

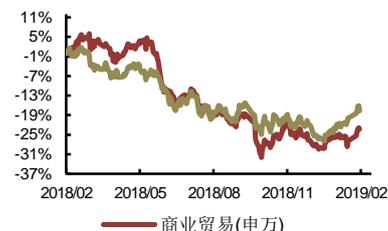
中国互联网趋势报告，抓住市场和用户变迁

行业研究周报

陈文倩 (分析师) 谢海音 (分析师)
010-83561313
chenwenqian@xsdzq.cn xiehaiyin@xsdzq.cn
证书编号: S0280515080002 证书编号: S0280518060001

推荐 (维持评级)

行业指数走势图



相关报告

《电商年货品质提升，低线城市消费增速领先》2019-02-11

《消费是经济增长第一驱动力，服务型消费贡献经济发展新驱动力》2019-01-26

《全年社零破 38 万亿 消费结构持续优化升级》2019-01-27

《三部委电话会议部署促进居民消费，春节期间稳定消费预期》2019-01-20

《发改委拟出台刺激消费新政策 促进和刺激国内消费市场》2019-01-13

《促消费稳定增长 消费结构进一步优化》2019-01-06

● 一周指数运行

本周 (02/11-02/15) 商业贸易 (sw) 指数上涨 5%，同期沪深 300 上涨 2.81%，上证综指上涨 2.45%，深证成指上涨 5.75%，中小板指数上涨 6.18%，创业板指数上涨 6.81%。商业贸易板块跑赢大盘，商贸板指相较沪深 300 指数上涨 2.19%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名 15 名 (上周 17)，板块估值 16.26，上证综指估值 11.91。

● 春节消费提质升级明显 消费者选择更加多元化

2019 年春节黄金周期间，全国零售和餐饮企业销售总额首次突破万亿。

据商务部发布的数据，2019 年春节黄金周期间 (2 月 4 日至 10 日)，全国零售和餐饮企业实现销售额约 10050 亿元，比 2018 年春节黄金周增长 8.5%。在春节消费平稳较快增长的同时，新的亮点也凸显出来：商品消费更重品质；餐饮消费更显年味；旅游观影等体验消费更受青睐。网络消费、定制消费、体验消费、智能消费等新兴消费亮点纷呈。

春节期间银联网络交易总金额破万亿元。 网联处理跨机构支付交易 45.5 亿笔，4.5 亿人参与集支付宝五福活动，8.23 亿人收发微信红包。电商大数据显示，春节消费市场正处在从量变到质变的过程中，消费者的选择更加多元化和品质化，4-6 线城市消费增速领先，核心消费人群年轻化。

● 大数据揭秘“浪漫”经济：悦己消费成新趋势

2019 年情人节六成鲜花被女性买走；新表白神器“出炉”，水光针瘦脸针等医美服务成热销爆款；个性定制成为 2019 年情人节礼物的新风潮，二次元手办、提供刻字服务的小众香水迎合新生代需求。

● 2019 中国互联网趋势报告，抓住市场和用户变迁

腾讯·企鹅智库正式发布长达 205 页的《2019-2020 中国互联网趋势报告》。这是一份聚焦于未来两年，市场和用户变迁的最新数据和研究。

从报告中提供的核心发现我们可以了解，未来互联网消费市场研究聚焦的核心一个是用户的年龄细分，用户随着年龄和身份的转换对消费变化的影响；另一个是消费市场渠道分发变化，从过去的电脑发展到现在手机为主，从过去的偏静态的文字、页面广告到现在的动态视频吸引客群。视频这一动态立体化营销手段的发展，我们认为这是线上消费为消费者打造更加接近实体消费的消费体验。

● 行业新闻及产业动态

苏宁易购收购万达百货全部 37 家门店，发力全场景零售 (极客网)

美国经济增长前景在令人失望的零售数据后减弱 (友财网)

京东 27 亿收购北京翠宫饭店 100% 股权 (亿邦动力网)

速卖通曝光俄罗斯站重点卖家及商品招募政策 (亿邦动力网)

● 风险提示：宏观经济风险；消费下行风险；公司业绩不及预期

目 录

1、 投资策略、推荐逻辑及个股.....	3
1.1、 核心观点及投资策略.....	3
1.2、 春节消费报告：80 后是绝对主力 90 后占境外消费 4 成.....	3
1.3、 大数据揭秘“浪漫”经济：悦己消费成新趋势，超 7 成单身“80 后”会送花给自己.....	4
1.4、 2019 中国互联网趋势报告，解读未来 16 大机会.....	5
1.5、 重点推荐组合.....	6
2、 行业新闻及产业动态.....	6
3、 上市公司大事提醒.....	12
4、 风险提示.....	12

