

大数据和 AI 促进零售行业更快贴近消费者喜好和变化

行业研究周报

陈文倩 (分析师)

010-83561313

chenwenqian@xsdzq.cn

证书编号: S0280515080002

谢海音 (分析师)

xiehaiyin@xsdzq.cn

证书编号: S0280518060001

● 一周指数运行

本周 (02/25-03/01) 商业贸易 (sw) 指数上涨 5.56%，同期沪深 300 上涨 6.52%，上证综指上涨 6.77%，深证成指上涨 5.97%，中小板指数上涨 4.41%，创业板指数上涨 7.66%。商业贸易板块跑输大盘，商贸板指相较沪深 300 指数上涨-0.96%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名 18 名 (上周 18)，板块估值 17.92，上证综指估值 13.30。

● 《哈佛商业评论》颁奖 12 家企业入选“2018 年度零售业数字化榜”

2 月 28 日，《哈佛商业评论》中文版在上海举办“2018 年度零售业数字化榜”颁奖仪式。永辉云创、沃尔玛、步步高、天虹、绫致时装、优衣库、百丽国际、都市丽人、金王、蒙牛、孩子王、红星美凯龙等 12 家国内外头部企业入选“2018 年度零售业数字化案例”，涵盖商超百货、服饰时尚、美妆护肤、日化快消、母婴育儿、家居家装等领域。

智慧零售浪潮已经席卷大半个行业市场，新的科技和应用正在重塑零售行业。2019 年将是零售界数字化转型的关键时期，实战案例为更多期待“破茧重生”的企业带来经验和启发：1、需要融合线上线下的整体数字化战略。2、零售转型要“娱乐化”，增强享乐、体验和生活方式等元素。3、销售的全渠道化要进化为全过程化企业营销，需要无缝实时整合客户、订单和产品信息，需要支持系统、流程、产品和包括库存、定价、促销、跟踪服务等全过程环节。4、通过大数据获取客户“私密”需求，理解消费者的目标、意图和动机，为其提供更好的个性化、定制化和场景化产品、服务和解决方案。

● 每周观点

零售业的发展是不断贴近用户、连接用户的过程，智慧零售让零售业提高数据分析能力，更快贴近和了解用户喜好和变化。新消费时代，是个性充分释放的消费时代，未来的消费者将更愿意为体验、环境、情感和服务买单。新技术为传统零售带来在底层技术驱动、消费结构分化与升级持续。2018 年零售行业开店开始向社区化，小店模式布局，不断贴近消费者，降低线上消费体验差，提高线下对客群吸引力。通过不断提高各自擅长领域的布局密度，尝试细化网店，更好的满足消费者需求。建议关注对应 A 股商贸零售行业个股：苏宁易购、家家悦、天虹股份、永辉超市等。我们认为更加注重消费者体验、渠道下沉、对大数据等互联网工具的挖掘使用，有助于提升这些细分版块龙头、区域零售龙头进一步提质增效。

● 行业新闻及产业动态

再遇退市危机 人人乐为转型迟缓付出代价 (北京商报)

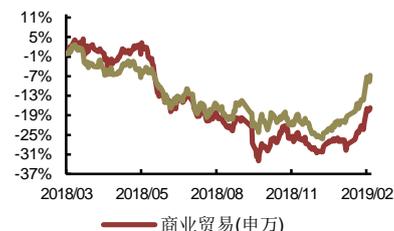
京东商业模式发生巨变 从开放式货架转向全零售形态 (证券日报)

抢不到的“猫爪杯”：投资密切关注消费升级下的爆款文化 (每日经济新闻)

● 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

《网络零售市场规模持续扩大 农村电商迅猛发展》2019-02-24

《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》2019-02-10

《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

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、 三大关键点助推业绩增量 数字化解锁零售增长点.....	3
1.2.1、 数字时代的零售演化 抓住三个关键点.....	3
1.2.2、 腾讯智慧零售新动向 促进零售商业绩增长.....	4
1.3、 美妆消费“新十势” 化妆品行业迎来“你时代”.....	5
1.4、 重点推荐组合.....	5
2、 行业新闻及产业动态.....	5
3、 上市公司大事提醒.....	14
4、 风险提示.....	15

