

美国感恩节购物季

感恩节、黑五、网络星期一的 5 天购物潮线上销售创纪录

作者

何翩翩 分析师
SAC 执业证书编号: S1110516080002
hepianpian@tfzq.com

雷俊成 分析师
SAC 执业证书编号: S1110518060004
leijuncheng@tfzq.com

马赫 分析师
SAC 执业证书编号: S1110518070001
mahe@tfzq.com

人数和消费额度下降，但整体假期购物季仍看好

今年综合市场预测，美国感恩节到年底的假期购物季消费金额将达到 7000-10000 亿美元，同比增加 4-6%。上周感恩节和黑五正式开启了整个假期购物季，据 National Retail Federation(NRF)统计今年感恩节到“网络星期一”的 5 天购物潮的消费人数为 1.65 亿人，平均消费 313.29 美元，对比去年消费人数为 1.74 亿人，平均消费 335.47 美元。尽管人数和消费金额减少，但鉴于消费信心强劲并且今年感恩节到年底时间相比去年多出一个周末，消费力或平滑至整个假期购物季，NRF 仍预期整体消费金额将同比增长 4.3-4.8%。

线下人流同比下降 1%

近年，消费者购物方式也逐渐从以往线下转向线上，据 ShopperTrak 统计，今年感恩节和黑五的实体店人流量较去年减少 1%，鉴于今年多家零售商将促销提前至感恩节当天开始，庞大的交通量集中于各商店感恩节开业时间，也使黑五当日的人流量同比下降 1.7%。

线上销售在网络星期一达到 79 亿美元

据 Adobe Analytics 统计，感恩节线上销售金额达 37 亿美元，同比增长 28%；黑五线上销售金额达 62.2 亿美元，同比增长 23.6%；网络星期一线上销售金额创历史新高达 79 亿美元，同比增长 19.3%。

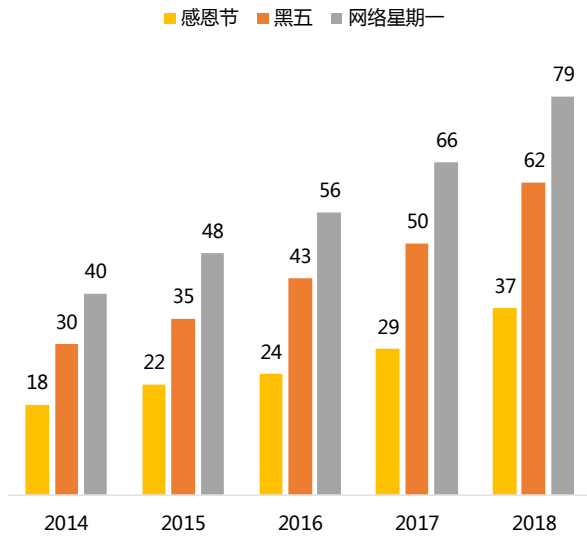
据 Adobe Analytics 预测，今年各家网页的访问量将有 48.3%来自手机、42.9%来自台式机、8.8%来自平板设备；线上消费额将有 27.2%来自手机、63.1%来自台式机、9.6%来自平板设备。随着梅西百货、Target、沃尔玛、和科尔百货等零售商在购物季前投入资金改善 APP，今年透过移动端消费的金额也快速增长。包含亚马逊和沃尔玛等全美 80 家最大网络零售商，感恩节当日通过手机下单的交易额达 10 亿美元、黑五当日交易额达 20 亿美元、网络星期一当日交易量同比增长 55.6%，达 22 亿美元。此外，今年“线上下单，到店取货”的订单量同比增长 65%，反映改善 APP 成功带来线上订单增长。

短期看好消费板块，长期关注防御性和加息进度

我们认为从目前到年底，假期季节可能利好大型消费百货公司和电商，包括沃尔玛、Best Buy, Macy's 和亚马逊等，主要鉴于美国平均薪资上涨以及消费者信心达到短期高点，均对消费数据形成支撑。但明年开始，我们认为市场情况或出现恶化。低失业率将带动薪资上升触发通胀压力、加息将带动企业成本增加，再叠加关税、长期回购和减税效应减弱等负面因素，在盈利面临高基数的情况下，恐不利于美国企业盈利持续增长。我们建议投资者明年在投资美股的时候须谨慎，如上述情况出现，可考虑配置防御性高的必选消费、公用事业、通讯和医药板块或适配避免。但仍须密切关注加息次数或减少，加上油价下行或将舒缓通胀压力。

