

## 网络零售市场规模持续扩大 农村电商迅猛发展

行业研究周报

陈文倩（分析师）

010-83561313

chenwenqian@xsdzq.cn

证书编号：S0170511070001

### ● 一周指数运行

本周（02/18-02/22）商业贸易（sw）指数上涨4.22%，同期沪深300上涨5.43%，上证综指上涨4.54%，深证成指上涨6.47%，中小板指数上涨7.05%，创业板指数上涨7.25%。商业贸易板块跑输大盘，商贸板指相较沪深300指数上涨-1.21%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名18名（上周15），板块估值16.96，上证综指估值12.44。

### ● 商务部：2018年全国网上零售额突破9万亿元

商务部数据显示，2018年全国网上零售额突破9万亿元，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到45.2%，较上年提升7.3个百分点。一方面，2018年我国网络零售品质不断提升，有力驱动了消费升级。根据商务部监测显示，智能手表、智能音像、翻译机等智能产品受到消费者的青睐，同比增长超过80%。化妆品、粮油食品和家具等品类也实现较快增长，增速分别为36.2%、33.8%和30.1%。另一方面，2018年社交电商迅速成长，成为市场发展“生力军”，月活用户量达1.7亿人。生活服务电商提质升级，企业竞争从规模扩张向质量提升发展，在线餐饮市场规模同比增长超过45%；“丝路电商”合作不断深化，我国与柬埔寨、科威特、阿联酋、奥地利等国跨境电商交易额同比增速均超过100%。跨境电商的诞生顺应我国趋势，是对我国与海外商品双向需求的响应，具有海量发展空间等待挖掘。

### ● 网购下乡，农村电商快速发展

在我国网络零售市场规模持续扩大的同时，农村电商也呈现迅猛发展的态势，农产品上行新通道不断被开辟。商务大数据监测显示，2018年我国农村网络零售额达到1.37万亿，同比增长30.4%；全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%。预计未来几年，农村电商还将保持高速发展。2019年中央一号文件提出实施数字乡村战略，强调继续开展电子商务进农村综合示范，实施“互联网+”农产品出村进城战略。

### ● 艾瑞咨询：90后逐步成长为消费主力军

90后已经成为当下消费的主力人群，根据艾瑞咨询，截至2018年6月，20-29岁年龄段网民，达27.9%。与互联网“同步成长”的90后有自己独特的时尚追求，重视品牌概念与自身个性是否相符，乐意尝试小众品牌，对好物有自己的坚持。90后获取线上信息广泛、快速且精准，能在社交和短视频等平台中迅速了解到当红商品信息；电商平台的日益崛起让他们的购买更具有即时性。随着90后消费观念与时尚观念的升级，为追求更好的时尚体验，对时尚单品需求不断增大。在时尚消费上，90后显示出巨大的消费潜力，中高价位时尚消费品购买人群占大多数。90后时尚消费新趋势：1、进阶型消费、尝鲜型消费、场景性消费的特点越来越明显。2、高曝光率的明星和高收视的影视剧对线上时尚潮流影响巨大。3、越来越多的网络红人正在影响着时尚圈。

### ● 行业新闻及产业动态

唯品会发布Q4财报：净营收突破261亿元，活跃用户逆势增长13%（钱江晚报）

又砸5亿补贴“品牌下乡”，拼多多稳了吗？（零售前沿社）

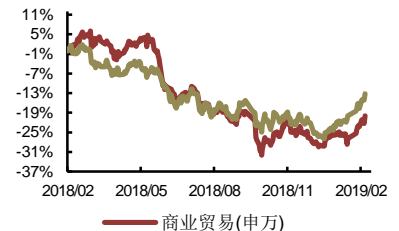
小红书宣布组织架构升级 图谋开发更大商业生态潜力（中国网）

零售老将天虹的增量新招：门店拼团（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

## 推荐（维持评级）

### 行业指数走势图



### 相关报告

《中国互联网趋势报告，抓住市场和用户变迁》2019-02-17

《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

## 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、 2018 年全年中国网络零售市场现状分析：市场规模超 9 亿元，总体呈现五大发展特点.....	3
1.3、 90 后时尚生活形态与时尚消费态度分析：90 后逐步成长为消费主力军.....	4
1.4、 重点推荐组合.....	6
2、 行业新闻及产业动态.....	6
4、 风险提示.....	11