图表目录

图 1: 按总市值排序区间涨跌幅, 商贸涨跌幅排第 18 位 (前一周 18 位).....	9
图 2: 商贸零售与大盘指数周涨跌幅 (%).....	10
图 3: 商贸零售子行业周涨跌幅 (按市值排序%).....	10
表 1: 商贸零售 (SW) 一周涨跌幅.....	9
表 2: 商贸零售个股每周涨跌前十.....	10
表 3: 大盘周涨跌幅 (%).....	10
表 4: 商贸零售子行业周涨跌幅 (% , 按市值排序).....	11
表 5: 2018 年年报预披.....	11
表 6: 2018 年 3 月年报发布日历.....	12
表 7: 2018 年 4 月年报发布日历.....	14
表 8: 每周上市公司大事提醒.....	14

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(02/25-03/01)商业贸易(sw)指数上涨 5.56%，同期沪深 300 上涨 6.52%，上证综指上涨 6.77%，深证成指上涨 5.97%，中小板指数上涨 4.41%，创业板指数上涨 7.66%。商业贸易板块跑输大盘，商贸板指相较沪深 300 指数上涨-0.96%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名 18 名(上周 18)，板块估值 17.92，上证综指估值 13.30。

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与上周持平，排名 18。商贸子行业板块均录得正涨幅，其中百货、贸易、商业物业经营子版块涨幅最高超过商贸板块。本周个股周涨幅超过 10% 的有 12 支(上周 4 支)；个股周跌幅超 5% 有 0 支(上周 1 支)。

零售业的发展是不断贴近用户、连接用户的过程，智慧零售让零售业提高数据分析能力，更快贴近和了解用户喜好和变化。新消费时代，是个性充分释放的消费时代，未来的消费者将更愿意为体验、环境、情感和服务买单。新技术为传统零售带来在底层技术驱动、消费结构分化与升级持续。2018 年零售行业开店开始向社区化，小店模式布局，不断贴近消费者，降低线上消费体验差，提高线下对客群吸引力。通过不断提高各自擅长领域的布局密度，尝试细化网店，更好的满足消费者需求。建议关注对应 A 股商贸零售行业个股：苏宁易购、家家悦、天虹股份、永辉超市等。我们认为更加注重消费者体验、渠道下沉、对大数据等互联网工具的挖掘使用，有助于提升这些细分版块龙头、区域零售龙头进一步提质增效。

1.2、三大关键点助推业绩增量 数字化解锁零售增长点

2 月 28 日，《哈佛商业评论》中文版与上海哈佛中心联合举办了《哈佛商业评论》公开课暨“2018 年度零售业数字化榜”颁奖仪式。腾讯智慧零售战略合作部副总经理田江雪受邀参与，并在现场阐释了其“对零售业数字化升级的实践和思考：”腾讯做零售的使命始终是，通过数字化工具为客户带来实质性业绩增长，并把与用户的接触交还给零售商，积累真正属于他们自己的数字资产。”

2018 年，《哈佛商业评论》中文版精选腾讯智慧零售优秀案例，永辉云创、沃尔玛、步步高、天虹、绫致时装、优衣库、百丽国际、都市丽人、金王、蒙牛、孩子王、红星美凯龙等 12 家国内外头部企业入选“2018 年度零售业数字化案例”，涵盖商超百货、服饰时尚、美妆护肤、日化快消、母婴育儿、家居家装等领域。

1.2.1、数字时代的零售演化 抓住三个关键点

零售业的发展是不断贴近用户、连接用户的过程，智慧零售让零售业更贴近和了解用户。如是金融研究院院长、如是资本创始人管清友分享了对数字经济下零售业演化的看法，“在底层技术驱动、消费升级持续、以前一直被忽视的沉默市场崛起的时代背景下，非常看好智慧零售的前景。”

复旦大学管理学院教授、决策与行为科学研究中心主任金立印对数字时代的消费旅程进行了观察，金教授认为，零售商要抓住用户决策旅程、和用户的接触点以

及用户产生需求的微时刻。

在腾讯智慧零售探索和实践过程中，田江雪总结了零售业实现数字化升级的三个关键点：立体化的触点管理、面向数字化的组织架构、精细运营品牌数据资产。

在触点管理上，田江雪表示，“品牌与消费者通过触点所形成的连接和沟通需要结合品牌自身情况进行判断。”只有与用户实现有温度的连接，才能真正实现触点的价值，从流量思维转变为触点经济。