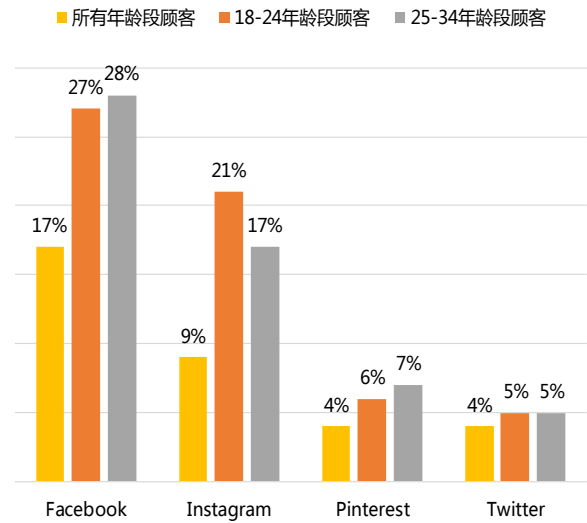
风险提示：公司业绩披露不达预期，加息影响市场情绪

图 1: 历年假期线上消费金额 (亿美元)



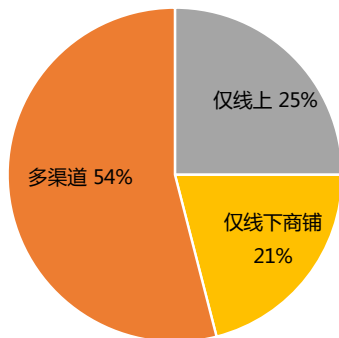
资料来源: Bloomberg, 天风证券研究所

图 2: 使用社交媒体了解感恩节假期促销活动的比例



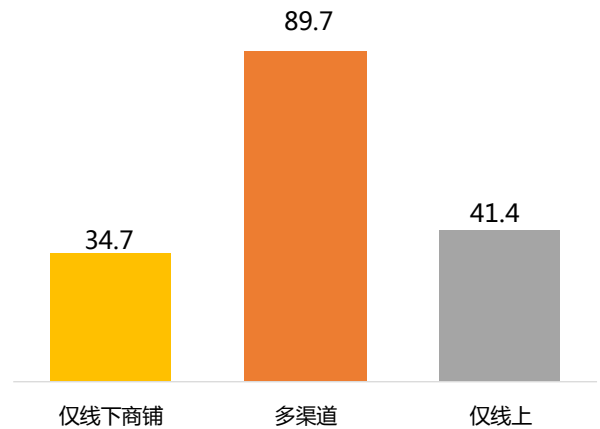
资料来源: NRF 天风证券研究所

图 3: 今年消费者购物方式的占比



资料来源: National Retail Federation, 天风证券研究所

图 4: 今年消费者购物方式的数量 (单位: 百万人)



资料来源: National Retail Federation, 天风证券研究所

1. 购物季的几家欢乐几家愁

1.1. 赢家

亚马逊: 在网络星期一创下其以卖出商品数计算的史上最大购物日, 同时海外订单量也创下单日记录。其中, 亚马逊的智能音箱 Echo Dot 是其创纪录表现的主动能。

沃尔玛、Target: 由于玩具反斗城大量关店, 使沃尔玛和 Target 在今年成功抢占玩具销售市场, Target 更是将 500 多家门店摆放玩具商品的空间多增加约 500 平方英尺。

Best Buy: 电子产品零售商 Best Buy 是电视销售最大赢家。科尔: 在感恩节当日平均每分钟在线卖出 60 个高压锅。

青少年品牌和玩具零售商: 维密的品牌 PINK (母公司 L Brands), Forever 21 和 Abercrombie & Fitch 旗下的 Hollister Co.等年轻服装品牌的实体店人潮众多, 此外 WowWee 的手指猴 Fingerlings 和 MGA Entertainment 的 L.O.L. Surprise 两款玩具是网络

星期一最受欢迎产品，甚至超过任天堂 Switch，Switch 为当日第三。

物流公司：庞大的购物量使物流公司成为大赢家，FedEx 计划增加 55000 个临时员工以应对假期购物季的庞大运量需求，相比去年增加了 5000 人，并且将送货日从一周 5 天调整到 6 天。UPS 则雇佣了 100,000 个季节性员工。

