

2021年05月23日

# 大消费 行业周报

食品饮料  
强于大市（维持）

商贸零售  
强于大市（维持）

平安  
证券

## 各路电商开启618竞争 短视频平台加入战场



### 摘要

- **本周话题：**近期天猫、京东、抖音、快手等新旧电商平台陆续公布618的活动玩法：天猫618商家参与数大幅增加，推出“天猫榜单”打造新流量入口。京东拉长618活动周期，注重联动线下门店扩大销售能力。抖音打造618新阵地，吸引“品质商家”参加。快手继续开展616购物节，重点突出“信任”概念。我们认为，多个电商平台强化或升级了本次618的活动方式，对消费者而言有望享受更多的商品折扣和更便利的购物方式。对品牌方而言，国家前期的反垄断处罚有望制止“强迫二选一”等行为的发生，品牌方将有能力同时参与各电商平台的618活动，最大范围扩大品牌影响力。
- **行业要闻：**1) 4月社零同比+17.7%，两年平均+4.3%；2) 贵州茅台召开2020年及1Q21业绩说明会；3) 京东发布1Q21财报。
- **二级市场涨跌幅：**5月17日至21日，二级市场食品饮料+2.3%，农业-1.0%，商贸+0.8%，中信30行业中排名4、21、12。
- **风险提示：**1、宏观经济疲软的风险；2、国内疫情防控长期化的风险；3、重大食品安全事件的风险；4、重大农业疫情风险。



## 本周话题：各路电商开启618竞争，短视频平台加入战场

近期天猫、京东、抖音、快手等新旧电商平台陆续公布618的活动玩法：**天猫618商家参与数大幅增加，推出“天猫榜单”打造新流量入口。**天猫称今年将有25万品牌商家加入天猫6.18活动，商家参与比重数量是去年同期的2.5倍，期间将有1300万款商品上架，其中140万款新品将是首次上架销售，预售时间将于5月24日晚8点正式开始。天猫还将推出“天猫榜单”，热销榜、热搜榜等榜单基于真实的消费洞察为依据给出消费指引。此外，淘宝直播延续了2020年明星与企业总裁上阵的特色，预计将有100位明星与500多位总裁开启直播。

**京东拉长618活动周期，注重联动线下门店扩大销售能力。**京东称618将至少帮助1000个新品类同比增长超100%，100个新品类销售过亿。618预售也将从5月24日开启，将会有超过9成核心品牌参与。京东计划开启两场大型直播活动：5月31日“沸腾之夜”和6月17日“京奇探秘夜”。此外，京东将联动超300万家线下实体门店，并通过与达达集团合作，将“1小时生活服务圈”覆盖到全国约1400个县区市。

**抖音打造618新阵地，吸引“品质商家”参加。**抖音于4月末开启618招商，以“品质商家新选择”为主题，活动将于5月25日开启。抖音继续在直播领域进行重点投入，针对直播达人将设立重点直播间进行官方资源扶持，并鼓励品牌方进行品牌自播间的建设，打造品牌直播间标杆。

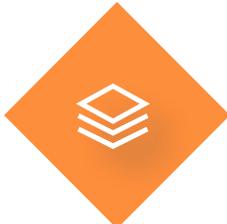
**快手继续开展616购物节，重点突出“信任”概念。**除了对商家进行流量扶持外，快手将于6月1日推出全新产品“快手小店信任卡”，将给消费者退款不退货”“退货补运费”“假一赔十”等购物保障与平台优惠券，以强化消费者对快手平台及部分优质快手小店的信任度。

**电商平台多元化，消费者与品牌方均有望收益。**我们认为，多个电商平台强化或升级了本次618的活动方式，对消费者而言有望享受更多的商品折扣和更便利的购物方式。对品牌方而言，国家前期的反垄断处罚有望制止“强迫二选一”等行为的发生，品牌方将有能力同时参与各电商平台的618活动，最大范围扩大品牌影响力。



