

# 315 调查报告，网购品质成问题，良心电商价值凸显

行业研究周报

陈文倩（分析师）

010-83561313

chenwenqian@xsdzq.cn

证书编号：S0280515080002

## ● 一周指数运行

本周（03/04-03/08）商业贸易（sw）指数上涨 1.27%，同期沪深 300 上涨 -2.46%，上证综指上涨 -0.81%，深证成指上涨 2.14%，中小板指数上涨 2.38%，创业板指数上涨 5.52%。商业贸易板块跑赢大盘，商贸板指相较沪深 300 指数上涨 3.73%。商贸申万一级行业指数周涨跌幅排名 13 名（上周 18），板块估值 18.15，上证综指估值 13.13。

## ● 艾媒咨询发布 3.15 消费调查报告：汽车、网购成投诉重灾区

3.15 晚会年年开，曝光的问题也是年年各不同。这些年来，3.15 晚会曝光的大小企业，涉及互联网、科技、汽车、食品、医疗、教育等多个领域。每年“中枪”的企业，也会引起消费者和执法部门的关注。随着互联网在各行业的渗透率不断提高，消费者对于互联网产品的关注度也与日俱增，互联网企业成为近年来 3.15 晚会频频点名的对象，规范化规模化企业更具优势。

## ● 每周观点

3 月 15 日两会结束，提出 10 个减税降费大红包。通过直接下调增值税税率，以及通过增加税收抵扣等确保企业税负只减不增；一般工商业平均电价降低 10%，取消或降低一批铁路、港口收费等诸多措施。健全农村流通网络，支持电商和快递发展。诸多措施有利于企业降成本，稳就业，刺激消费。2 月春节影响畜肉类价格下降 0.9%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点（猪肉价格下降 4.8%，影响 CPI 下降约 0.12 个百分点），3 月份猪肉价格回升，对 CPI 将有提振作用，超市板块将受益。3.15 晚会曝光产品质量问题，家电维修等服务等问题，我们认为消费者对商品和服务质量要求越来越高，这有利于零售龙头企业获取客户信任。龙头优质企业通过多年搭建的商品采购、售后服务体系，更易于满足消费者日益升高的消费需求。苏宁易购多年线下实体家电销售经验，打造具备竞争壁垒的售后服务，线上线下发展均衡，注重零售业态互补，有助于公司转型综合零售商；步步高、家家悦及天虹股份这类也越来越重视智慧零售及低线市场的快速下沉，低线城市消费增长潜力巨大，利好积极做好渠道下沉的零售标的。

## ● 行业新闻及产业动态

- 阿里巴巴将投资 46.6 亿元入股申通快递（联商网资讯）
- 橙小橙 5 年 160 多家店背后：周建雷的选品秘密（化妆品观察）
- 继今日资本后，谊品生鲜再获腾讯融资（联商超市家）
- “喜茶们”离星巴克还有多远？（零售老板内参）

## ● 风险提示：宏观经济风险；消费下行风险；公司业绩不及预期

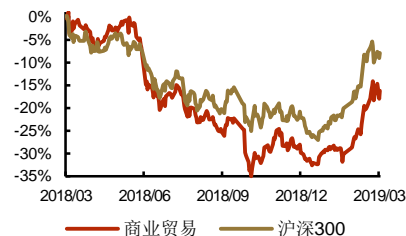
### 重点推荐标的业绩和评级

证券代码	股票名称	2019-03-15 股价	EPS			PE			投资评级
			2017	2018E	2019E	2017	2018E	2019E	
002024.SZ	苏宁易购	12.27	0.45	0.71	0.26	27.27	17.28	47.19	强烈推荐
002419.SZ	天虹股份	12.8	0.6	0.73	0.82	21.33	17.53	15.61	推荐
603708.SH	家家悦	22.75	0.66	0.78	0.84	34.47	29.17	27.08	强烈推荐

资料来源：新时代证券研究所

## 推荐（维持评级）

### 行业指数走势图



### 相关报告

- 《农村消费备受重视，早有企业提前布局》2019-03-11
- 《大数据和 AI 促进零售行业更快贴近消费者喜好和变化》2019-03-03
- 《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

## 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、 艾媒咨询发布 315 消费调查报告：网购成投诉重灾区.....	3
1.3、 2019 年全球十大消费趋势：消费者行为颠覆全球商业.....	4
1.4、 重点推荐组合.....	7
2、 行业新闻及产业动态.....	8
3、 上市公司大事提醒.....	16
4、 风险提示.....	16