腾讯与优衣库的合作就是“立体化触点管理”的一个成功实践。优衣库整合品牌、商品、服务体验的实体和线上多个平台的流量，打破时间和空间的界限，结合小程序推出“掌上旗舰店 一键随心购”，把所有跟消费者的触点都引导至“掌上旗舰店”这个品牌自有的阵地。

在与商家的合作中，腾讯作为“数字化助手”，利用技术优势，不断助力提升零售商的数字化能力，为品牌打造数字化的组织架构。田江雪表示：“腾讯智慧零售会围绕目标帮助零售商建立数字化运营体系、进行组织架构调整。”她表示：“只要设定合理，最终都能实现业绩增长的目标。”

腾讯智慧零售与绫致集团打磨出的“Wemall”导购小程序，不仅可以提供活动、软文、推荐搭配图文等销售工具，同时还有导购个人业绩查询，视频培训，经验分享等功能，通过导购突破门店界限，建立与用户的触点，实现持续互动。2018年年底，双方还共同发起了“Wemall之星”导购竞赛，数据显示，仅在去年12月，绫致集团通过WeMall获得的销售收入突破4500万。

面对“千人千面”的消费模式，庞大的消费者数据库对零售行业数字化升级发展是极其重要的一环。田江雪表示，“在品牌与腾讯智慧零售合作的过程中，所有运营活动沉淀下来的数据都是品牌自有的，并且这些数据是能够反哺业务，比如进行精细化的会员全生命周期管理，精准营销等等。”

在利用数据资产上，沃尔玛是个典型案例。快消品的销售在很大程度上依赖于线下渠道，品牌和消费者之间缺少直接的联系，更谈不上数据沉淀。在腾讯智慧零售与沃尔玛的合作中，联合利华目标消费者与腾讯用户中的相似人群实现匹配，通过投放朋友圈广告推送优惠券，精准触达目标人群。

1.2.2、腾讯智慧零售新动向 促进零售商业绩增长

在哈佛商业评论公开课上，田江雪透露了腾讯智慧零售2019年的新动向。腾讯将持续整合内部能力，帮助零售商实现数字化战略转型及消费者体验升级，通过数字化工具为客户带来实质性业绩增长。

能够连接线上线下服务场景的小程序是其中的关键一环，田江雪表示，2019年，腾讯智慧零售发起的小程序倍增行动也将迭代升级，通过集线下特训、头脑风暴、实战竞赛等方式，为商家打造成长计划，帮助商户提升微信运营技巧，最终实现生意实质性增长。

在加强与品牌方的联动上，腾讯将携手零售商扩展与品牌方的合作，探讨如何基于数据资产助力品牌更好地挖掘新用户，实现更精准的触达和转化，最终助力品牌通过智慧零售工具实现业绩增量，实现品效合一。

腾讯也将持续打磨服务零售商的产品和能力，助力合作伙伴用数据驱动决策。

由此可见，腾讯智慧零售正在通过工具、开放和合作的态度，与众多零售企业共同完成数字化转型的重要历史阶段，助力零售商实现数字化战略转型及消费者体验升级，释放零售转型潜力，去迎接未来的无限机会。

1.3、美妆消费“新十势” 化妆品行业迎来“你时代”

城镇化和消费结构的升级加速不止，营商环境持续优化，消费者对于美好生活的向往前所未有。虽然市场变幻莫测，但这一场大势所趋让中国美妆市场激荡浩瀚，以消费者为中心仍然是品牌的制胜法宝。

25日，欧莱雅中国在上海举行2018-2019欧莱雅中国发展战略年度沟通会，揭示了33%惊人增速背后的原因。借助对消费者的全方位了解和对市场趋势的把握，欧莱雅归纳总结了十大全新消费者特征——“新十势”：颜即正义、一人千妆、国风范儿、男妆风行、功效为王、2.5次元体验、全民网红、小镇剁手狂、跨界弄潮儿、三观比五官正，旨在更为精准到位的服务于每个不同的你。