## 图表目录

图 1： 2018 年 90 后认同时尚的态度 TOP5 .....	5
图 2： 2018 年 90 后浏览时尚资讯需求.....	5
图 3： 2018 年 90 后时尚消费购买单价分布.....	5
图 4： 2018 年中国 90 后与 80 后香水美妆购买单价对比.....	5
图 5： 按总市值排序区间涨跌幅，商贸涨跌幅排第 18 位（前一周 15 位）.....	7
图 6： 商贸零售与大盘指数周涨跌幅（%）.....	8
图 7： 商贸零售子行业周涨跌幅（按市值排序%）.....	8
表 1： 商贸零售（SW）一周涨跌幅.....	7
表 2： 商贸零售个股每周涨跌前十.....	8
表 3： 大盘周涨跌幅（%）.....	8
表 4： 商贸零售子行业周涨跌幅（%，按市值排序）.....	9
表 5： 2018 年年报预披.....	9

## 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(02/18-02/22)商业贸易(sw)指数上涨4.22%，同期沪深300上涨5.43%，上证综指上涨4.54%，深证成指上涨6.47%，中小板指数上涨7.05%，创业板指数上涨7.25%。商业贸易板块跑输大盘，商贸板指相较沪深300指数上涨-1.21%。商贸中万一级行业指数周涨跌幅排名18名(上周15)，板块估值16.96，上证综指估值12.44。本周市场持续回暖，申万一级行业中，所有行业板块均录得正涨幅。商贸行业涨跌幅排名较上周15名下降至18名。商贸子行业板块均录得正涨幅，其中贸易子版块涨幅最高超过商贸板块，周涨幅达7.57%。

本周个股周涨幅超过10%的有4支(上周9支)；个股周跌幅超5%有1支(上周1支)。

2018年，我国网络零售市场销售规模持续扩大，全国社交电商月活跃用户量达到1.7亿人，以拼多多、云集、小红书为例的社交电商可谓赚足了眼球。且曾经处于主流视野之外的中小城市和农村地区消费群体规模增速明显，消费潜力巨大。除了农村电商、社交电商表现不凡之外，我国的生活服务电商也在不断提质升级，生态圈建设成为新重点，社区拼购、即时配送、打通最后五公里的社区便利店等新业态覆盖了外卖、生鲜、医药、家政服务居民生活服务生态圈。我们认为，商贸零售行业只有满足消费者的需求和变化，注重渠道下沉，重视用户的消费体验，以消费者需求为导向，才能赢得零售消费市场的竞争优势。

### 1.2、2018年全年中国网络零售市场现状分析：市场规模超9亿元，总体呈现五大发展特点

2018年全年，全国网上零售额为90065亿元，比上年增长23.9%。其中，实物商品网上零售额70198亿元，增长25.4%，占社会消费品零售总额的比重为18.4%；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长33.8%、22.0%和25.9%。在规模增长的同时，新旧动能转换进一步加快，线上线下融合、业态模式创新、质量服务提升等新动能加速形成。2018年我国网络零售市场发展呈现以下几个特点：

#### 1、零售品质持续提升，推动消费升级不断深化

2018年我国网络零售品质不断提升，有力驱动了消费升级。商务大数据监测显示，在质量和服务上更有优势的B2C模式市场份额达到62.8%，较上年提升4.4个百分点。智能手表、智能音像、翻译机等智能产品受到消费者的青睐，同比增长超过80%。化妆品、粮油食品和家具等品类也实现较快增长，增速分别为36.2%、33.8%和30.1%。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；

#### 2、农村电商迅猛发展，开辟农产品上行新通道

商务大数据监测显示，2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%；全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%。电子商务成为脱贫攻坚的重要手段，由商务部指导，29家单位成立的中国电商扶贫联盟，帮扶对象覆盖351个贫困县，推动企业为贫困地区农产品开展“三品一标”认证，提升品牌化、标准化水平，促进农产品上行取得新进展。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；