图表目录

图 1： 80 后成主力 消费占 4 成.....	4
图 2： 60 后、50 后最顾家，囤起年货度新春.....	4
图 3： 不同年龄段人群情人节表现.....	5
图 4： 2019 情人节出游年龄占比.....	5
图 5： 按总市值排序区间涨跌幅，商贸涨跌幅排第 15 位（前一周 17 位）.....	8
图 6： 商贸零售与大盘指数周涨跌幅（%）.....	9
图 7： 商贸零售子行业周涨跌幅（按市值排序%）.....	9
表 1： 商贸零售（SW）一周涨跌幅.....	8
表 2： 商贸零售个股每周涨跌前十.....	9
表 3： 大盘周涨跌幅（%）.....	9
表 4： 商贸零售子行业周涨跌幅（%，按市值排序）.....	10
表 5： 2018 年年报预披.....	10
表 6： 每周上市公司大事提醒.....	12

1、投资策略、推荐逻辑及个股

1.1、核心观点及投资策略

本周(02/11-02/15)商业贸易(sw)指数上涨5%，同期沪深300上涨2.81%，上证综指上涨2.45%，深证成指上涨5.75%，中小板指数上涨6.18%，创业板指数上涨6.81%。商业贸易板块跑赢大盘，商贸板指相较沪深300指数上涨2.19%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名15名(上周17)，板块估值16.26，上证综指估值11.91。

本周的申万一级行业中，除银行板块略有下跌外，其余行业板块均录得正涨幅。商贸行业涨跌幅排名较上周17名上升至15名。商贸子行业板块均录得正涨幅，其中百货和贸易子版块涨幅超过商贸板块。

本周个股周涨幅超过10%的有9支(上周2支)；个股周跌幅超5%有1支(上周27支)，春节后第一周股市迎来“红包行情”，除秋林集团下跌6.44%外，其余商贸行业股票均录得正涨幅。

2019年春节黄金周期间，全国商品市场保持平稳较快增长。据商务部监测，除夕至正月初六(2月4日至10日)，全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元，较2018年同期增长8.5%。2019年春节黄金周，全国零售和餐饮企业销售总额首次突破万亿，但增速较2018年下滑1.7个百分点。此外，2019年春节文娱消费成为支出新热点，旅游消费持续走高。在银联网络交易中，滑雪、健身等运动类消费金额较2018年同期增长了1.2倍，赏话剧、看电影等文娱消费金额与2018年同期相比增幅超1倍；旅行社、大型景区售票、宾馆住宿等与旅行相关消费金额同比增长超过九成。

饮食、购物、出行、娱乐四大类消费是春节期间支出的主力军，4-6线城市的增长速度领先。消费成为拉动经济增长的重要力量，对消费潜力的判断也应从新角度去发现增长空间。我们认为线上线下再平衡是大势所趋，消费品质升级与结构化具有持续性，对应A股商贸零售行业可关注：苏宁易购、家家悦、天虹股份、永辉超市等。更加注重消费者体验、渠道下沉、大数据AI赋能的新零售企业将取得远高于行业均值的增长速度。

1.2、春节消费报告：80后是绝对主力 90后占境外消费4成

腾讯金融科技最新发布的一份《2019年春节消费报告》，统计了腊月二十三(小年)至正月初六期间，用户通过微信和QQ钱包，在电商、商超、餐饮、娱乐、出行等场景的消费情况。

根据《2019年春节消费报告》：

1、用户在除夕前的一周消费呈明显递增趋势，主要用于置办年货等消费支出；而除夕至初五消费趋于平稳，与节前相比呈明显下降；初六因节后返程交通出行等需求增大而出现整体消费增长。

2、春节期间消费总额位居前十名的城市有上海市、北京市、深圳市、天津市、广州市、宿迁市、杭州市、成都市、重庆市、东莞市。其中，上海人消费力最强，超越北京人的购买力位列第一，且是北京人消费的近4倍。宿迁市、东莞市等城市则出人意料地排在了全国前十。

3、春节期间，70、80、90 后用户是主力消费人群，消费额占比近 90%。报告数据显示，80 后最能“花”，占据 2019 年春节期间总消费的 4 成，成为消费的绝对主力人群；其次，00 后在消费上已超越了 50 后，成为仅次于 80 后、70 后、90 后和 60 后的消费人群。此外，90 后最爱“玩”，90 后交通出行成本占比最高，达到 30.64%，主要用于机票、火车票、打车等消费。60 后、50 后最顾家，他们最爱商超购物，一半以上的春节消费都用于商超消费，占比分别达到 60.27%、50.81%。

4、随着微信支付跨境业务已支持 49 个境外国家和地区的合规接入，支持 16 个币种的交易，为国人出行提供了巨大便利。《2019 年春节消费报告》显示，90 后最热衷出境跨年，他们成为境外消费的绝对主力，支付笔数占比超 4 成，达到 40.09%。

