



## 川财周观点

**互联网媒体板块：本周互联网媒体板块下跌 5.71%，高于大盘上证综指 0.46% 的跌幅。**互联网媒体方面，6 月 3 日，哔哩哔哩 CEO 陈睿在第九届中国网络视听大会上表示，知识区正成为 B 站内容生态建设中的一个重要拓展品类。据统计，B 站目有 91% 的视频播放量来源于 PUGV，其中泛知识内容视频占比达 45%。截至 2021 年 5 月，超过 7855 万用户在 B 站学习，占月活用户的约 35%。从用户组成结构来看，B 站拥有较好教育背景的年轻用户占比较大，据公司统计，在中国 985、211 等重点大学，B 站的渗透率达 82%。良好的用户基础有利于 B 站在泛知识内容领域的进一步发展，或有望成为 B 站二次元后的新核心竞争力，推动公司用户规模、用户粘性与业绩实现增长。

**电商及服务板块：本周电商及服务板块上涨 2.69%，高于大盘上证综指 0.46% 的跌幅。**电商及服务方面，6 月 1-4 日，阿里旗下淘宝平台发布“618 开门红”年中促销活动相关销售数据。数据显示，今年天猫 618 有超 25 万个品牌参与，数量达上年同期的 2.5 倍；共计 1300 万商品参与打折活动，其中包括 140 万款产品为首次推出的新品。据统计，在 6 月 1 日零点活动正式开卖的 1 小时内，超 1700 家品牌成交额超过去年同期的全天，淘宝直播首小时的成交额也超过去年全天。

**聚焦会员生态建设，推动平台对品牌孵化能力提升。**淘宝天猫为平台上的品牌商提供品牌会员服务，从而推动用户对品牌忠诚度与粘性的提升，促进品牌商销售额的进一步增长。目前会员体系的建设已初见成效，在天猫上已有 20 家品牌商的会员数超 1000 万，618 首日有 25 个品牌的会员成交额超 1 亿元。同时，本次 618 促销活动中，淘宝通过额外优惠券、打折等方式推动 88VIP 在用户中渗透率的提升，活动首日 88VIP 用户整体消费额同比增长达 221%。通过对平台会员生态的多维度建设，一方面有利于阿里旗下以淘宝为主的平台用户粘性进一步提升，另一方面促进平台与品牌间的紧密合作，有利于保持对其他大型电商平台的竞争力，实现平台规模的持续增长，

**投资建议：**2021 年国内线上经济持续发展，各大电商平台用户规模与业绩实现双提升，第一季度头部电商平台以及抖音、快手等头部短视频平台的电商业务实现良好增长。目前各大电商平台已开启 618 年中促销活动，相关销售数据较 2020 年同期实现较大增长，预计 2021 年全年头部电商业绩维持较高增长可能性较高，业绩确定性强。

**风险提示：**宏观经济增长低于预期，新冠疫情爆发风险。

## 证券研究报告

所属部门	行业公司部
报告类别	行业周报
所属行业	消费行业
报告时间	2021/06/04

## 分析师

欧阳宇剑  
证书编号：S1100517020002  
ouyangyujian@cczq.com

## 川财研究所

北京	西城区平安里西大街 28 号中海国际中心 15 楼，100034
上海	陆家嘴环路 1000 号恒生大厦 11 楼，200120
深圳	福田区福华一路 6 号免税商务大厦 32 层，518000
成都	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 177 号中海国际中心 B 座 17 楼，610041

## 正文目录

一、川财周观点 .....	3
二、行情回顾 .....	4
三、行业估值 .....	6
四、行业数据跟踪 .....	6
新经济相关指数走势 .....	6
社会消费品零售总额及价格指数走势 .....	7
网络购物市场规模走势 .....	8
比特币价格及成交量走势 .....	9
五、行业动态 .....	10
六、重要公告 .....	10
风险提示 .....	11