#### 3、社交电商迅速成长，成为市场发展“生力军”

2018年，社交电商、小程序、短视频等电子商务新模式新业态取得快速发展。根据艾瑞咨询数据，我国社交电商月活跃用户量达到1.7亿人，有效满足了消费者多层次、多样化的需求，在激发中小城市和农村地区消费潜力方面发挥了重要作用。

#### 4、生活服务电商提质升级，生态圈建设成为新重点

2018年，生活服务电商发展迅速，市场加速整合，企业竞争从规模扩张向质量提升发展，利用其“即时配送”服务体系，串联起便利店、商超、餐饮等多种业态，形成了覆盖外卖、生鲜、医药、家政服务等服务生活电商生态圈。商务大数据监测显示，2018年在线餐饮市场规模同比增长超过45%。

#### 5、跨境电商再上新台阶，“丝路电商”合作不断深化

据海关统计，2018年我国跨境电商零售进出口总额达到1347亿元，同比增长50%。2018年，我国与俄罗斯、阿根廷等9个国家新建电子商务合作机制，通过召开电子商务工作促进会与企业对接会等，帮助相关国家企业利用电子商务开拓国际市场。我国与柬埔寨、科威特、阿联酋、奥地利等国跨境电商交易额同比增速均超过100%。

### 1.3、90后时尚生活形态与时尚消费态度分析：90后逐步成长为消费主力军

90后已经成为当下消费的主力人群，与互联网“同步成长”的他们能在社交和短视频等平台中迅速了解到当红商品信息；电商平台的日益崛起让他们的购买更具有即时性。YOKA联合艾瑞咨询发布《2018年90后时尚生活形态研究》，对90后时尚生活形态与时尚消费态度进行了分析。

#### 一、90后成长环境及时尚态度

90后可谓是与中国互联网“同步成长”，他们是移动互联网的天生使用者，也对互联网环境的改变更加敏锐。随着90后全面进入社会，他们在社交平台、消费平台的话语权不断增加。截至2018年6月，20-29岁年龄段网民，即90后们占比最高，达27.9%。

90后不愿跟风，有自己独特的时尚追求，重视品牌概念与自身个性是否相符，乐意尝试小众品牌，对好物有自己的坚持。同时90后从小接触多元信息并能高效处理，对资讯的获取精准、不盲从，对广告也逐渐呈现出相对客观的态势。对于90后人群，时尚广告吸引因素中选择人数最多的选项都聚焦自身的需求和喜好。

#### 二、90后线上时尚资讯浏览偏好

作为互联网原住民，90后获取线上信息广泛、快速且精准。时尚资讯已成为其日常汲取信息套餐的一部分，对自身穿搭、化妆提供参考，甚至直接触发购物行为。

在时尚资讯获取上，90后展现出高度发达的时尚触觉和热忱，浏览行为更高频、更投入。根据艾瑞咨询，28.3%的90后每天浏览3次以上时尚资讯，较80后相比，TGI高达122。

#### 二、90后线上时尚资讯浏览偏好

作为互联网原住民，90后获取线上信息广泛、快速且精准。时尚资讯已成为其日常汲取信息套餐的一部分，对自身穿搭、化妆提供参考，甚至直接触发购物行为。

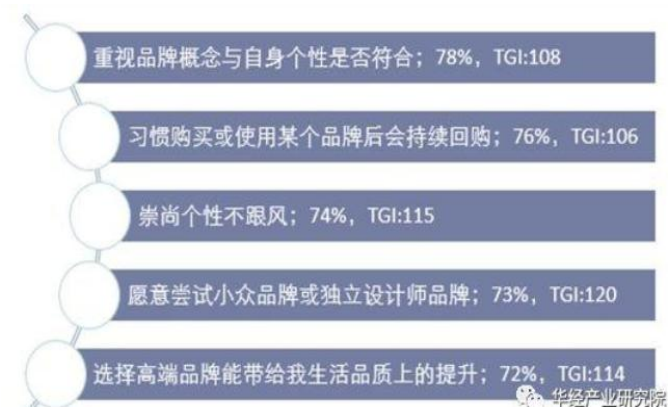
### 三、90后时尚购买行为分析

随着90后消费观念与时尚观念的升级，为追求更好的时尚体验，对时尚单品需求不断增大，约40%的90后每周至少下一笔。在时尚消费上，90后显示出巨大的消费潜力，中高价位时尚消费品购买人群占大多数。美妆品类中，中高档品牌消费者年轻化趋势显著。