图1: 80 后成主力 消费占 4 成



资料来源：《2019 年春节消费报告》、新时代证券研究所

图2: 60 后、50 后最顾家，囤起年货度新春



资料来源：《2019 年春节消费报告》、新时代证券研究所

1.3、大数据揭秘“浪漫”经济：悦己消费成新趋势，超 7 成单身“80 后”会送花给自己

2019 年情人节消费呈现新的趋势：“悦己型”消费悄然崛起，2019 年情人节六成鲜花被女性买走；新表白神器“出炉”，水光针瘦脸针等医美服务成热销爆款；个性定制成为 2019 年情人节礼物的新风潮，二次元手办、提供刻字服务的小众香水迎合新生代需求。

新表白神器：4J 车厘子、医美服务成趋势爆款。情人节前夕，淘宝天猫发布了 2019 十大“表白神器”，其中“可以吃玫瑰”、医美服务、情趣用品等成为这个情人节的新趋势爆款。同时，已有超过 1200 万对情侣绑定了淘宝亲情账号，承包另一半的心愿。这种“花式撒狗粮”的浪漫经济，正在成为拉动 GDP 的一股新生力量。

“另类”消费：6 成情人节鲜花被女性买下，只为悦己。日前，淘宝发布《2019 情人节鲜花大赏》，对于当前的年轻人而言，鲜花不再只能买给恋人，超 7 成 80 后单身人士会买花送自己；而情人节鲜花消费市场也不再是男性的主场，女性消费者一举抢占了鲜花消费 C 位，6 成情人节鲜花被女性买下，只为悦己。据淘宝数据显示，2017 年，情人节鲜花消费中 70% 为男性；而仅仅过了 2 年，2019 年情人节鲜花消费群中有 60% 的女性。

70 后 80 后成浪漫主力军，酒店预订火爆。除了送鲜花、看电影、吃大餐等传

统约会标配，来一场温馨浪漫的旅行，日益成为年轻情侣的消费“新宠”，也正掀起春节后错峰游一波小高潮。从途牛旅游截至目前国内游的预订情况看，三亚、厦门、丽江、桂林、大理、重庆、广州、昆明、西安、北京等目的地较受情人节出游用户欢迎。景区方面，天涯海角、蜈支洲岛、亚龙湾热带天堂森林公园、丽江古城、洱海、大理古城、鼓浪屿、漓江、南普陀寺等人气火爆。

旅游过情人节不只是年轻人的专利。携程国内、出境游订单显示，情人节旅游，80后占比最高，为27%。00后开始超越90后，加入“撒狗粮”队伍，占比为21%。值得一提的是，“老情人”过节热情不输年轻人，60后、70后占到26%。“不少到门店报名的老年夫妻，会特别提到情人节希望有特殊布置和安排。”携程旅游门店的负责人介绍，有钱有闲的中老年人也追求重温浪漫，已经成为情侣蜜月旅游的重要消费人群。也有不少是子女下单送爸妈去过“二次蜜月”。

图3：不同年龄段人群情人节表现



资料来源：wind、新时代证券研究所

图4：2019情人节出游年龄占比



资料来源：wind、新时代证券研究所

1.4、2019 中国互联网趋势报告，解读未来 16 大机会

2019年1月，腾讯·企鹅智库正式发布长达205页的《2019-2020 中国互联网趋势报告》。这是一份聚焦于未来两年，市场和用户变迁的最新数据和研究。

从报告中提供的核心发现我们可以了解，未来互联网消费市场研究聚焦的核心一个是用户的年龄细分，用户随着年龄和身份的转换对消费变化的影响；另一个是消费市场渠道分发变化，从过去的电脑发展到现在手机为主，从过去的偏静态的文字、页面广告到现在的动态视频吸引客群。视频这一动态立体化营销手段的发展，我们认为这是线上消费为消费者打造更加接近实体消费的消费体验。

报告核心发现：

- 1、中国的移动互联网红利正在向新板块迁移；在一二线城市，18-40岁的核心用户中，互联网红利日益稀少；
- 2、老年网民的增长比我们想象的更快，不论规模还是消费能力，他们都有可能成为未来红利中最大的一块；
- 3、在低年龄段上，红利从年轻流向低幼，更多10岁以下儿童及其父母，在互联网上消费内容、购买服务；
- 4、庞大的初中及以下学历网民，对手机很依赖。互联网不仅为他们提供娱乐，还影响着他们的消费和认知；