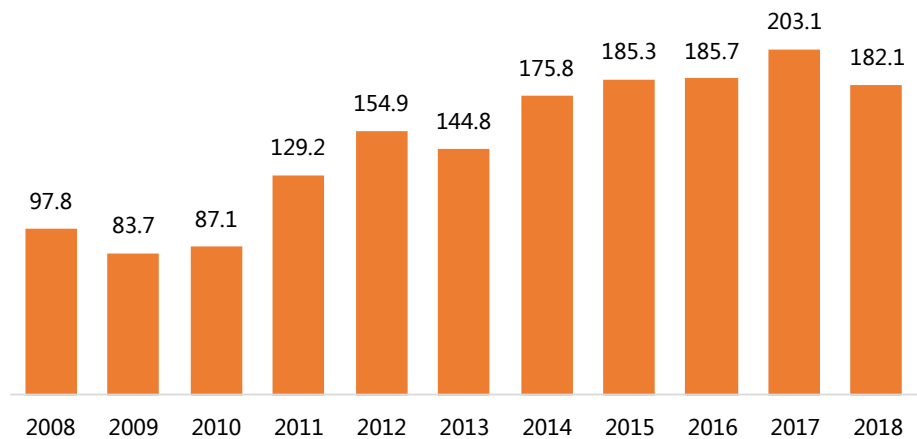
1.2. 输家

实体店：整体实体店人流量下滑，感恩节和黑五的实体店人流量较去年减少 1%。

传统零售商的网页：部分传统零售商的网站无法负荷超出平日的流量，以致于系统崩溃错过线上商机，家居装修品牌 Lowe's 在周五下午出现错误信息，服装品牌 J. Crew 首页也死机，Lululemon 则是在 Facebook 上表示正努力抢救官网的运行，甚至沃尔玛也因为超预期的流量出了些问题。

枪支销售：购买枪支在过去是美国感恩节的传统之一，因为枪支和配件等产品也会在购物季打折。但尽管没有具体销售数据，今年黑五配合枪支销售所要求的背景调查数量减少了 10%，间接反映枪支销售下滑。

图 5：黑五枪支销售背景调查数(千)



资料来源：Bloomberg，天风证券研究所

1.3. 热销产品不是 Tiffany 的钻石戒指，也不是 LV 的包，而是高压锅

厨房用品：高压锅在各大渠道的销售排名都靠前，在沃尔玛数据中更有 32 个州销量第一的产品是高压锅。

玩具：沃尔玛和 Target 都成功抢占今年假期的玩具销售市场。

游戏机：任天堂产品在 5 天购物季卖出一百万个游戏，同比增长 78%，金额达 2.5 亿美元，比去年增长 45%。旗下产品 Switch 更是感恩节当天线上销量最高的产品之一，也是购物季期间电视游戏产品第一，公司预期 Switch 销量将在明年 3 月达 2000 万台。

亚马逊网络星期一最佳销量产品：智能音箱 Echo Dot、AncestryDNA 套件、BOSE 降噪耳机、米歇尔奥巴马的书“Becoming”、经典游戏 Jenga 和高压锅。

2. 各大零售商销售状况和美国电商市场份额预测

2.1. 亚马逊 (AMZN)

亚马逊表示，公司在网络星期一卖出的商品数量创下单日最高记录，并且在感恩节到网络星期一这五天卖出 1.8 亿件商品，比去年同期多出数百万件。目前亚马逊没有公布具体销售金额，此前公司指引假期购物季收入将在 665 亿美元~725 亿美元，低于市场预期的 737.9 亿美元。eMarketer 预测亚马逊今年电商收入将占全美电商市场 48%。

2.2. 沃尔玛 (WMT)

沃尔玛采取诸多新措施应对“黑五”的店内客流拥挤，包括提供地图，在 App 中增加指引系统等，其中较有效是“Check out with me”系统，让顾客可以通过员工的移动终端设备完成结账。另外，公司提前出售 iPhone XS, XS Max 和 iPhone XR 等型号礼品卡，但有消费者反映沃尔玛的存货不足。公司预计今年电商收入增速 40%，部分来源于收购 Jet.com, Bonobos, Modcloth 和 Moosejaw 等品牌贡献。eMarketer 预测沃尔玛今年电商收入将达 209.1 亿美元，占全美电商市场 4%。

2.3. Target (TGT)

Target 的电商收入在感恩节和黑五两天同比增长 47%，任天堂 Switch 游戏机和压力锅都在感恩节当天开店没多久后便售罄。据 eMarketer 预测 Target 今年电商收入将达 52.5 亿美元，占全美电商市场 1%。