欧莱雅中国首席执行官斯铂涵先生表示：“准确把握‘新十势’，才能领跑‘你时代’，而要真正满足‘新十势’，必须手握‘1-4-5王牌’，这也正是欧莱雅得以始终引领市场，强者恒强的秘密所在。”欧莱雅将加大在研发、科技、数字化等领域的投入，颠覆增强现实、虚拟现实、大数据、人工智能等新技术在美妆界的应用，从而转型成为一家美妆科技公司，为更多中国消费者“私人订制”，创造更多其心驰所往的产品、服务和体验。

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. 再遇退市危机 人人乐为转型迟缓付出代价（北京商报）

2018年度净利润的继续亏损为人人乐再度敲出“警钟”。据人人乐2018年度业绩快报显示,2018年人人乐实现营业收入81.25亿元,较去年同期下降8.24%;实现营业利润-3.02亿元,较去年同期增长29.92%;实现利润总额-3.18亿元,较去年同期增长39.35%;归属于上市公司股东的净利润-3.45亿元,较去年同期增长35.91%。报告期末,人人乐公司总资产46.72亿元,较期初下降10.98%,归属于上市公司股东的所有者权益14.23亿元,较期初下降19.51%。

事实上,这也不是人人乐第一次遭遇退市风险警示。此前,人人乐在2014、2015年也曾连续两年净利润亏损,分别亏损4.61亿元、4.75亿元。并于2015年度报告后收到了退市风险警示。此后的2016年,人人乐的净利润实现短暂扭亏,不过也暗藏“猫腻”,其中依靠当年出售物业资产为人人乐带来的净利润占净利润总额的比例高达223.14%,也即扭亏为盈并非主营业务改善所致。

<https://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/2019-02-28/doc-ihxncvf8664260.shtml>

2. 零售云助力乡镇消费升级获权威认可,智慧零售下沉构建O2O新场景（凤凰网）

近日,全民期待的2019年中央一号文件公布,连续16年聚焦“三农”问题。文

件指出,要围绕“巩固、增强、提升、畅通”深化农业供给侧结构性改革,坚决打赢脱贫攻坚战,全面推进乡村振兴战略。

2月22日,以“智慧零售与乡村消费升级”为主题的研讨会在新华社中国经济信息社举办。作为国家25家高端智库之一,并专注于经济热点、焦点、难点问题研究的新华社中经智库邀请了农业部、商务部、社科院、发改委、万博研究院、全国物流标委会、苏宁零售云等部门或机构的专家,就农村消费潜力、消费梯次升级、智慧零售发展前景、零售云赋能乡镇等话题展开研讨。

会上,作为互联网基础设施下沉县镇市场、数字化改造传统零售业态的苏宁零售云,再次成为关注的焦点。专家们认为,以零售云为代表的新兴零售业态在工业品下行和农产品上行方面独具优势,成为“互联网+”赋能乡镇实体经济的典型案例,对于引领开启农村地区消费升级起到积极的推进作用。

http://biz.ifeng.com/a/20190228/45320320_0.shtml

3. 京东商业模式发生巨变 从开放式货架转向全零售形态 (证券日报)

在2月26日召开的京东零售子集团的合作伙伴大会上,京东零售子集团CEO徐雷表示:“京东商城创立之初,我们一直致力于打造线上的一站式综合购物平台,经过历史的验证,这曾是满足消费者需求的最佳模式。但随着互联网和物联网的发展,我们认为零售的场景和生活的场景是很多的,购物行为可以发生在任何地方。不久前,京东商城升级为京东零售子集团,这不仅仅是名称上的变化,京东零售子集团要向全零售形态转变。”

在徐雷看来,这是京东在商业模式上的巨大变化:从开放式货架向全零售形态转变。“场景与场景之间在空间和时间上的间隔正在被打破,商品也将涵盖物品以及服务等多种形态。消费者购买的不仅仅是商品本身,还包括服务以及对平台、对品牌的信任。京东在生意链条方面正在从‘商品’向‘商品+服务’转变。”