- 5、五线及以下城市，包括农村，是互联网新热土。那里的年轻人同样习惯了熬夜，拥有更多需要填满的时间；
- 6、中国互联网未来族群化将进一步加速。包括亚文化带来的圈层消费，追星带来的偶像经济；
- 7、宏观经济的走势，将影响网民在互联网上的消费选择（升级或降级），和消费密度（进一步网络化）；
- 8、母亲身份网民群体扩大和消费导向转移（从个人到孩子），会给互联网母婴、教育等消费带来更大利好；
- 9、随着新网民进入，移动互联网消费将从“碎片化”转向“板块化”，超长和超短内容收缩，中型内容崛起；
- 10、技术普遍成熟，将在基础层给互联网创新提供更高效率，但在前端，模式创新的关键还是抓住新网民；
- 11、移动支付将全面普及，把线下零售高效接入互联网体系，整个市场将开启线上线下一体化阶段；
- 12、绕过中间渠道，直接与消费者兑换获客成本的模式会更流行，新网民更分散，更依赖收益驱动的社交触达；
- 13、轻度娱乐，包括休闲类游戏和低门槛视频，在低幼、银发等新网民中更易落地，在接下来有更大机会；
- 14、智能手机对新网民（低幼、银发等）还是复杂，更简单交互，提供特定内容的智能硬件，将迎来机会；
- 15、互联网将孤岛连成大陆，但信息冗余日益严重。未来，服务关系链的“群岛式”产品，有机会崛起；
- 16、视频对图片/文字的侵蚀还将持续并极有可能加速，在新网民中，视频可能是他们触网的第一介质。

1.5、重点推荐组合

家家悦、天虹股份、苏宁易购。

2、行业新闻及产业动态

1. 苏宁易购收购万达百货全部 37 家门店，发力全场景零售（极客网）

2 月 12 日，苏宁易购董事长张近东在新春团拜会上宣布，苏宁易购正式收购万达百货有限公司下属全部 37 家百货门店，构建线上线下到店到手全场景的百货零售业态，为用户提供更丰富的数字化、场景化购物体验。

苏宁方面表示，这是苏宁 2019 全场景零售布局的重要落子。苏宁一直致力于构建全场景智慧零售生态系统，实现从线上到线下，从城市到乡镇的全覆盖，为用户搭起随时可见、随时可触的智慧零售场景，满足在任何时间、任何地点、任何服务的需求。

而此次收购万达百货，毫无疑问在快速锁定优质线下场景资源的同时，进一步

推进商品供应链变革，更能够为上市公司带来收益增厚。

http://sh.qihoo.com/pc/908cdc900ca055768?cota=3&sign=360_e39369d1&refer_scene=so_3

2. 美国经济增长前景在令人失望的零售数据后减弱（友财网）

2月14日，美国政府公布的一份报告显示，12月美国

零售销售较上月下滑9年来最多，这是一个潜在的警告信号，因为消费者支出占美国经济的很大一部分。美国股市下跌，公债上涨，因该数据逊于所有预估，促使分析师下调对第四季经济增长的追踪预估。

这些数据可能反映了12月份消费者的担忧，包括政府关门、12月股市出现上世纪30年代以来最大跌幅。与此形成鲜明对比的还有前几个月零售业的强劲表现，以及就业和工资增长等其他经济数据，这些数据表明消费者有能力消费。

<http://finance.eastmoney.com/a/201902151044760932.html>

3. 情人节众生相：鲜花新零售解救“急、忙、宅”单身人群自有打算（每日经济新闻）

2月14日，《每日经济新闻》记者实地走访了北京、上海两地的多家花店后发现，情人节前后，市场上的鲜花价格大幅增长，其中热销的玫瑰花价格上涨最多，几乎为平常价格的3倍。

来自京东大数据研究院数据显示，在情人节来临前，京东上的花卉销量环比增长达339%。永生花、花束礼盒以及不同颜色的混搭玫瑰成为最受欢迎的三种花卉商品，销量环比增长均超过10倍以上。美团闪购方面负责人告诉《每日经济新闻》记者，内敛含蓄的国人在表达爱意方面也越发的开放，也是不断释放出鲜花市场潜力的原因。

而值得注意的是，随着鲜花电商供应链体系的完善，以及本地生活平台对城市配送时速的提升，网上买花也渐成主流。来自淘宝的《2019情人节鲜花大赏》数据显示，相比二三线城市消费者喜欢提前预定鲜花，一线及省会城市消费者则更加偏爱“同城配送”，享受“当天下单，当天送达”服务。此外，美团闪购数据也显示，2019年情人节鲜花预定量同比2018年增幅高达227%，各类电商的发展使得鲜花消费更加便捷。

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1625428442855287750&wfr=spider&for=pc>

4. 京东27亿收购北京翠宫饭店100%股权（亿邦动力网）

亿邦动力通过天眼查网站发现，北京京东尚科信息技术有限公司（以下简称“京东尚科”）27亿元获得了北京翠宫饭店有限公司100%股权，京东尚科已成为北京翠宫饭店的唯一股东。

据悉，本次的收购方京东尚科为北京京东世纪贸易有限公司全资控股子公司，法定代表人为刘强东。据天眼查网站显示，北京翠宫饭店于2018年11月26日在北京产权交易所挂牌出售已为其二度挂牌。挂牌转让方为海淀国资经管中心，转让底价为26.83亿元。