2.4. 科尔百货 (KSS)

科尔 CEO 表示，80%在线流量来自移动设备，并且选择在线购买、到店提货的消费者数量创下了纪录。此外，感恩节当天科尔平均每分钟在线卖出 60 个高压锅和 40 个 Fitbit 智能手环。

2.5. 梅西百货 (M)

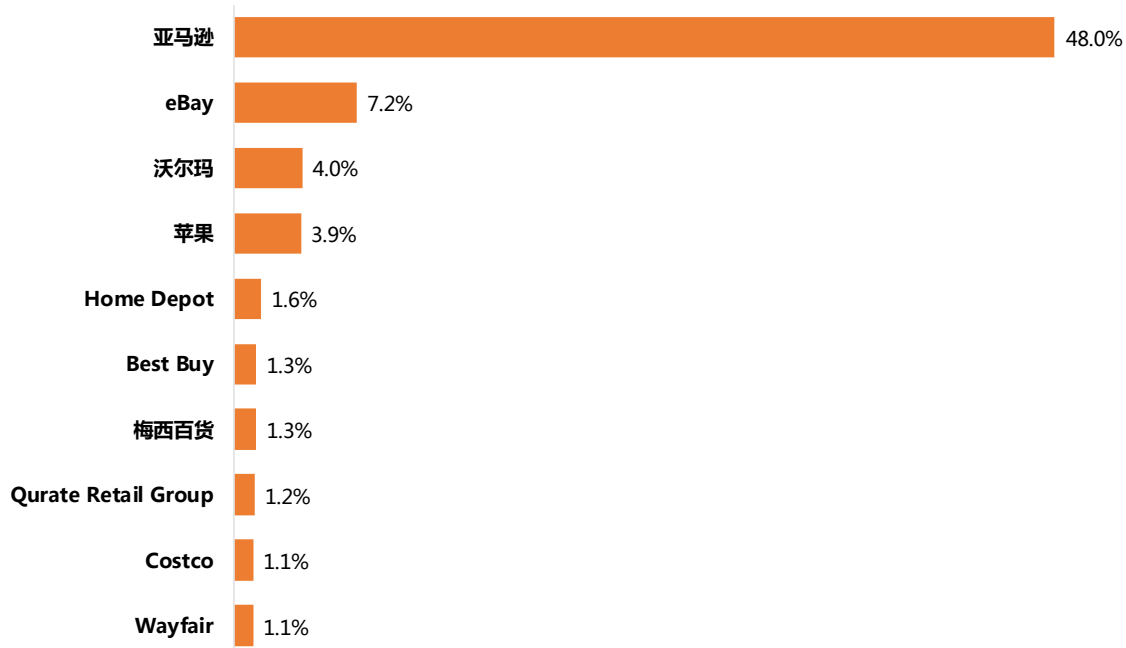
梅西百货表示，今年移动端销售有望超越 10 亿美元，反映增加虚拟实境等手机应用功能成功为其带来收入。路透社报道，公司交易量为感恩节当天第二大，仅次于 Best Buy。eMarketer 预测梅西百货今年电商收入将占全美电商市场 1.3%。

2.6. Best Buy (BBY)

Adobe 数据显示，电子产品零售商 Best Buy 的交易量为感恩节当天最大，据 eMarketer 预测 Best Buy 今年电商收入将占全美电商市场 1.3%。

据 eMarketer 预测，今年美国整体电商销售额将达 5256.9 亿美元，同比增长 16%，并将占美国整体零售市场 9.8%。

图 6：eMarketer 预测 2018 美国前 10 大电商的市场占比



资料来源：eMarketer，天风证券研究所

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们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，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期标普 500 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期标普 500 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

天风证券研究

北京	武汉	上海	深圳
北京市西城区佟麟阁路 36 号	湖北武汉市武昌区中南路 99	上海市浦东新区兰花路 333	深圳市福田区益田路 5033 号
邮编：100031	号保利广场 A 座 37 楼	号 333 世纪大厦 20 楼	平安金融中心 71 楼
邮箱：research@tfzq.com	邮编：430071	邮编：201204	邮编：518000
	电话：(8627)-87618889	电话：(8621)-68815388	电话：(86755)-23915663
	传真：(8627)-87618863	传真：(8621)-68812910	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com