## 图表目录

图 1： 2019 年全球十大消费趋势.....	4
图 2： 愿意花钱节省时间人群的占比.....	5
图 3： 全球每代人口每周线上活动所占比重.....	6
图 4： 2018 年/2025 年 50 岁以上人口占比.....	6
图 5： 2016 年-2017 年全球十大素食主义者人口增长最多的国家.....	7
图 6： 按总市值排序区间涨跌幅，商贸涨跌幅排第 13 位（前一周 18 位）.....	10
图 7： 商贸零售与大盘指数周涨跌幅（%）.....	10
图 8： 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.....	10
表 2： 商贸零售个股每周涨跌前十.....	10
表 3： 大盘周涨跌幅（%）.....	11
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.....	12
表 6： 2018 年报 3 月发布日历.....	14
表 7： 每周上市公司大事提醒.....	16

## 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(03/11-03/15)商业贸易(sw)指数上涨-1.27%，同期沪深 300 上涨-2.68%，上证综指上涨-2.59%，深证成指上涨-1.55%，中小板指数上涨-1.21%，创业板指数上涨-2.23%。商业贸易板块跑赢大盘，商贸板指相较沪深 300 指数上涨 1.41%。商贸中万一级行业指数周涨跌幅排名 16 名(上周 13)，板块估值 18.15，上证综指估值 13.13。近日，大盘在站上 3100 点后开始调整，本周申万一级行业中，23 个行业录得正涨幅，4 个行业录得负涨幅。商贸行业涨跌幅排名较上周 13 名下降至 18 名。商贸子行业板块除百货和贸易板块上涨外，其余子板块均录得负涨幅。

本周个股周涨幅超过 10% 的有 9 支(上周 6 支)；个股周跌幅超 5% 有 5 支(上周 5 支)。

3 月 15 日两会结束，提出 10 个减税降费大红包。通过直接下调增值税税率，以及通过增加税收抵扣等确保企业税负只减不增；一般工商业平均电价降低 10%，取消或降低一批铁路、港口收费等诸多措施。健全农村流通网络，支持电商和快递发展。诸多措施有利于企业降成本，稳就业，刺激消费。2 月春节影响畜肉类价格下降 0.9%，影响 CPI 下降约 0.04 个百分点(猪肉价格下降 4.8%，影响 CPI 下降约 0.12 个百分点)，3 月份猪肉价格回升，对 CPI 将有提振作用，超市板块将受益。3.15 晚会曝光产品质量问题，家电售后服务等问题，我们认为消费者对商品和服务质量要求越来越高，这有利于零售龙头企业获取客户信任。龙头优质企业通过多年搭建的商品采购、售后服务体系，更易于满足消费者日益升高的消费需求。苏宁易购多年线下实体家电销售经验，打造具备竞争壁垒的售后服务，线上线下发展均衡，注重零售业态互补，有助于公司转型综合零售商；步步高、家家悦及天虹股份这类也越来越重视智慧零售及低线市场的快速下沉，低线城市消费增长潜力巨大，利好积极做好渠道下沉的零售标的。

### 1.2、艾媒咨询发布 315 消费调查报告：网购成投诉重灾区

艾媒咨询聚焦“3.15”，特别发布了系列舆情专题报告、消费专题报告，覆盖汽车、电商、食品、消费金融、游戏、教育等多个领域。

3.15 晚会年年开，曝光的问题也是年年各不同。这些年来，3.15 晚会曝光的大小企业，涉及互联网、科技、汽车、食品、医疗、教育等多个领域。每年“中枪”的企业，也会引起消费者和执法部门的关注。随着互联网在各行业的渗透率不断提高，消费者对于互联网产品的关注度也与日俱增，互联网企业成为近年来 3.15 晚会频频点名的对象。

#### 电商网购侵权问题不容忽视，消费者权益保障问题引发关注

艾媒咨询《2019 中国 3.15 消费者权益调查报告电商篇》报告显示，2018 年中国移动电商用户规模达到 6.08 亿人。在移动支付技术全面普及后，电商消费用户已达到庞大的规模，但在电商用户规模庞大的背景下，也不得不警惕发生在网购过程中的各种与消费者权益相关的问题。

报告显示，30.9% 的受访电商用户曾在网购过程中遭遇消费者权益保障问题。其中数码家电、食品饮料和服饰箱包类商品被认为网购时最容易发生权益保障问题的重灾区，占比分别达到 34.2%、26.5% 和 26.3%。

### 消费金融行业高速发展，提升信息安全成为用户主要诉求

艾媒咨询《3.15 消费者权益调查报告消费金融行业篇》报告显示，2018 年中国居民人均可支配收入达到 28228 元，同时居民消费构成发生了改变，消费金融产品普及率逐步提升。中国消费金融行业高速发展的背后也暗藏危机，2018 年中国消费金融行业成消费者投诉的重灾区，仅 21CN 聚投诉平台消费者相关有效投诉量就达到了 31.5 万件，其中，互联网消费金融行业的投诉量达 21.0 万件。