<http://finance.eastmoney.com/a/201902281055403514.html>

4. 抢不到的“猫爪杯”:投资密切关注消费升级下的爆款文化 (每日经济新闻)

星巴克这几天可谓画风有点清奇——店面门口有搭帐篷通宵“排队”的、店内有“大打出手”的。

而引发这一切的源头,是其新推出的一款樱花季限量版“猫爪杯”。这个原价199元的杯子,如今在“黄牛”那里甚至被吹到了800元以上。

暂且将这个所谓的神仙杯子放在一边,在消费升级的大背景下,爆款经济似乎又席卷了网络平台,也让探寻爆款经济的投资嗅觉再次敏感起来。

需求也好、情怀也罢,单从实际价值来看,一个玻璃容器的要价已赶超水晶,自然要感叹一句“贵得出奇”,但从所谓文化消费的层面来看,好事者对此不亦乐乎。有分析表示,这是消费者对品牌认同感的极致体现。

天图投资合伙人魏国兴在一次公开论坛上表示,无论是做IP还是做实体消费,对于用户需求的洞察非常关键。在魏国兴看来,投资是一门生意,是与被投资项目及企业共生发展的营生,特别是在消费升级的大背景下,有些传统视角里不被认可的恰恰是当下年轻人追逐的热点。他表示,当品牌文化顺延产品线纵深之后,附加值

回报会同受众数量的增长呈现正相关的作用。

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1626793699113596960&wfr=spider&for=pc>

5. Google 入股京东反击 Amazon，京东借势加速国际化（搜狐）

2018 年 6 月 18 日，Google 宣布以每股 20.29 美元的价格（每 ADS40.58 美元）购入京东新发行的 2710 万 A 类普通股，总投资 5.5 亿美元。Google 因此获得了京东 0.93% 的股份。618 最大的新闻不是京东做了 1592 亿，而是获得了 Google 5.5 亿美元战略投资。京东宣布，双方将在东南亚、美国和欧洲等地进行一系列合作，利用京东在供应链、物流领域的能力与 Google 的技术，探索打造下一代零售基础设施解决方案。上周，京东于本周全面入驻 Google Express 和 Shopping Actions 平台，直接面向美国消费者销售。目前已是 Google Express 平台上 Top1000 的活跃商。

https://www.sohu.com/a/236974107_482004

6. ofo 测试折扣商城：押金可转换为金币消费（搜狐）

ofo 目前确实在测试折扣商城，用户选择兑换金币后，再次骑车也无需缴纳押金。申请退押金的用户可以选择将押金兑换成购物金币，99 元押金可以兑换成等值于 150 元的购物金币，199 元押金可以兑换成等值于 300 元的购物金币。可购买的商品包括食品生鲜、酒水饮料和美妆护肤等品类。对于还在排队申请退押金的 ofo 用户来说，等待 ofo 完成押金的退还无疑还需要时间，而折扣商城也为这些排队用户提供了另一种选择。

http://www.sohu.com/a/298389671_223764?sec=wd

7. 拼多多用社交做跨境海淘（亿邦动力）

有知情人士向亿邦动力爆料，拼多多已悄然推出一个名为“多多国际”的跨境项目，目前正在火热招商中，且拼多多之后还可能会上线单独的多多国际入口。

据称，其跨境项目目前对 KA 商户 0 扣点，且提供单独的品牌资源位。根据其提供的信息，亿邦动力找到了多多国际的招商报名入口，发现首页赫然标示着“境外海淘 0 元开店”的字样。从其招商资料来看，商户入驻多多国际采取邀约制，需要在后台提交资质，招商人员发送入驻链接和邀请码，等待审核开店上传产品。其店铺类型有卖场型旗舰、旗舰店、专卖店、专营店。独占授权为旗舰店；一二级授权为专卖店；多品牌经营，链条完整为专营店；有 35 类商标为卖场型旗舰店。另外，多多国际有单独的品牌资源位置，但是上资源位跟权重有关，从卖场型旗舰店到旗舰店、专卖店、专营店，权重依次递减。

<https://www.toutiao.com/a6663948532212302347/>

8. 抖音推出新产品“抖店”（亿邦动力）

抖音在春节期间试水抖音新推营销产品——抖店。“抖店”是抖音为本地门店类客户最新推出的区域化营销工具，旨在通过本地 POI、本地加热以及本地资源位展示等功能，助力品牌打造区域化最具创新性的商业活动。