### 四、90后时尚消费新趋势

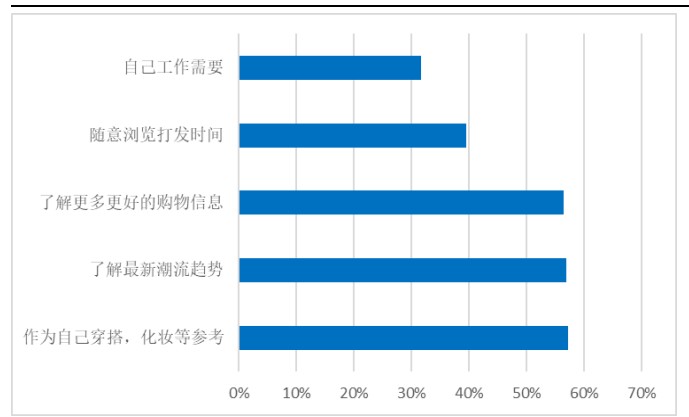
- 1、进阶型消费、尝鲜型消费、场景性消费的特点会越来越明显。
- 2、高曝光率的明星和高收视的影视剧对线上时尚潮流影响巨大，俨然已经成为年轻人穿衣的风向标。
- 3、除了明星之外，越来越多的网络红人正在影响着时尚圈。

