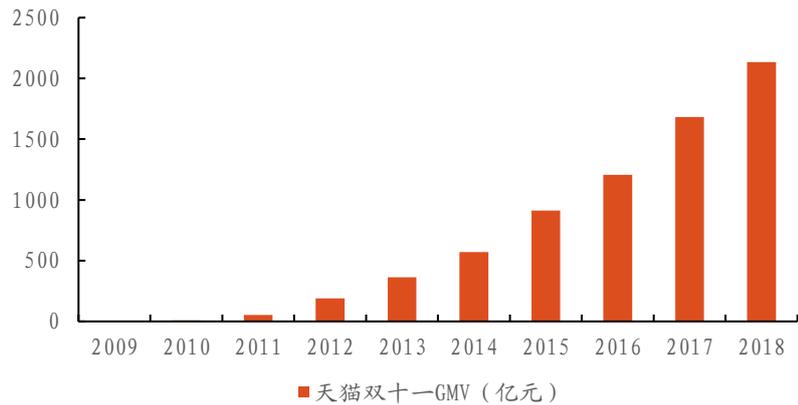
图表 4: 2018 年双十一各品类占比



资料来源: 易观, 东方财富证券研究所

天猫“双十一”第十年，增速符合预期。今年已经是天猫“双十一”的第十个年头，从 2009 年 0.5 亿交易额，27 个品牌参与，到今年 2135 亿成交额，18 万个品牌参与狂欢，天猫通过“造节”开辟了一个持续升温的战场。今年天猫“双十一”交易额突破 10 亿用了 21 秒，比去年快了 7 秒，100 亿用了 2 分 05 秒，比去年快了近 1 分钟，“预售”模式继续引领开场交易量的激增。截至 11 日 24 时，总成交额达到 2135 亿，同比增长 27%，虽在增速上低于前两年的 30%+，但是结合如此大的一个体量和基数来看，今年的成交额增速依然显示了强劲动力。从亮点来看，今年“双十一”阿里继续推进线上线下全渠道联动，20 万家智慧门店、62 家银泰百货、41 家居然之家、近 100 家盒马鲜生、470 余家新零售商超共同加入双十一线下活动，首次参战的居然之家，超额完成此前定下的 100 亿“军令状”，获得 120.23 亿战果。在物流方面，今年 5 月阿里提出菜鸟要全力以赴建设国家智能物流干线网，为每天 10 亿个包裹做好准备，本次双十一天猫订单量首次突破 10 亿，巨大的峰值压力将会进一步助推全国物流体系的升级。

图表 5: 历年天猫双十一 GMV



资料来源: CBNDData, 天猫, 东方财富证券研究所

图表 6: 历年天猫双十一当天物流订单量



资料来源: CBNDData, 天猫, 东方财富证券研究所

图表 7: 2018 年天猫物流实时情况

时间	事件
0: 08	天猫超市首单送达
0: 09	饿了么骑手将双 11 第一杯星巴克送达
0: 12	日日顺送达天猫首个大件订单
0: 13	阿里健康第一单药品送达
0: 30	沪杭等地消费者签收包裹
8: 00	263 个城市已收货
10: 36	物流订单量超过 2016 年
16: 48	物流订单量超过 2017 年
23: 09	物流订单量破 10 亿

资料来源: 公开资料, 东方财富证券研究所

图表 8: 2018 天猫双十一玩法

玩法	内容	时间
预售	付定金, 享立减	10月20日起付定金 11月11日付尾款
津贴	每满 400 减 50 可跨店, 不封顶	10月20日起领取 11月11日使用
优惠券	店铺券、品类券、免息券	10月20日起
红包雨	双十一理想之城 瓜分 2.3 亿红包	11月1-7日
	每天 5 场红包雨 瓜分 6000 万红包	11月8-10日
双十一合伙人	签到、完成任务集能量 瓜分双 11 合伙人 10 亿红包	10月20日起 11月10日0点起可兑换