同时，负面舆情频出，网贷平台暴力催收、网贷平台爆雷等违规事件对于用户使用消费金融行业产生了影响。

### 虚假宣传、违法广告等问题频出，严重侵害消费者合法权益

艾媒咨询《2019 中国 3·15 消费者权益调查报告广告行业篇》报告显示，2018 年，中国广告行业规模不断扩大，仅网络广告整体市场规模已达 3717 亿元。与此同时，虚假宣传、违法广告等问题频出，艾媒咨询调研显示，近三成受访者表示会经常遇到虚假广告，严重侵害了消费者的合法权益，阻碍了广告行业市场的有序发展。

其中，化妆品行业暴露多类化妆品有虚假宣传行为，市场乱象严重，2018 年抖音、快手短视频巨头就曾是化妆品的假货橱窗；房地产交易乱象一直是消费者投诉的重灾区，在 3·15 晚会的投诉平台上，消费者买房的情况各不相同，合法权益受到侵害的形式也各式各样。如房子抵押被隐瞒、强行签署装修双合同、先签字再验房、房屋面积缩水等，房地产行业广告存在楼盘形象宣传与实际不相符等问题；此外，无良商家为牟利而进行的保健品虚假广告宣传，使得市场乱象丛生，在“权健帝国”崩塌后，“保健食品是药”的糖衣炮弹被进一步拆穿，但整治保健品市场仍是一场持久战。

### 1.3、2019 年全球十大消费趋势：消费者行为颠覆全球商业

全球市场调研公司 Euromonitor 近日发布了 2019 年全球 10 大消费趋势报告，报告总结了未来一年新兴的消费趋势，探讨了消费者变化的价值观和消费取向的洞察将如何改变全球商业。

图1： 2019 年全球十大消费趋势



资料来源：Euromonitor、牛顿商学院、新时代证券研究所

《2019 年全球 10 大消费趋势报告》显示，随着购买力的提高，赋权消费者正在推动品牌接受其价值观。消费者拒绝批量生产和普通产品，并倾向于简化和质量

更好的产品，具有隐含品味和个性。年长的消费者希望感受到并被视为更年轻。通过报告了解消费者行为如何演变，以及影响最大的 2019 年趋势。

### 趋势一：人人都是专家

这一最新趋势体现了零售商与消费者之间权利关系的转变。以前，消费者需要依赖特定的品牌或信息来源来买到所需的商品，而现在，企业必须不断创新、压低价格，改进和美化产品，才能吸引消费者。

未来网络销售将成为消费的主战场，尤其是旅游、美容、时尚和饮食行业，需要布局跨平台销售战略。在营销活动中，需要强调消费者作为消费主导者的重要地位，“一种产品适合所有人群”将不再具有吸引力，个性化、定制化的产品和服务更能得到消费者的青睐。

### 趋势二：我可以照顾自己

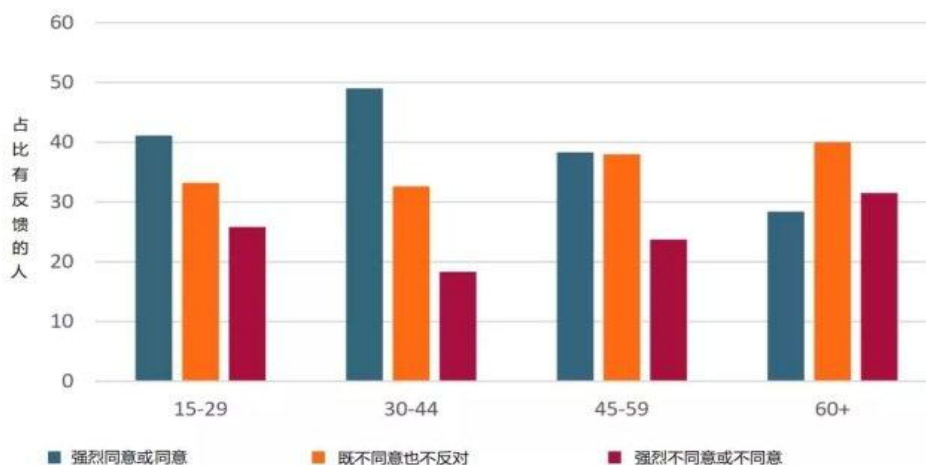
消费趋势将成为摒除社交媒体无处不在的炒作宣传的一种重要方式，让消费者更多地关注个人需求。接下来的五年中，随着消费者逐渐意识到社交媒体的陷阱，他们将追求更加“真实”的体验、产品和营销方式。

### 趋势三：我现在就要！

年轻消费者常被认为是没有耐心、三分钟热度，然而根据欧睿的报告，追求效率的消费态度不仅仅是追求即时的满足。在这个快节奏的时代，人们的时间非常宝贵，许多消费者期待契合他们生活方式的无障碍的消费体验，以节省时间，来投入到个人与社交生活。

速度成为影响销售商成败的关键因素，包括上新与配送。未来企业利用科技可大大提高销售效率，用户数据为企业提供了产品和服务指南，人工智能与网络能够为消费者节省时间和金钱。