图1: 2018年90后认同时尚的态度TOP5



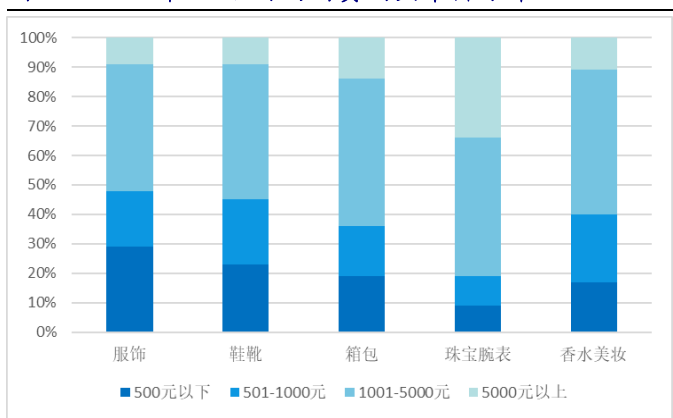
资料来源: 艾瑞咨询, 华经产业研究院, 新时代证券研究所

图2: 2018年90后浏览时尚资讯需求



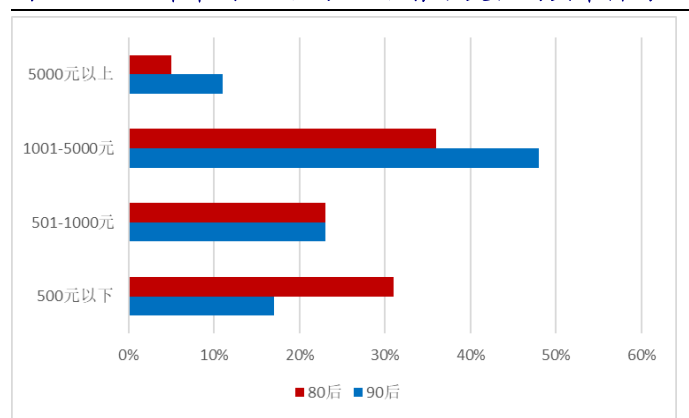
资料来源: 艾瑞咨询, 华经产业研究院, 新时代证券研究所

图3: 2018年90后时尚消费购买单价分布



资料来源: 艾瑞咨询, 华经产业研究院, 新时代证券研究所

图4: 2018年中国90后与80后香水美妆购买单价对比



资料来源: 艾瑞咨询, 华经产业研究院, 新时代证券研究所

## 1.4、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. 唯品会发布 Q4 财报: 净营收突破 261 亿元, 活跃用户逆势增长 13% (钱江晚报)

北京时间2月21日凌晨, 美股上市的特卖电商唯品会(vip.com, NYSE: VIPS) 披露了其未经审计的 2018 年第四季度财务报告, 财报数据显示, 唯品会四季度净营收增至 261 亿人民币 (约合 38 亿美元), 活跃用户同比增长 13%。唯品会实现第 25 个季度连续盈利, 客群数量与质量得到全面增长。

财报数据显示, 唯品会当季净营收总额 261 亿元人民币 (约合 38 亿美元), 同比增长 8.1%; 按照非通用会计准则, 唯品会归属股东净利润为 9.136 亿元人民币 (约合 1.329 亿美元)。总订单数达到 1.403 亿单, 相比去年同期的 1.042 亿单同比增长 35%。唯品会盈利能力增强, 特卖价值凸显。

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1626059797159881159>

### 2. 又砸 5 亿补贴“品牌下乡”, 拼多多稳了吗? (零售前沿社)

2月15日, 刚刚完成在美国新一轮 FPO (后续发行) 的拼多多宣布, 继 2018 年对“品牌下乡”补贴 5 亿元人民币之后, 平台将在 2019 年继续联合百大品牌, 定向直补不低于 5 亿元人民币, 以促进“品牌下乡”和农村市场消费升级。

目前, 拼多多本年度“品牌下乡”活动已集中了包括雀巢、立顿、娃哈哈、百草味、君乐宝以及九阳、美的、苏泊尔、欧普照明、公牛家居建材、林氏、OPPO、VIVO, 联合利华、蓝月亮、威露士、滴露、心相印、七度空间等在内的食品、家具建材、电器、日化等超过 100 家知名品牌旗舰店, 之后还将有更多传统知名品牌和“拼多多新品牌计划”孵化品牌旗舰店加入其中。

拼多多平台表示, 2019 年, 将对购买上述品牌的低线城市消费者进行不低于 5 亿元的定向补贴。

<http://www.yidianzixun.com/article/OLJfmtCz>

### 3. 小红书宣布组织架构升级 图谋开发更大商业生态潜力 (中国网)

2019 年 2 月 21 日, 小红书发布内部信, 宣布最新的组织架构升级。

其中, 小红书原有的社区电商事业部正式升级为“品牌号”部门; 自营电商业务“福利社”部门将进行升级, 整合商品采销、仓储物流和客户服务的全流程职能; 技术端将聚合公司所有业务线的技术团队; 新设立 CEO 办公室, 协助进行公司战略制定及组织重点项目的推进。

小红书相关负责人称, 组织升级源于更高的战略要求。经过 2018 年的增长, 小红书已经迎来了 2019 用户增长和商业化的关键年。

[http://it.gmw.cn/2019-02/22/content\\_32548780.htm](http://it.gmw.cn/2019-02/22/content_32548780.htm)

### 4. 零售老将天虹的增量新招: 门店拼团 (亿邦动力网)

零售老将天虹也加入了拼团赛道。在天虹小程序中, 已经悄然上线了“拼团”

入口，点击进入该版块后，会自动进入距离最近的天虹门店拼团页面。

据了解，天虹的拼团玩法分为几个步骤：(1) 选择商品开团或参团；(2) 邀请好友参团；(3) 人满成团门店提货。亿邦动力尝试后发现，天虹的拼团并不需要专门的团长维护运营，而是由所属门店负责运营，两人即可成团，成团后消费者需到门店取货。

据观察，天虹拼团商品覆盖美妆、生鲜、酒水、零食等多个品类，每个门店中有 6~8 个 SKU 供选择，且各地区各门店选品均有不同。切换门店可以发现，目前该业务尚未覆盖天虹所有门店。