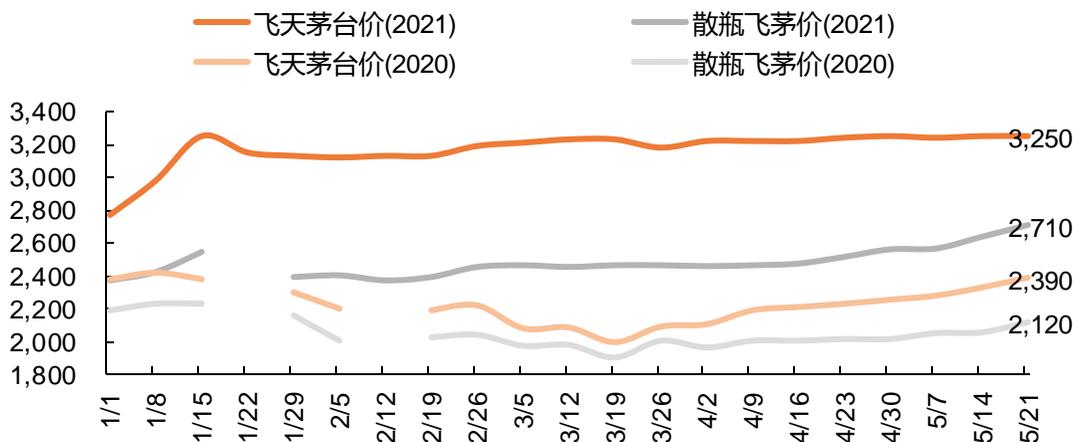
## 行业要闻

1. **4月社零同比+17.7%，两年平均+4.3%。**在2020年低基数的对比下，2021年4月份社零总额达33153亿元，同比2020年+17.7%、比2019年+8.4%、两年平均增长4.3%。对比3月份看，社零同比增速下滑16.5个百分点、同比19年增速下滑3.4个百分点、两年平均增速下滑2.0个百分点。（统计局）
2. **贵州茅台召开2020年及1Q21业绩说明会，**公司称截至目前没有调整主营产品价格的计划，直营渠道方面2021年公司已在重庆增设1家自营店，未来还将根据市场需求继续增加网点设置。（公司公告）
3. **京东发布1Q21财报。**公司收入为人民币2032亿元，同比增长39%；Non-GAAP净利润为40亿元，同比增长33%。京东过去12个月的活跃购买用户数近5亿，同比增长29.0%，公司预计2021年将持续目前的用户增长趋势。（公司公告）