图2：愿意花钱节省时间人群的占比



资料来源：Euromonitor、牛顿商学院、新时代证券研究所

### 趋势四：回归本真

消费者对返璞归真、寓意身份的渴望会在 2019 年进一步深化，一般化的产品将会失去消费者的欢心，具有更高品质的、独特的产品才能得到他们的青睐。

现在的消费者排斥产品繁复的属性，并将偏好简单的、回归基本需求的优质产

品。消费者期待真正差异化的产品与体验，以表达他们的个性。

### 趋势五：我想要一个零塑世界

目前，世界上 63% 的包装是塑料制品。消费者对塑料污染的关注日益增长，过去两年中，选择购买环境友好的包装食品或新鲜食品的消费者比例大大增长。未来企业想要赢得消费者的认可，需要对塑料包装问题采取必要的措施。

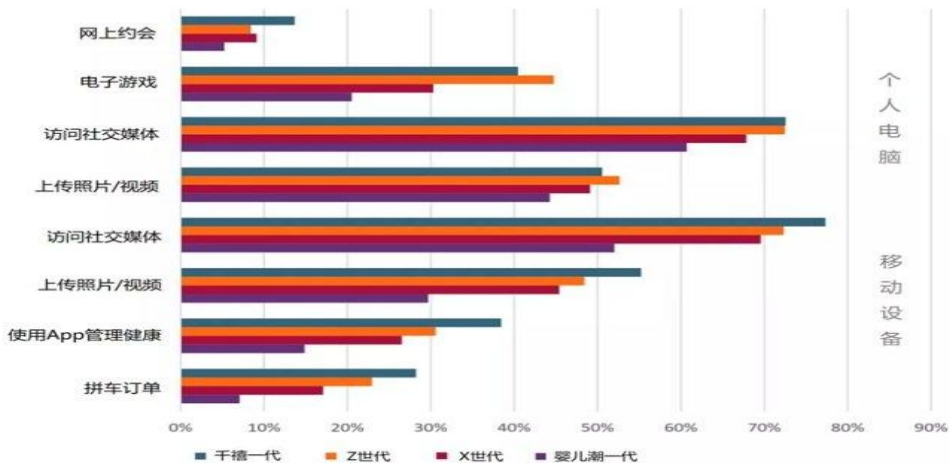
目前，已有相当一部分企业加入了抵制塑料的行列。C&A、H&M 等快时尚行业也都开始采用回收的塑料瓶制成的包装袋。另外，全球超过 290 家公司 2018 年签订了抵制塑料污染的承诺，包括英国时装品牌巴宝莉。

### 趋势六：数字交往

过去十年中，从让通信变得更加便利到实现多维交互和集体体验，科学技术取得了巨大发展。这一发展将持续塑造我们与好友、同事和陌生人联系协作的方式——让我们可以在相隔两地的情况下实现“数字交往”。

企业受这一趋势影响，也在对产品和服务进行转变。人们日常消费也大多通过网络平台完成，新科技推动着线上互动的发展，让生活更加高效。

图3：全球每代人口每周线上活动所占比重



资料来源：Euromonitor、牛顿商学院、新时代证券研究所

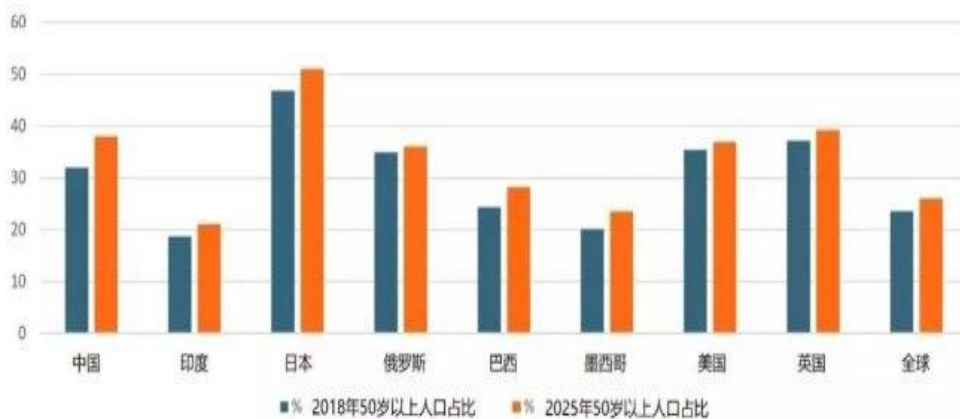
### 趋势七：单身生活

老一代人正在改变着单身生活的趋势。这些人通常在 50 岁以上，单身生活，并且通常更富有，虽然有些人是终身单身，但很多人属于离婚或丧偶，有的人可能还会有成年子女。不过这一代人并不是体验单身生活方式的唯一一代人。