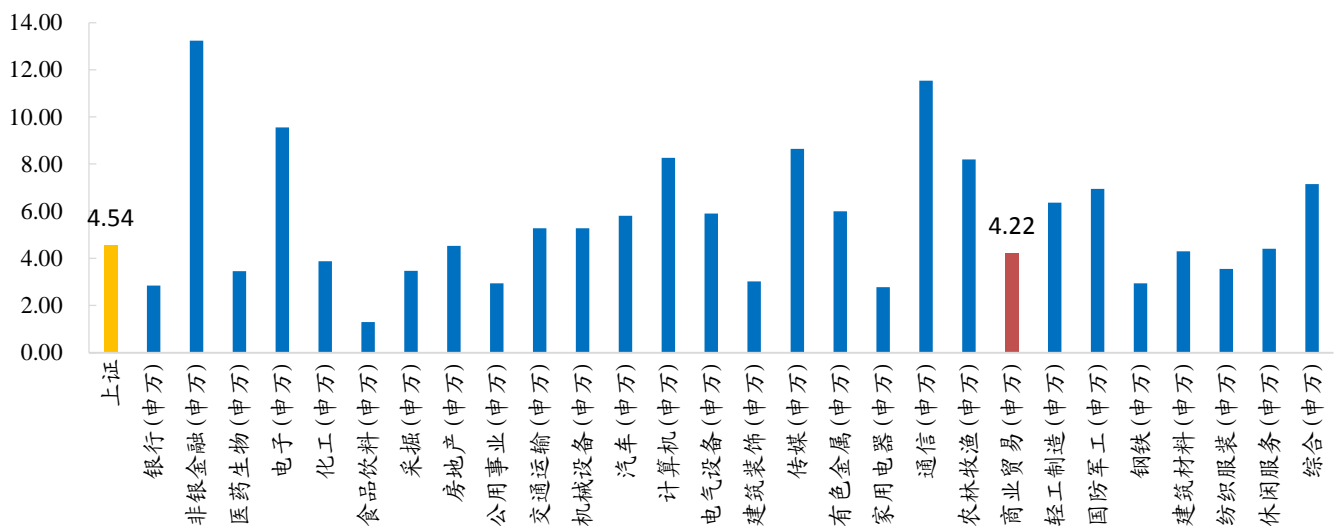
<http://www.ebrun.com/20190221/321181.shtml>

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
18/02/2019	2.80	2.70	3.00	4.11	3.21	2.68
19/02/2019	-0.43	-0.39	0.26	-0.53	-0.18	0.05
20/02/2019	-0.01	0.06	-0.18	0.17	0.36	0.20
21/02/2019	-1.06	-0.89	-0.64	0.29	-0.27	-0.34
22/02/2019	2.92	2.68	2.84	3.10	2.25	1.91
一周涨跌幅	4.2216	4.17	5.32	7.25	5.43	4.54
收盘指数	3351.45	4114.90	3563.31	1456.30	3520.12	2804.23

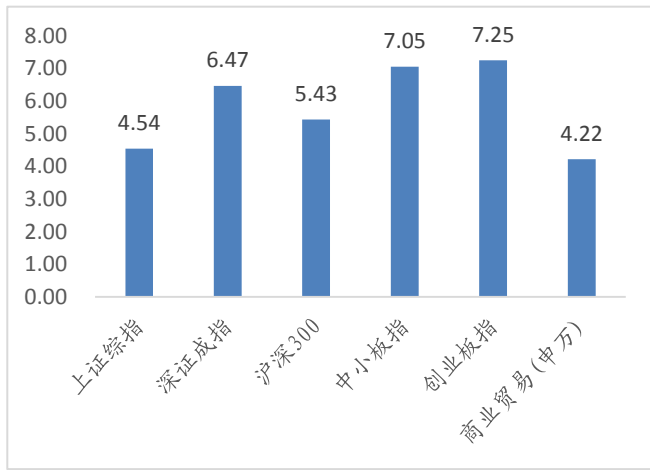
资料来源: wind, 新时代证券研究所

图5: 按总市值排序区间涨跌幅, 商贸涨跌幅排第 18 位 (前一周 15 位)