在抖店 POI 兴趣点的入口功能加持下，当用户浏览相关的视频时，能够一键进入到品牌的专属 POI 页面，了解到包含名称、定位、商品等在内的更多信息（见

下图示意)。这一功能的加入不仅能汇集线上用户产生的流量，更旨在将线上流量带到线下，实现品牌方在线下门店的消费转化。

借助“抖店”基于 POI 地址的本地流量加持、精准用户推送、本地 banner 位热门推荐、本地排行榜宣传等功能，抖音挑战赛活动被广为分发，实现优质原生内容裂变传播。

<https://www.toutiao.com/a6663948532212302347/>

9. 社交电商平台唯品仓开线下店（亿邦动力）

唯品会旗下针对小 b 代购和库存市场的社交电商平台——唯品仓，也开出了线下店。

“唯品仓线下店”公众号的信息显示，目前唯品仓已经在广东、上海、天津、四川等地开出了多家特卖店，用户可以在公众号中绑定门店，并查看所有门店的位置信息和相关上新信息。

亿邦动力观察发现，相比于唯品会的线上用户，唯品仓线下店的客群年纪偏大，顾客中不乏很多中老年消费者。唯品仓线下店中的商品折扣力度较大，价格较低。例如，波司登外套一口价 59 元，一件凯撒秋冬连衣裙仅标价 140 元。

<https://www.toutiao.com/a6663948532212302347/>

6、洋码头做社交电商“全球优选”（亿邦动力）

日前，一个名为“全球优选”的社交电商分享平台出现在了亿邦动力的读者群中。亿邦动力经过查看发现，该 App 隶属于上海洋漪信息技术有限公司，系洋码头旗下社交电商平台。

商品方面，全球优选已与数千家品牌达成合作，商品有海外品牌授权、官方认证的专业买手才买。而平台会精选来自 83 个国家的商品，日均上架 80 万件好货。

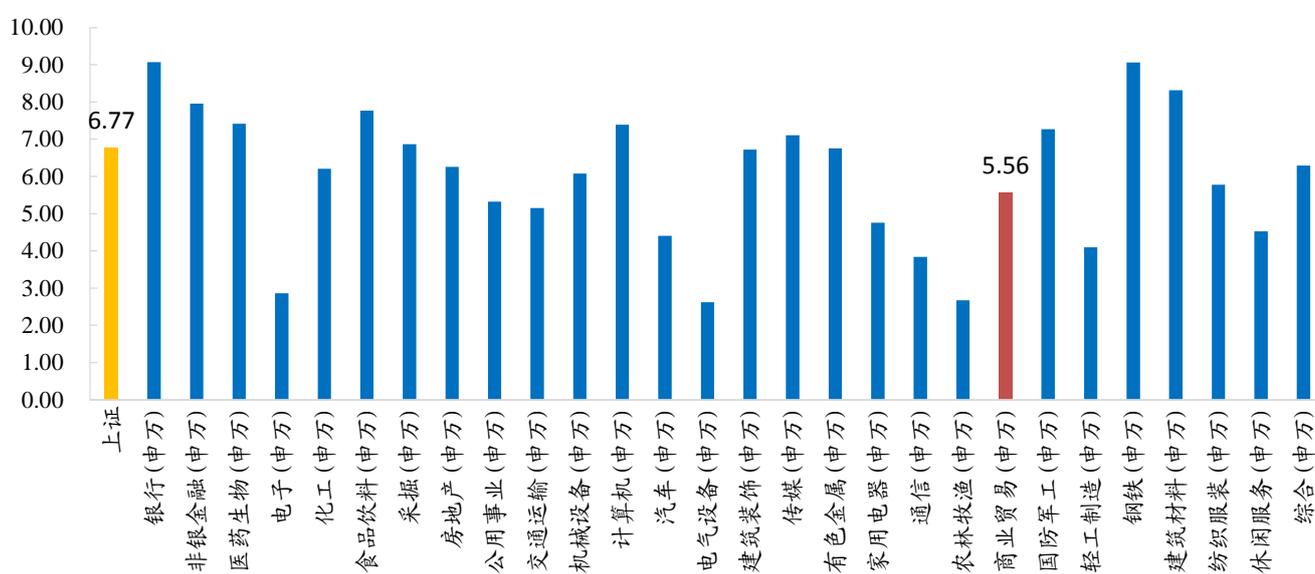
模式方面，全球优选并未跳脱社交电商的普遍理念——“自买省钱、分享赚钱”：购买礼包成为会员后，在全球优选 App 或小程序平台购物即可享受会员专属价，并可不定期参与线下体验活动；而一旦朋友通过会员的分享购买商品，会员即可获得 5%~55% 的返利。