### 趋势八：年龄不可知论

这是一类成熟的消费群体，他们期待能让他们保持身心的年轻态的产品和服务。随着社会老龄化的加剧，对抗衰老的消费趋势会不断加深。赢得老龄人口的品牌忠实度和信任感的关键在于提供普适的产品和服务，让老年消费者在心理上不会感受到与年轻人的差别。

图4：2018年/2025年50岁以上人口占比

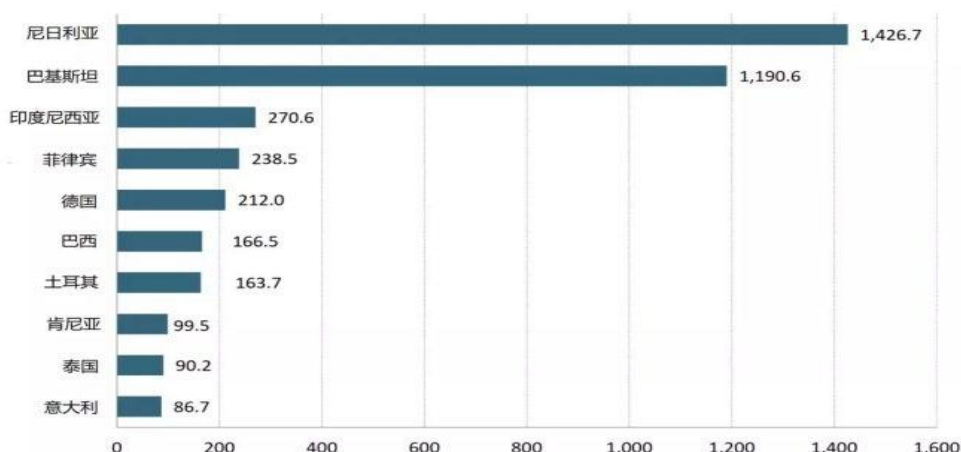


资料来源：Euromonitor、牛顿商学院、新时代证券研究所

### 趋势九：有意识的消费者

“有意识的消费者”懂得关爱，他们会想方设法做出积极的购买决定，并希望解决消费主义对世界造成的消极影响。

图5： 2016年-2017年全球十大素食主义者人口增长最多的国家



资料来源：Euromonitor、牛顿商学院、新时代证券研究所

### 趋势十：寻找错过的喜悦

工作与生活之间的界线变得模糊，私人领域和社会领域的界线也不再那么清晰，社交网络给我们一种错觉，让我们感觉所有人都应当做一些令人兴奋的事，说（或发布）一些别人认可的东西。如今人们不再害怕错过或被忽视，而是开始重新享受自我。

已有部分行业开始适应这一趋势。例如不提供 WiFi 密码的咖啡馆，鼓励消费者面对面的交流，而非沉迷于手机和网络。在时尚领域，运动鞋和户外服装的流行，也是因为消费者更关注现实生活。

## 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) 阿里巴巴将投资 46.6 亿元入股申通快递（联商网资讯）

3月11日，申通快递发布公告称，控股股东德殷投资拟新设新公司A，持有上市公司29.90%股份，阿里巴巴将获得新公司A49%的股权，支付对价为人民币46.6亿元。

截至目前，阿里已对圆通、中通、中通和申通进行投资。值得注意的是，目前“通达系”除了韵达外，阿里均已对其他快递公司进行资本操作。不得不说的是，目前“通达系”业务主要来自阿里系的订单量，这些单量占到它们总业务量的70%-80%，阿里的物流配送环节也需要它们去协同。

实际上，为了协同和加强菜鸟与物流企业的关系，资本投资成为形成利益共同体的有效工具之一。从目前来看，阿里已对百世、日日顺、全峰、心怡科技、新加坡邮政、中通、圆通、申通等多家快递公司进行投资，涉及仓储物流、跨境物流等多个层面。

点评：对于一个致力于继续引领未来新零售行业的电商巨头来讲，阿里巴巴入股申通快递或许并不仅仅只是数字上的大手笔，更多应该其对于新零售的笃信和一往无前。

<https://mp.weixin.qq.com/s/06Vc2awLC306aWP5d8PG-A>

### 2) 橙小橙 5 年 160 多家店背后：周建雷的选品秘密（化妆品观察）

橙小橙能在5年里规模飙升到160多家，并跻身国内最具代表性的进口品店行列，与周建雷的选品思维不无关系。2014年还只卖传统国货，2015年便转为雅丽洁模式，而后大量引入进口品，2016年又成了潮品爆品店，而今，步入2019年的橙小橙，在商品搭建上将要进入4.0阶段。4.0阶段将是一个全场景运用的商品搭配模式。当然，这不会成为周建雷在选品上的边界，或许过不多久，5.0阶段也会随之而来。