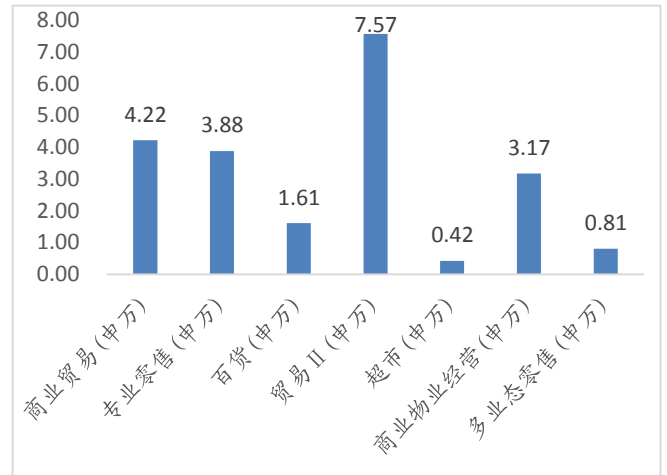
资料来源: wind, 新时代证券研究所

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
600122.SH	宏图高科	15.98	-21.21	000785.SZ	武汉中商	-7.81	6.61
600739.SH	辽宁成大	15.97	21.07	600891.SH	秋林集团	-4.06	29.63
600735.SH	新华锦	11.62	28.46	600738.SH	兰州民百	-3.23	4.00
000058.SZ	深赛格	10.80	30.33	600247.SH	*ST 成城	-3.02	5.87
000679.SZ	大连友谊	9.69	-10.13	600280.SH	中央商场	-3.00	120.51
600278.SH	东方创业	9.56	28.20	603900.SH	莱绅通灵	-2.24	15.03
600120.SH	浙江东方	9.22	19.16	600857.SH	宁波中百	-1.11	-4.41
600774.SH	汉商集团	8.68	142.24	600828.SH	茂业商业	0.41	6.98
600682.SH	南京新百	8.22	-15.92	600693.SH	东百集团	0.56	32.37
002336.SZ	人人乐	7.42	-11.51	600361.SH	华联综超	1.02	35.28

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	2804.23	4.54	9.56	-12.34	12.44
399001.SZ	深证成指	8651.20	6.47	15.81	-17.07	19.50
000300.SH	沪深300	3520.12	5.43	13.14	-11.26	16.92
399005.SZ	中小板指	5688.88	7.05	17.29	-19.73	20.96
399006.SZ	创业板指	1456.30	7.25	16.37	-11.57	16.45
801200.SI	商业贸易(申万)	3351.45	4.22	7.81	-18.59	12.51

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)	3351.45	4.22	6.52	-18.59	12.51
801204.SI	专业零售(申万)	8329.46	3.88	4.86	-12.83	16.44
852031.SI	百货(申万)	2576.43	1.61	3.71	-29.29	9.75
801202.SI	贸易II(申万)	3751.23	7.57	9.94	-19.13	14.26
852032.SI	超市(申万)	14411.16	0.42	3.23	-21.97	8.90
801205.SI	商业物业经营(申万)	758.09	3.17	5.46	-16.44	11.65
852033.SI	多业态零售(申万)	2314.42	0.81	4.28	-14.09	5.46

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

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(%)
002264.SZ	新华都	扭亏	净利润约 1000 万元~3000 万元	157.2045
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

(02/24)周日	(02/25)周一	(02/26)周二	(02/27)周三	(02/28)周四	(03/01)周五	(03/02)周六
		新华百货 (600785): 年报 预计披露日期	爱婴室(603214): 股东大会召开			
			爱婴室(603214): 股东大会互联网投票 起始			
			"爱婴室(603214): 股东大会现场会议 登记起始"			
			茂业商业 (600828): 股东 大会现场会议登记 起始			

资料来源: wind, 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。

## 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 吕筱琪 销售总监

固话：021-68865595 转 258

邮箱：lyyouqi@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/>