资料来源: 天猫, 东方财富证券研究所

图表 9: 2018 年双十一各品类排行

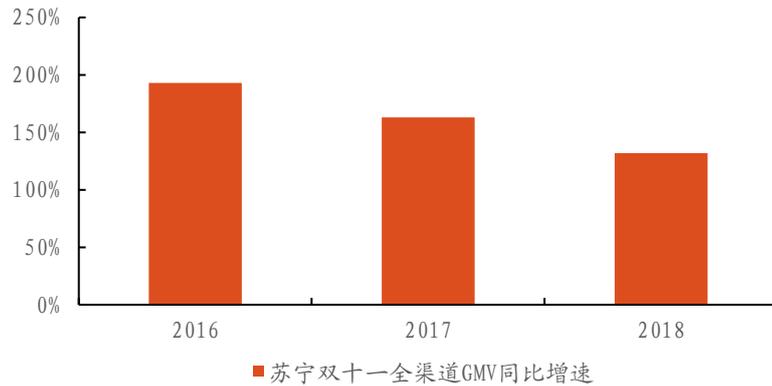
排名	美妆	食品	男装	女装
1	兰蔻	三只松鼠	优衣库	优衣库
2	玉兰油	茅台	GXG	Only
3	欧莱雅	良品铺子	太平鸟	Vero Moda

排名	大家电	小家电	手机	运动户外
1	海尔	美的	苹果	耐克
2	美的	戴森	华为	阿迪达斯
3	小米	科沃斯	小米	安踏

资料来源: 亿邦动力网, 东方财富证券研究所

苏宁“双十一”全渠道销售同比增长 132%。苏宁第 10000 家门店于 11 月 9 日开业，其中包括 4000 多家苏宁易购县镇店，2300 多家苏宁小店，2000 多家家电 3C 家居生活专业店，以及苏宁极物、苏宁影城、苏宁汽车超市等多业态门店，总体形成“两大一小多专”的业态组合。苏宁线下门店作为给消费者提供多种服务的流量入口，在双十一当天服务 5000 万人次，与线上平台联动，共同实现家电整体销售额增长 107%，大快消订单数暴增超过 500%的成绩。根据苏宁物流数据显示，有超过 50 个城市的用户在零点过后的一小时内就收到了包裹。

图表 10: 苏宁双十一同比增速



资料来源: 苏宁, 东方财富证券研究所

本次双十一京东与超过 60 万家线下门店开启无界狂欢，线上累计下单总金额 1598 亿元，同比增长 26%。京东在全网的今年双十一，京东全国规模最大的机器人仓群投入使用，无人仓数量达到 50 个，分布在全国多地，第一架全货机成功首航，大大提升一仓发全国的时效，16 座“亚洲一号”物流中心继续提升订单的处理效率，今年京东物流仓配一体服务订单中，超过 90%实现当日达和次日达，凸显物流实力。

图表 11: 2018 年京东双十一销量排行

排名	销售额	销售件数
1	手机	休闲零食
2	空调	洗发水
3	笔记本	饼干蛋糕
4	平板电脑	连衣裙
5	洗衣机	牙膏

资料来源: 京东, 东方财富证券研究所

图表 12: 京东物流进入全货机时代



资料来源: 京东, 东方财富证券研究所

拼多多公布双十一战报，截至 11 日上午 9 点 25 分，平台 GMV 超越去年全天。双十一期间，平台总物流订单数同比增长超 3 倍。平台上新款 iPhone 的大力度降价激发了消费者的购买热情，双十一期间累积销量突破 20 万台，交易额接近 15 亿元。而另一个亮点，则是农产品，拼多多平台农产品订单量超 4000 万单，其中 1200 万单由全国国家级贫困县通过“产地直发”的方式发出，较去年同比增长 409%。

总结今年“双十一”，各大电商巨头纷纷采取全渠道引流营销，引入本地生活服务平台参与大战，强调物流体系的高效率，也并未出现往年服务器瘫痪的现象。“双十一”不仅仅是消费者的一次购物狂欢节，更是对全电商行业参与者的压力测试，只有不断地去突破极限，才能真正倒逼整个商业基础设施的创新和变革。

【风险提示】

宏观经济增速不及预期；
消费升级趋势不及预期。

西藏东方财富证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格
分析师申明：

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资建议的评级标准：

报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后3到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的3到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500指数为基准。

股票评级

买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅15%以上；
增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于5%~15%之间；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-5%~5%之间；
减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-15%~-5%之间；
卖出：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅15%以上。

行业评级

强于大市：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅10%以上；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%~10%之间；
弱于大市：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上。

免责声明：

本研究报告由西藏东方财富证券股份有限公司制作及在中华人民共和国（香港和澳门特别行政区、台湾省除外）发布。

本研究报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本研究报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的报告之外，绝大多数研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。

那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处为东方财富证券研究所，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。