<https://www.toutiao.com/a6663948532212302347/>

表1: 商贸零售 (SW) 一周涨跌幅

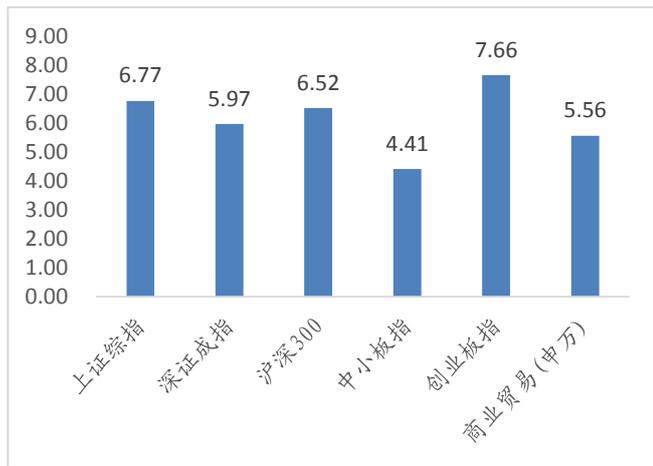
	801200.SI	CI005014.WI	882109.WI	399006.SZ	399300.SZ	000001.sh
时间	SW 商业贸易	CS 商贸零售	Wind 零售业	创业板指数	沪深 300	上证综指
25/02/2019	5.36	5.13	5.34	5.50	5.95	5.60
26/02/2019	-1.04	-0.97	-0.72	0.69	-1.20	-0.67
27/02/2019	0.25	0.24	1.22	-1.72	-0.17	0.42
28/02/2019	0.37	0.14	-0.31	1.00	-0.25	-0.44
01/03/2019	0.62	0.58	0.53	2.10	2.19	1.80
一周涨跌幅	5.5620	5.12	6.09	7.66	6.52	6.77
收盘指数	3537.89	4325.51	3780.31	1567.87	3749.71	2994.01

资料来源: wind, 新时代证券研究所

图1: 按总市值排序区间涨跌幅, 商贸涨跌幅排第 18 位 (前一周 18 位)