<https://mp.weixin.qq.com/s/65XPFmC6FEfUcNdMMSzqTg>

5. 速卖通曝光俄罗斯站重点卖家及商品招募政策（亿邦动力网）

日前，速卖通于其卖家官网中公开了今年速卖通俄罗斯的新规划。

第一，成立合资公司。合资公司拟在俄罗斯建立集、社交媒体和游戏娱乐为一体的一站式平台。未来会有更多的新玩法、新流量供给。

第二，跨境运营新团队。速卖通方面表示，速卖通俄文站已成立跨境运营新团队，旨在更好的连接跨境商家与买家市场。

第三，优质商家招募。针对跨境优质商家，速卖通方面表示会开展更深度的合作。对此，速卖通俄罗斯会与卖家点对点制定合作方案，提升其俄罗斯市场销售份额。

第四，物流体验升级。速卖通会联合菜鸟物流持续提升物流时效，打造更有竞争力的新线路。

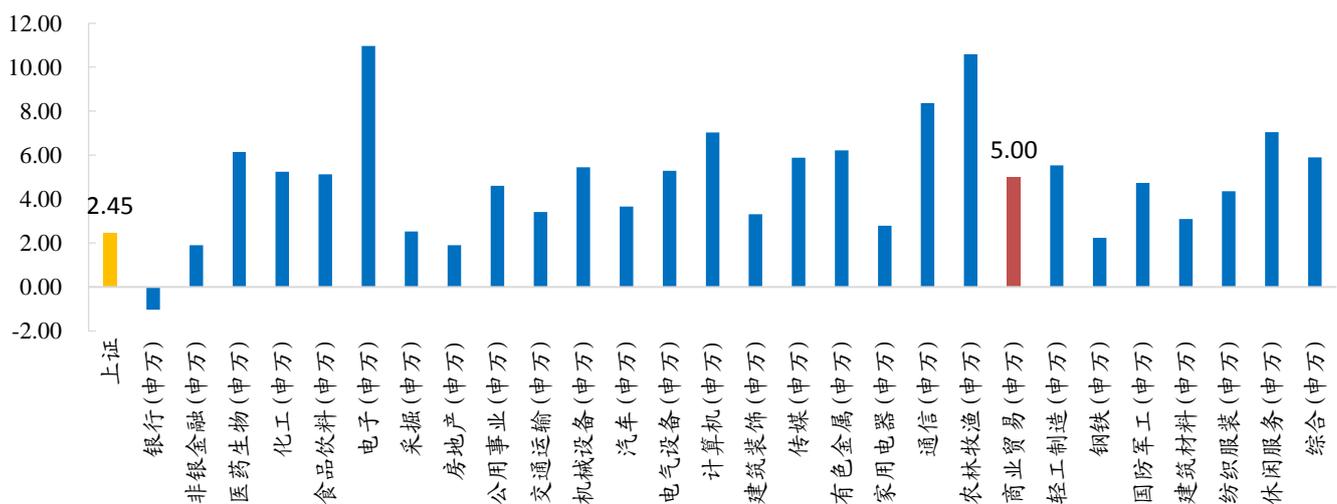
<https://mp.weixin.qq.com/s/65XPFmC6FEfUcNdMMSzqTg>

表1: 商贸零售 (SW) 一周涨跌幅

时间	801200.SI SW 商业贸易	CI005014.WI CS 商贸零售	882109.WI Wind 零售业	399006.SZ 创业板指数	399300.SZ 沪深 300	000001.sh 上证综指
11/02/2019	2.15	1.99	2.18	3.53	1.82	1.36
12/02/2019	1.37	1.41	1.89	1.23	0.72	0.68
13/02/2019	1.40	1.39	1.12	1.91	2.00	1.84
14/02/2019	0.42	0.47	0.57	0.31	0.15	-0.05
15/02/2019	-0.43	-0.56	-0.64	-0.30	-1.86	-1.37
一周涨跌幅	4.9956	4.78	5.20	6.81	2.81	2.45
收盘指数	3215.70	3950.18	3383.36	1357.84	3338.70	2682.39

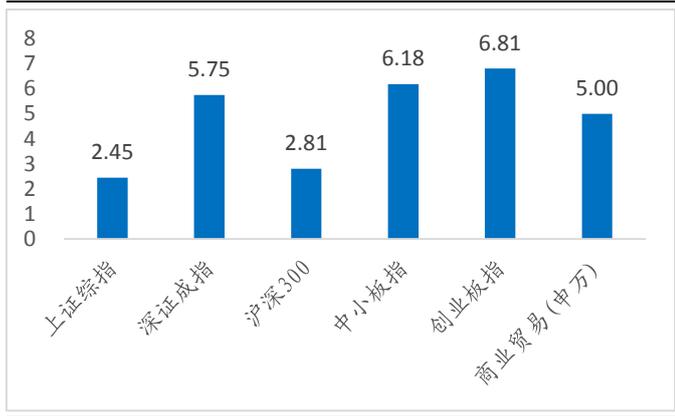
资料来源: wind、新时代证券研究所

图5: 按总市值排序区间涨跌幅, 商贸涨跌幅排第 15 位 (前一周 17 位)