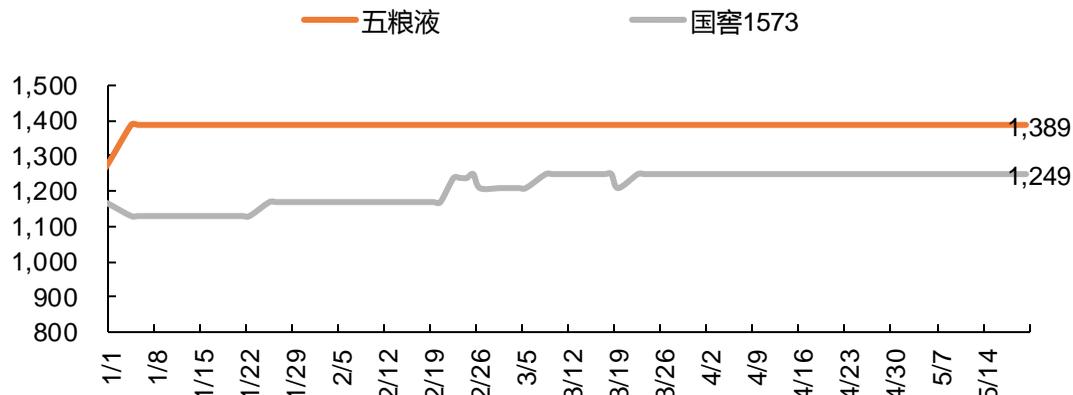


# 产业数据跟踪

## • 飞天茅台（53度）行情价（元/瓶）



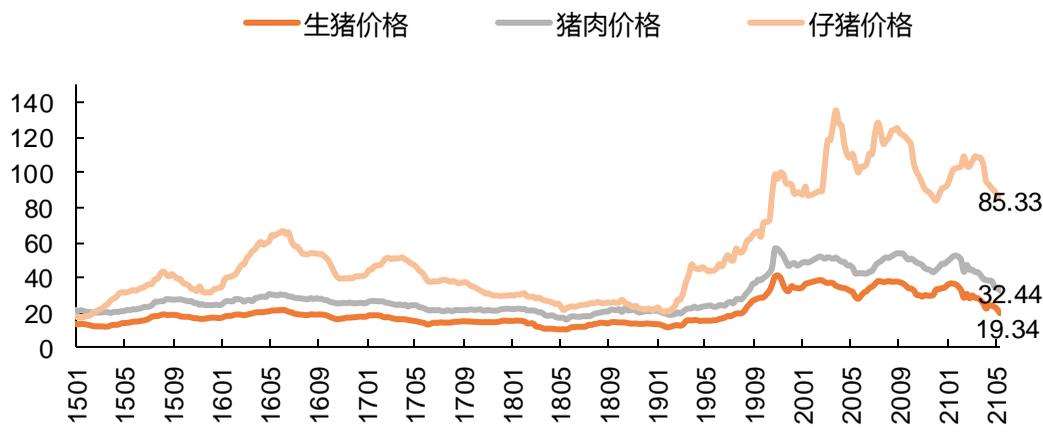
## • 五粮液（52度）、国窖1573（52度）京东价（元/瓶）



## • 原奶价格（元/千克）



## • 生猪、猪肉、仔猪价格（元/千克）

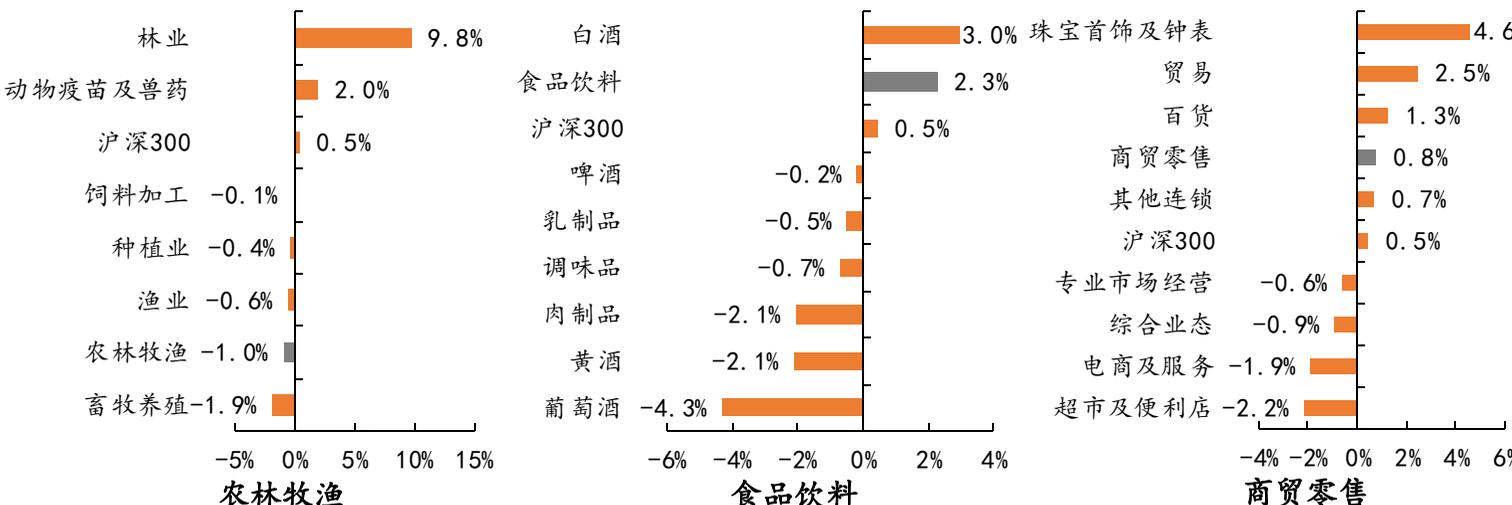


数据来源：国酒财经、同花顺、万得，平安证券研究所



# 二级市场信息 (2021.05.17-2021.05.21)

## 子行业涨跌幅



## 重点公司盈利预测

所属行业	股票名称	最新收盘价	EPS (元/股)			P/E			评级
			2020A	2021E	2022E	2020A	2021E	2022E	
食品饮料	贵州茅台	2042.10	37.17	42.66	48.81	54.9	47.9	41.8	推荐
	海天味业	131.59	1.98	2.35	2.75	66.5	56.0	47.9	推荐
商贸零售	华熙生物	219.21	1.35	1.70	2.09	162.4	128.9	104.9	推荐
	贝泰妮	260.21	1.28	1.85	2.44	203.3	140.7	106.6	推荐
	珀莱雅	158.80	2.37	2.95	3.58	67.0	53.8	44.4	推荐
	三只松鼠	50.40	0.75	0.90	1.12	67.2	56.0	45.0	推荐

数据来源：万得、平安证券研究所

张晋溢

投资咨询资格编号

S1060521030001

ZHANGJINYI1112@PINGAN.COM.CN

何沛滨

投资咨询资格编号

S1060520100001

0755-33547155

HEPEIBIN951@PINGAN.COM.CN

### 股票投资评级：

- 强烈推荐 (预计6个月内, 股价表现强于沪深300指数20%以上)
- 推荐 (预计6个月内, 股价表现强于沪深300指数10%至20%之间)
- 中性 (预计6个月内, 股价表现相对沪深300指数在±10%之间)
- 回避 (预计6个月内, 股价表现弱于沪深300指数10%以上)