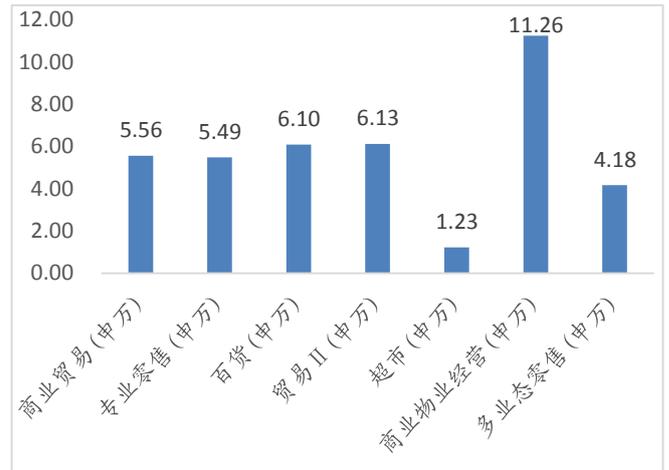
资料来源: wind, 新时代证券研究所

图2: 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3: 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
600415.SH	小商品城	17.56	15.90	002419.SZ	天虹股份	-3.01	16.27
000882.SZ	华联股份	17.28	25.93	600898.SH	国美通讯	-2.09	-32.46
000151.SZ	中成股份	16.81	45.05	601933.SH	永辉超市	-1.36	57.86
000564.SZ	供销大集	15.10	17.94	002640.SZ	跨境通	-0.34	17.97
000626.SZ	远大控股	13.96	-11.24	603708.SH	家家悦	0.00	27.80
600361.SH	华联综超	13.32	39.98	600859.SH	王府井	1.08	10.57
000861.SZ	海印股份	13.03	26.29	600735.SH	新华锦	1.14	28.78
000058.SZ	深赛格	12.71	34.19	300622.SZ	博士眼镜	1.78	26.95
002251.SZ	步步高	11.66	50.48	002697.SZ	红旗连锁	2.36	24.28
600738.SH	兰州民百	11.37	4.45	600278.SH	东方创业	2.59	28.93

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	2994.01	6.77	15.84	-8.14	20.05
399001.SZ	深证成指	9167.65	5.97	22.58	-15.34	26.63
000300.SH	沪深300	3749.71	6.52	17.12	-6.81	24.55
399005.SZ	中小板指	5939.92	4.41	22.81	-20.56	26.30
399006.SZ	创业板指	1567.87	7.66	27.68	-10.59	25.38
801200.SI	商业贸易(申 万)	3537.89	5.56	18.39	-16.40	18.77

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)	3537.89	5.56	18.39	-16.40	18.77
801204.SI	专业零售(申万)	8787.00	5.49	18.01	-11.00	22.83
852031.SI	百货(申万)	2790.57	6.10	18.80	-25.39	18.87
801202.SI	贸易II(申万)	3981.28	6.13	24.79	-17.58	21.27
852032.SI	超市(申万)	14994.69	1.23	10.58	-16.42	13.31
801205.SI	商业物业经营(申万)	843.41	11.26	22.81	-10.94	24.22
852033.SI	多业态零售(申万)	2463.15	4.18	15.07	-13.24	12.24

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

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(%)
			-15.00%~15.00%	
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
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

表6: 2018年3月年报发布日历

日	一	二	三	四	五	六
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
						兰生股份
10	11	12	13	14	15	16
		杭州解百 浙江东日		茂业商业	天虹股份 东方银星	重庆百货

17	18	19	20	21	22	23
				远大控股	中兴商业	百大集团 王府井 首商股份 浙江东方
25	26	27	28	29	30	
	ST 沪科 宁波中百 豫园股份 上海物贸 江苏舜天	红旗连锁	中百集团 浙江中拓 宏图高科 南京新百 苏美达 美凯龙 上海九百	武汉中商 时代万恒 富森美 银座股份	我爱我家 苏宁易购 徐家汇 五矿发展 广百股份 永辉超市 新华锦 东百集团 东方创业 中成股份	

资料来源：wind，新时代证券研究所

表7: 2018年4月年报发布日历

日	一	二	三	四	五	六
	1	2	3	4 合肥百货	5	6
8 爱婴室	9 文峰股份	10 汇嘉时代 欧亚集团	11 友阿股份 大商股份	12 博士眼镜	13 北京城乡 三江购物 通程控股	14
15	16 人人乐 爱施德 利群股份	17 南宁百货	18 芒果超媒 国芳集团 轻纺城 华致酒行	19 莱绅通灵 家家悦 厦门国贸	20 新华都 步步高 海宁皮城 翠微股份 鄂武商 A	21
22	23 跨境通 汇鸿集团	24	25 国际医学 安得利 中央商场 吉峰科技 ST友好 华联综超 华联股份	26 南极电商 天音控股 商业城 江苏国泰 小商品城	27 农产品 深赛格 津劝业 ST成城 汉商集团 辽宁成大 申达股份 川能动力	28
29 海印股份	30 南纺股份 国美通讯 供销大集 百联股份					

资料来源: 新时代
证券研究所益民集
团

资料来源: wind, 新时代证券研究所

3、上市公司大事提醒

表8: 每周上市公司大事提醒

(03/03)周日	(03/04)周一	(03/05)周二	(03/06)周三	(03/07)周四	(03/08)周五	(03/09)周六
			茂业商业 (600828): 股东 大会召开			
			茂业商业 (600828): 股东大会互联网投 票起始			

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。

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：lvyouqi@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/>