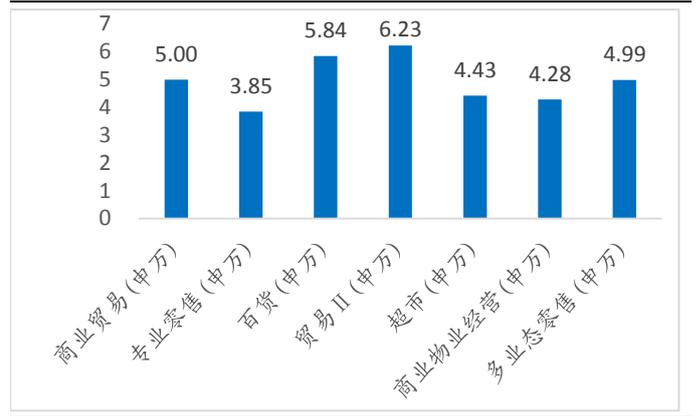
资料来源: wind、新时代证券研究所

图6: 商贸零售与大盘指数周涨跌幅(%)



资料来源: wind、新时代证券研究所

图7: 商贸零售子行业周涨跌幅(按市值排序%)



资料来源: wind、新时代证券研究所

表2: 商贸零售个股每周涨跌前十

涨幅前十				跌幅前十			
股票代码	证券简称	周涨幅 (%)	19PE	股票代码	证券简称	周涨幅 (%)	19PE
600898.SH	国美通讯	26.11	-32.28	600891.SH	秋林集团	-6.44	30.88
000785.SZ	武汉中商	24.06	7.17	600655.SH	豫园股份	0.37	22.85
600280.SH	中央商场	18.26	124.23	000861.SZ	海印股份	0.40	22.54
000626.SZ	远大控股	16.72	-9.61	600693.SH	东百集团	1.14	32.18
600247.SH	*ST成城	12.85	6.05	600858.SH	银座股份	1.41	49.22
600738.SH	兰州民百	12.82	4.13	600861.SH	北京城乡	1.46	37.65
000560.SZ	我爱我家	12.06	21.51	600729.SH	重庆百货	1.83	13.47
002094.SZ	青岛金王	11.36	18.85	002127.SZ	南极电商	1.92	31.71
002091.SZ	江苏国泰	10.12	10.67	002697.SZ	红旗连锁	2.10	25.56
300413.SZ	芒果超媒	9.33	42.94	600785.SH	新华百货	2.10	25.11

资料来源: wind、新时代证券研究所

表3: 大盘周涨跌幅(%)

证券代码	证券简称	收盘	区间涨跌幅 (周%)	区间涨跌幅 (月%)	区间涨跌幅 (年%)	区间涨跌幅 (年初至今%)
000001.SH	上证综指	2682.39	2.45	5.78	-16.15	7.56
399001.SZ	深证成指	8125.63	5.75	9.67	-22.11	12.24
000300.SH	沪深300	3338.70	2.81	8.83	-15.84	10.90
399005.SZ	中小板指	5313.99	6.18	10.26	-25.02	12.99
399006.SZ	创业板指	1357.84	6.81	8.98	-17.55	8.58
801200.SI	商业贸易(申万)	3215.70	5.00	3.66	-21.89	7.95

资料来源: wind、新时代证券研究所

表4: 商贸零售子行业周涨跌幅(%, 按市值排序)

证券代码	证券简称	收盘	区间涨跌幅 (周%)	区间涨跌幅 (月%)	区间涨跌幅 (年%)	区间涨跌幅 (年初至今%)
801200.SI	商业贸易(申万)	3215.70	5.00	3.66	-21.89	7.95
801204.SI	专业零售(申万)	8018.17	3.85	5.05	-16.08	12.09
852031.SI	百货(申万)	2535.55	5.84	3.97	-30.41	8.01
801202.SI	贸易II(申万)	3487.16	6.23	2.57	-24.82	6.22
852032.SI	超市(申万)	14351.26	4.43	4.00	-22.30	8.45
801205.SI	商业物业经营(申万)	734.77	4.28	2.82	-19.01	8.22
852033.SI	多业态零售(申万)	2295.90	4.99	3.24	-14.78	4.62