数年间门店形象、商品结构等都趋于统一，一切工作都可以按照标准来推进。而将什么产品引入店内，也有统一的评判逻辑：一方面，从消费者端去看产品的受欢迎程度及知名度；另一方面，从经营端去看店铺缺失什么产品，在某一品类里，功能方面有缺失的就补相关功能的产品，价位方面有缺失的就补相关价位的产品，利润空间有缺失的就补有一定利润空间的产品。

<https://mp.weixin.qq.com/s/GOHEPcl2IC8sX-r8GfpUPw>

### 3) 继今日资本后，谊品生鲜再获腾讯融资（联商超市家）

《联商网》通过企查查发现，谊品生鲜母公司重庆谊品弘科技有限公司工商资料已经变更，股东名单中新增腾讯科技(深圳)有限公司以及 Tencent Mobility Limited(腾讯全资附属公司)。其中腾讯科技(深圳)有限公司持股2.86%，认缴金额为1384.5951万元；Tencent Mobility Limited 持股11.43%，认缴金额为5538.3802万元。而从融资历程来看，2018年8月，谊品生鲜完成了一笔A轮融资，工商资料显示，徐新(今日资本创始人兼总裁)已任职“副董事长”，LT Growth Investment XXIV(HK)Limited(今日资本)目前持股比例为17.89%。

2013年7月，原永辉超市华东区总江建飞带领五位离职的“老永辉人”在合肥创办了谊品生鲜。经过5年多发展，谊品生鲜在安徽合肥独创一派，定位社区



生鲜折扣店。从 2017 年开始谊品生鲜逐渐向全国快速扩张，进驻到重庆、成都、武汉、北京、南京等地。到 2018 年底，谊品生鲜在线下已有 400 家左右门店，员工总数超 10000 人。2019 年谊品生鲜计划更快速扩张，门店数量增至 1000 家。

合伙人制度方面，谊品生鲜的模式和体制上承袭了永辉的诸多长处，例如大力推行合伙人制度并且极度重视生鲜供应链。但与永辉相比，谊品生鲜将合伙人制度运用地更加透彻，同时打法更贴近社区。

供应链方面，谊品生鲜另一优势就构建垂直供应链，包含直采、零售、B2B 批发。谊品生鲜通过统包采购完成直采，针对不同的分级和标准，分销到零售门店和 B2B 批发的渠道中，真正地做到了供应链资源的整合。

<https://mp.weixin.qq.com/s/jOvdyCn49OUkrPvBdn3RQw>

#### 4) “喜茶们”离星巴克还有多远？（零售老板内参）

以事实为准绳，站在这个时间节点回头看新式茶饮，至少有两件事情比较明确：一是新式茶饮市场的崛起已成趋势，根据艾媒咨询数据，2018 年中国新中式茶饮市场规模超 900 亿元，今年很有可能过千亿；二是喜茶和奈雪还未呈现出衰落的明显迹象，一直在稳步且快速扩张，目前两家门店数量分别超过了 140 和 130 家。

不难发现，喜茶和奈雪等并不满足于“网红”，他们对品牌有更大的野心。两大饮品市场，隔壁即饮咖啡市场早已形成以星巴克、Costa、太平洋等“一超多强”的局面，这给了茶饮市场品牌塑造极大的想象空间。

星巴克在国内完整地走完了产品（味觉塑造）——场景（情感沉淀）——品牌（符号塑造）的品牌建构过程，并通过漫长的时间沉淀出了稳定根基，毕竟人们普遍相信时间的力量。从新式茶饮的动作来看，基本也是延续这个方式，只不过速度普遍快了很多，因为竞争、消费者变迁、资本的力量等等，由于互联网的加速度，消费者对于营销的感受最明显，人们潜意识普遍质疑，爆红的东西能好喝到哪里去？

但产品研发、供应链管理和营销其实是同步进行的，奶茶又不是酒越陈越香，餐饮创业的周期可以技术性缩短，随着行业经验积累出现“爆红”且“生命力”强的品牌在理论上是可行的，“网红餐饮”将成必然趋势。