### 行业投资评级：

- 强于大市 (预计6个月内, 行业指数表现强于沪深300指数5%以上)
- 中性 (预计6个月内, 行业指数表现相对沪深300指数在±5%之间)
- 弱于大市 (预计6个月内, 行业指数表现弱于沪深300指数5%以上)

### 公司声明及风险提示：

负责撰写此报告的分析师 (一人或多人) 就本研究报告确认：本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格。

本公司研究报告是针对与公司签署服务协议的签约客户的专属研究产品，为该类客户进行投资决策时提供辅助和参考，双方对权利与义务均有严格约定。本公司研究报告仅提供给上述特定客户，并不面向公众发布。未经书面授权刊载或者转发的，本公司将采取维权措施追究其侵权责任。

证券市场是一个风险无时不在的市场。您在进行证券交易时存在赢利的可能，也存在亏损的风险。请您务必对此有清醒的认识，认真考虑是否进行证券交易。市场有风险，投资需谨慎。

### 免责声明：

本报告旨在发给平安证券股份有限公司 (以下简称“平安证券”) 的特定客户及其他专业人士。未经平安证券事先书面明文批准，不得更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其他人。此报告所载资料的来源及观点的出处皆被平安证券认为可靠，但平安证券不能担保其准确性或完整性，报告中的信息或所表达观点不构成所述证券买卖的出价或询价，报告内容仅供参考。平安证券不对因使用此报告的材料而引致的损失而负上任何责任，除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告而取代行使独立判断。平安证券可发出其它与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。本报告及该等报告反映编写分析员的不同、见解及分析方法。报告所载资料、意见及推测仅反映分析员于发出此报告日期当日的判断，可随时间的推移而随时更改。为免生疑问，此报告所载价格并不代表平安证券的立场。平安证券在法律许可的情况下可能参与此报告所提及的发行商的投资银行业务或投资其发行的证券。平安证券股份有限公司2019版权所有。保留一切权利。