资料来源: wind、新时代证券研究所

表5: 2018 年年报预披

证券代码	证券简称	年报业绩预告类型	业绩预告摘要	预告净利润 变动幅度(%)
000061.SZ	农产品	预增	净利润约 4200 万元~6300 万元,增长 202.33%~353.50%	353.5
000516.SZ	国际医学	预增	净利润约 202000 万元~212000 万元	5389.64
000560.SZ	我爱我家	预增	净利润约 60100 万元~66000 万元,增长 724.52%~805.47%	805.47
000759.SZ	中百集团	预增	预计净利润为 46,800 万元~47,800 万元,增长 591.83%~606.62%	606.62
000906.SZ	浙商中拓	预增	净利润约 27720.00 万元~31185.00 万元,增长 60%~80%	80
002024.SZ	苏宁易购	预增	净利润约 1278752.88 万元~1320878.04 万元,增长 203.56%~213.56%	213.56
002127.SZ	南极电商	预增	净利润约 83000 万元~95000 万元,增长 55.35%~77.81%	77.81
002640.SZ	跨境通	预增	净利润约 112649.06 万元~135178.87 万元,增长 50.00%~80.00%	80
002697.SZ	红旗连锁	预增	净利润约 24739.49 万元~31336.68 万元,增长 50.00%~90.00%	90
600250.SH	南纺股份	预增	净利润约 16000 万元~20600 万元,增长 71%~120%	120
600738.SH	兰州民百	预增	净利润约 158344.61 万元~162344.61 万元,增长 1003.86%~1031.75%	1031.75
600865.SH	百大集团	预增	净利润约 11125 万元~12092 万元,增长 130%~150%	150
600981.SH	汇鸿集团	预增	净利润约 110500 万元~125300 万元,增长 50%~70%	70
002091.SZ	江苏国泰	略增	净利润约 85172.54 万元~108401.41 万元,增长 10.00%~40.00%	40
002187.SZ	广百股份	略增	净利润约 17387.25 万元~20864.7 万元,增长 0.00%~20.00%	20
002251.SZ	步步高	略增	净利润约 14645.33 万元~19038.93 万元,增长 0.00%~30.00%	30
002344.SZ	海宁皮城	略增	净利润约 31632.54 万元~40670.41 万元,增长 5.00%~35.00%	35
002419.SZ	天虹股份	略增	净利润约 71819.26 万元~107728.89 万元,增长 0.00%~50.00%	50
002818.SZ	富森美	略增	净利润约 71000 万元~75000 万元,增长 9.03%~15.17%	15.17
300413.SZ	芒果超媒	略增	净利润约 86000 万元~96000 万元,变动幅度为:20.28%~34.27%	34.27
300622.SZ	博士眼镜	略增	净利润约 5700 万元~6200 万元,变动幅度为:9.2%~18.78%	18.78
600655.SH	豫园股份	略增	净利润约 286000 万元~318000 万元,增长 0.7%~12.0%	12
600710.SH	苏美达	略增	净利润约 44999.96 万元左右,增长 26%左右	26
002561.SZ	徐家汇	续盈	净利润约 20161.49 万元~27277.31 万元,变动幅度为 -15.00%~15.00%	15
000626.SZ	远大控股	扭亏	净利润约 1000 万元~4900 万元	125.436
002264.SZ	新华都	扭亏	净利润约 1000 万元~3000 万元	157.2045

证券代码	证券简称	年报业绩预告类型	业绩预告摘要	预告净利润变动幅度(%)
300022.SZ	吉峰科技	扭亏	净利润约 1050 万元~1550 万元	134.6826
600247.SH	*ST 成城	扭亏	净利润约 1600 万元	122.5562
600778.SH	*ST 友好	扭亏	净利润约 4300 万元左右	108.8508
600857.SH	宁波中百	扭亏	净利润约 3600 万元左右	107.8842
002336.SZ	人人乐	续亏	净利润约-36000 万元~-28000 万元	47.9952
000564.SZ	供销大集	略减	净利润约 75000 万元~112500 万元,下降 20.47%~46.98%	-46.98
002277.SZ	友阿股份	略减	净利润约 45209.04 万元~56511.05 万元,下降 0%~20%	-20
000058.SZ	深赛格	预减	净利润约 7200 万元~9360 万元,下降 57.37%~67.21%	-67.21
000785.SZ	武汉中商	预减	净利润约 6500 万元~8000 万元,下降 77.62%~81.82%	-81.82
200058.SZ	深赛格 B	预减	净利润约 7200 万元~9360 万元,下降 57.37%~67.21%	-67.21
600861.SH	北京城乡	预减	净利润约 3673.2 万元~4573.2 万元,下降 46.03%~56.65%	-56.65
603031.SH	安德利	预减	净利润约 650.00 万元~880.00 万元,下降 77.24%~83.19%	-83.19
000829.SZ	天音控股	首亏	净利润约-26000 万元~-20000 万元,下降 185.40%~211.02%	-211.02
002416.SZ	爱施德	首亏	净利润约-9500.00 万元~-6500.00 万元	-125.068
600058.SH	五矿发展	首亏	净利润约-68300 万元左右	-2079.02
600122.SH	宏图高科	首亏	净利润约-60000 万元~-40000 万元	-198.652
600241.SH	时代万恒	首亏	净利润约-16500 万元左右	-946.154
600280.SH	中央商场	首亏	净利润约-35000 万元~-25000 万元	-246.485
600306.SH	商业城	首亏	净利润约-12071 万元左右	-246.487
600608.SH	ST 沪科	首亏	净利润约-270 万元~-245 万元	-104.332
600682.SH	南京新百	首亏	净利润约-136000 万元~-96000 万元,下降 196%~244%	-244
600712.SH	南宁百货	首亏	净利润约-4100 万元左右	-2415.32
600821.SH	津劝业	首亏	净利润约-28000 万元~-25000 万元	-3324.8
600898.SH	国美通讯	首亏	净利润约-35000 万元~-25000 万元	-2911.99
600628.SH	新世界	不确定	累计净利润不确定	