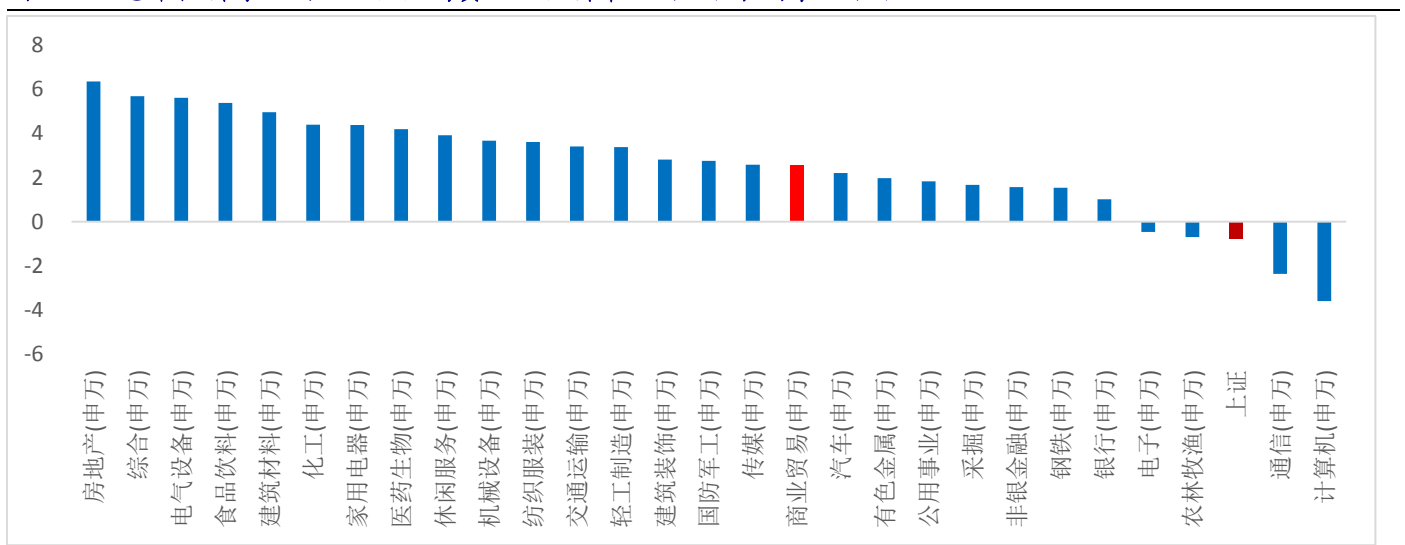
[https://mp.weixin.qq.com/s/u-PwK6xCK1xaGc\\_zrZgzHg](https://mp.weixin.qq.com/s/u-PwK6xCK1xaGc_zrZgzHg)

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
2019-03-11	3.85	3.42	3.86	4.43	1.98	1.92
2019-03-12	0.65	0.85	0.86	2.64	0.68	1.10
2019-03-13	-1.72	-1.71	-2.05	-4.49	-0.83	-1.09
2019-03-14	-2.26	-2.16	-2.79	-2.58	-0.69	-1.20
2019-03-15	2.16	2.22	2.18	0.75	1.26	1.04
一周涨跌幅	2.5762	2.52	1.91	0.49	2.39	1.75
收盘指数	3675.10	4485.27	3970.67	1662.62	3745.01	3021.75

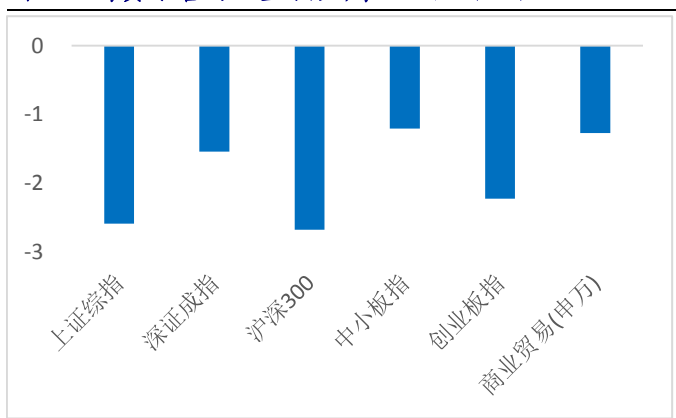
资料来源: Wind、新时代证券研究所

图6: 按总市值排序区间涨跌幅, 商贸涨跌幅排第 13 位 (前一周 18 位)



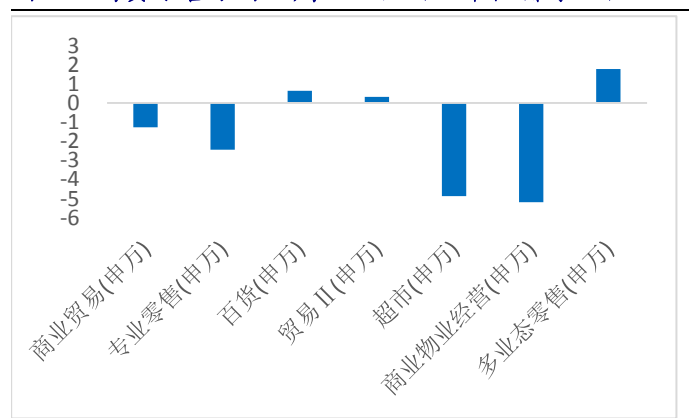
资料来源: Wind、新时代证券研究所

图7: 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8: 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