## 一、川财周观点

**互联网媒体板块：**本周互联网媒体板块下跌 5.71%，高于大盘上证综指 0.46% 的跌幅。互联网媒体方面，6 月 3 日，哔哩哔哩 CEO 陈睿在第九届中国网络视听大会上表示，知识区正成为 B 站内容生态建设中的一个重要拓展品类。据统计，B 站目前有 91% 的视频播放量来源于 PUGV，其中泛知识内容视频占比达 45%。截至 2021 年 5 月，超过 7855 万用户在 B 站学习，占月活用户的约 35%。从用户组成结构来看，B 站拥有较好教育背景的年轻用户占比较大，据公司统计，在中国 985、211 等重点大学，B 站的渗透率达 82%。良好的用户基础有利于 B 站在泛知识内容领域的进一步发展，或有望成为 B 站二次元后的新核心竞争力，推动公司用户规模、用户粘性与业绩实现增长。

**电商及服务板块：**本周电商及服务板块上涨 2.69%，高于大盘上证综指 0.46% 的跌幅。电商及服务方面，6 月 1-4 日，阿里旗下淘宝平台发布“618 开门红”年中促销活动相关销售数据。数据显示，今年天猫 618 有超 25 万个品牌参与，数量达上年同期的 2.5 倍；共计 1300 万商品参与打折活动，其中包括 140 万款产品为首次推出的新品。据统计，在 6 月 1 日零点活动正式开卖的 1 小时内，超 1700 家品牌成交额超过去年同期的全天，淘宝直播首小时的成交额也超过去年全天。

**聚焦会员生态建设，推动平台对品牌孵化能力提升。**淘宝天猫为平台上的品牌商提供品牌会员服务，从而推动用户对品牌忠诚度与粘性的提升，促进品牌商销售额的进一步增长。目前会员体系的建设已初见成效，在天猫上已有 20 家品牌商的会员数超 1000 万，618 首日有 25 个品牌的会员成交额超 1 亿元。同时，本次 618 促销活动中，淘宝通过额外优惠券、打折等方式推动 88VIP 在用户中渗透率的提升，活动首日 88VIP 用户整体消费额同比增长达 221%。通过对平台会员生态的多维度建设，一方面有利于阿里旗下以淘宝为主的平台用户粘性进一步提升，另一方面促进平台与品牌间的紧密合作，有利于保持对其他大型电商平台的竞争力，实现平台规模的持续增长，

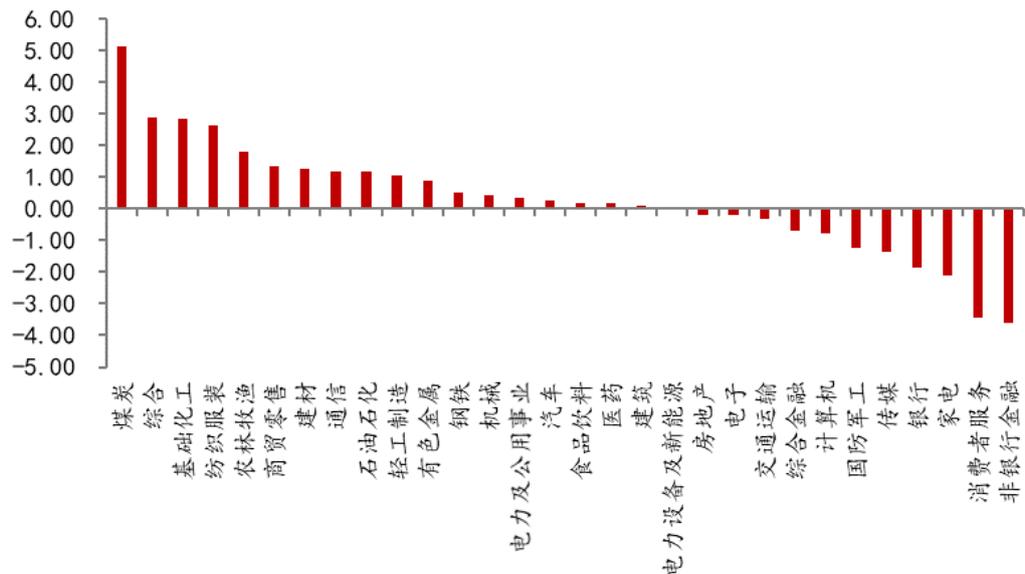
**投资建议：**2021 年国内线上经济持续发展，各大电商平台用户规模与业绩实现双提升，第一季度头部电商平台以及抖音、快手等头部短视频平台的电商业务实现良好增长。目前各大电商平台已开启 618 年中促销活动，相关销售数据较 2020 年同期实现较大增长，预计 2021 年全年头部电商业绩维持较高增长可能性较高，业绩确定性强。