资料来源: wind、新时代证券研究所

3、上市公司大事提醒

表6: 每周上市公司大事提醒

(02/17)周日	(02/18)周一	(02/19)周二	(02/20)周三	(02/21)周四	(02/22)周五	(02/23)周六
	供销大集 (000564):股东大会互联网投票起始		汇鸿集团 (600981): 股东大会现场会议登记起始	银座股份 (600858): 股东大会现场会议登记起始"	汇鸿集团 (600981): 股东大会互联网投票起始	
	东方创业 (600278): 股东大会召开		兰州民百 (600738): 股东大会召开		汇鸿集团 (600981): 股东大会召开	
	东方创业 (600278): 股东大会互联网投票起始		兰州民百 (600738): 股东大会互联网投票起始		银座股份 (600858): 股东大会召开	
	时代万恒 (600241): 股东大会召开					
	时代万恒 (600241): 股东大会互联网投票起始					
	供销大集 (000564): 股东大会召开					

资料来源: 新时代证券研究所

4、风险提示

宏观经济风险; 消费下行风险; 公司业绩不及预期。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，新时代证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。

因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师声明

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及新时代证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

分析师介绍

陈文倩，商贸零售分析师，美国伊利诺伊州立大学 MBA，2009 年开始从事券商行业研究工作，曾就职大通证券，任煤炭行业分析师。现任新时代证券，从事商贸零售行业研究。

谢海音，商贸零售分析师，纽卡斯尔金融经济学硕士。具有一定研究工作经验，曾先后就职于五道口金融学院、联讯证券研究院。现任新时代证券，从事商贸零售行业研究。

投资评级说明

新时代证券行业评级体系：推荐、中性、回避

推荐： 未来6-12个月，预计该行业指数表现强于市场基准指数。

中性： 未来6-12个月，预计该行业指数表现基本与市场基准指数持平。

回避： 未来6-12个月，未预计该行业指数表现弱于市场基准指数。

市场基准指数为沪深 300 指数。

新时代证券公司评级体系：强烈推荐、推荐、中性、回避

强烈推荐： 未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报20%及以上。该评级由分析师给出。

推荐： 未来6-12个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%-20%。该评级由分析师给出。

中性： 未来6-12个月，公司股价与分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报相当。该评级由分析师给出。

回避： 未来6-12个月，公司股价低于分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报10%及以上。该评级由分析师给出。

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

免责声明

新时代证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批复，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告由新时代证券股份有限公司（以下简称新时代证券）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或意图违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。

新时代证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给新时代证券客户的，属于机密材料，只有新时代证券客户才能参考或使用，如接收人并非新时代证券客户，请及时退回并删除。

本报告所载的全部内容只供客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。新时代证券根据公开资料或信息客观、公正地撰写本报告，但不保证该公开资料或信息内容的准确性或完整性。客户请勿将本报告视为投资决策的唯一依据而取代个人的独立判断。

新时代证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。新时代证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告所载内容反映的是新时代证券在发表本报告当日的判断，新时代证券可能发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但新时代证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。新时代证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的新时代证券网站以外的地址或超级链接，新时代证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

新时代证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。新时代证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

除非另有说明，所有本报告的版权属于新时代证券。未经新时代证券事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式更改、复制、传播本报告中的任何材料，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为新时代证券的商标、服务标识及标记。

新时代证券版权所有并保留一切权利。

机构销售通讯录

北京	郝颖 销售总监
	固话：010-69004649 邮箱：haoying1@xsdzq.cn
上海	吕莅琪 销售总监
	固话：021-68865595 转 258 邮箱：lvyuqi@xsdzq.cn
广深	吴林蔓 销售总监
	固话：0755-82291898 邮箱：wulinman@xsdzq.cn

联系我们

新时代证券股份有限公司研究所

北京地区：北京市海淀区北三环西路99号院1号楼15层	邮编：100086
上海地区：上海市浦东新区浦东南路256号华夏银行大厦5楼	邮编：200120
广深地区：深圳市福田区福华一路88号中心商务大厦15楼1501室	邮编：518046

公司网址：<http://www.xsdzq.cn/>