涨幅前十				跌幅前十			
000715.SZ	中兴商业	26.34	29.32	600738.SH	兰州民百	-13.92	3.70
300413.SZ	芒果超媒	15.31	52.09	000785.SZ	武汉中商	-8.40	6.50
600250.SH	南纺股份	13.53	12.32	601010.SH	文峰股份	-7.59	27.15
600278.SH	东方创业	12.65	33.55	600122.SH	宏图高科	-7.29	-24.78
000560.SZ	我爱我家	11.96	28.77	000829.SZ	天音控股	-5.11	31.90
600838.SH	上海九百	11.58	32.85	002640.SZ	跨境通	-4.28	18.44
600822.SH	上海物贸	10.70	112.59	600682.SH	南京新百	-4.07	-21.04
002561.SZ	徐家汇	10.35	17.63	600858.SH	银座股份	-3.74	55.39
600628.SH	新世界	10.20	18.90	600857.SH	宁波中百	-2.44	-4.54
600824.SH	益民集团	9.57	39.17	600778.SH	*ST友好	-2.29	-11.18

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	3021.75	0.93	11.11	-6.72	21.17
399001.SZ	深证成指	9550.54	4.18	16.19	-9.32	31.92
000300.SH	沪深300	3745.01	-0.13	10.08	8.34	24.39
399005.SZ	中小板指	6198.56	4.35	15.24	-8.73	31.80
399006.SZ	创业板指	1662.62	6.04	22.08	-15.09	32.95
801200.SI	商业贸易(申 万)	3675.10	3.88	13.80	-27.82	23.37

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)	3675.10	3.88	13.80	-27.82	23.37
801204.SI	专业零售(申万)	8931.69	1.65	9.63	-13.18	24.86
852031.SI	百货(申万)	2996.85	7.39	18.35	-39.91	27.66
801202.SI	贸易II(申万)	4266.29	7.16	22.78	-32.71	29.95
852032.SI	超市(申万)	14490.96	-3.36	0.18	1.55	9.50
801205.SI	商业物业经营(申万)	845.14	0.21	14.73	-40.45	24.47
852033.SI	多业态零售(申万)	2643.14	7.31	14.70	-29.10	20.44

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
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

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(%)
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 年报 3 月发布日历

日	一	二	三	四	五	六
					1	2
3	4	5	6	7	8	9 兰生股份
10	11	12 杭州解百 浙江东日	13	14 茂业商业	15 天虹股份 东方银星	16 重庆百货
17	18	19	20	21 远大控股	22 中兴商业	23 百大集团 王府井 首商股份 浙江东方
				28 中百集团 浙江中拓	29 武汉中商 时代万恒 富森美 银座股份	30 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
	25	26 ST 沪科 宁波中百 豫园股份 上海物贸 江苏舜天	27 红旗连锁			

资料来源: Wind、新时代证券研究所

## 4月

日	一	二	三	四	五	六
	1	2	3	4	5	6
				合肥百货		
8	9	10	11	12	13	14
爱婴室	文峰股份	汇嘉时代 欧亚集团	友阿股份 大商股份	博士眼镜	北京城乡 三江购物 通程控股	
15	16	17	18	19	20	21
	人人乐 爱施德 利群股份	南宁百货	芒果超媒 国芳集团 轻纺城 华致酒行	莱绅通灵 家家悦 厦门国贸	新华都 步步高 海宁皮城 翠微股份 鄂武商 A	
22	23	24	25	26	27	28
	跨境通 汇鸿集团		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	南极电商 天音控股 商业城 江苏国泰 小商品城	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	
29	30					
海印股份	南纺股份 国美通讯 供销大集 百联股份 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7: 每周上市公司大事提醒

(03/17)周日	(03/18)周一	(03/19)周二	(03/20)周三	(03/21)周四	(03/22)周五	(03/23)周六
	家家悦(603708): 股东大会召开			大商股份 (600694): 股东 大会现场会议登记 起始		百大集团 (600865): 年报 预计披露日期
				新华都(002264): 限售股份上市流通		王府井(600859): 年报预计披露日期
						首商股份 (600723): 年报 预计披露日期

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同期市场基准指数。

中性：未来6-12个月，预计该行业指数表现基本与同期市场基准指数持平。

回避：未来6-12个月，预计该行业指数表现弱于同期市场基准指数。

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，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅在20%以上。该评级由分析师给出。

推荐：未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数涨幅介于5%-20%。该评级由分析师给出。

中性：未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数变动幅度介于-5%-5%。该评级由分析师给出。

回避：未来6-12个月，预计该公司股价相对同期市场基准指数跌幅在5%以上。该评级由分析师给出。

市场基准指数为沪深 300 指数。

## 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	<b>郝颖 销售总监</b>
	固话：010-69004649 邮箱：haoying1@xsdzq.cn
上海	<b>吕莅琪 销售总监</b>
	固话：021-68865595 转 258 邮箱：lvyuqi@xsdzq.cn
广深	<b>吴林蔓 销售总监</b>
	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：北京市海淀区北三环西路99号院西海国际中心15楼

邮编：100086

上海：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：深圳市福田区福华一路88号中心商务大厦23楼

邮编：518046

公司网址：<http://www.xsdzq.cn/>