## 二、行情回顾

本周（2021年5月31日-6月4日）上证综指下跌0.46%，沪深300指数下跌1.24%，商贸零售指数上涨1.36%，在30个子行业中排名第6；传媒指数下跌1.38%，在30个子行业中排名第26。

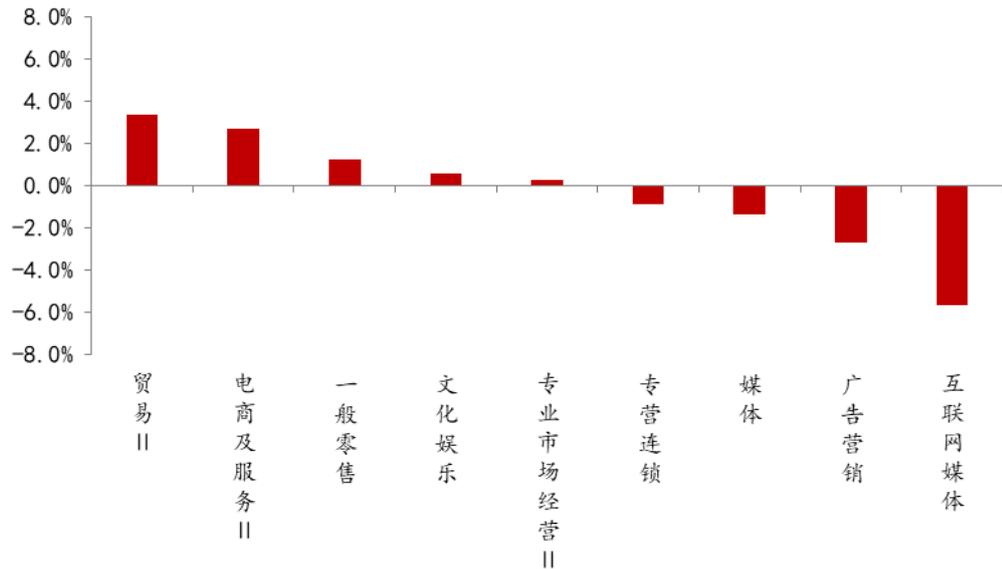
从两大行业细分子板块来看，涨幅前三为贸易(+3.36%)、电商及服务(+2.69%)、一般零售(+1.21%)；涨幅后三为互联网媒体(-5.71%)、广告营销(-2.70%)、媒体(-1.36%)。从上市公司来看，涨幅前三的分别是东方银星(+33.77%)、江苏国泰(+32.67%)、\*ST跨境(+27.84%)；跌幅前三的分别是出版传媒(-18.48%)、中广天择(-15.23%)、天音控股(-12.68%)。

图 1：一级行业周涨跌幅（%）



资料来源：Wind，川财证券研究所

图 2： 商贸零售、传媒行业细分子板块周涨跌幅



资料来源: Wind, 川财证券研究所

图 3： 本周个股涨跌幅排名

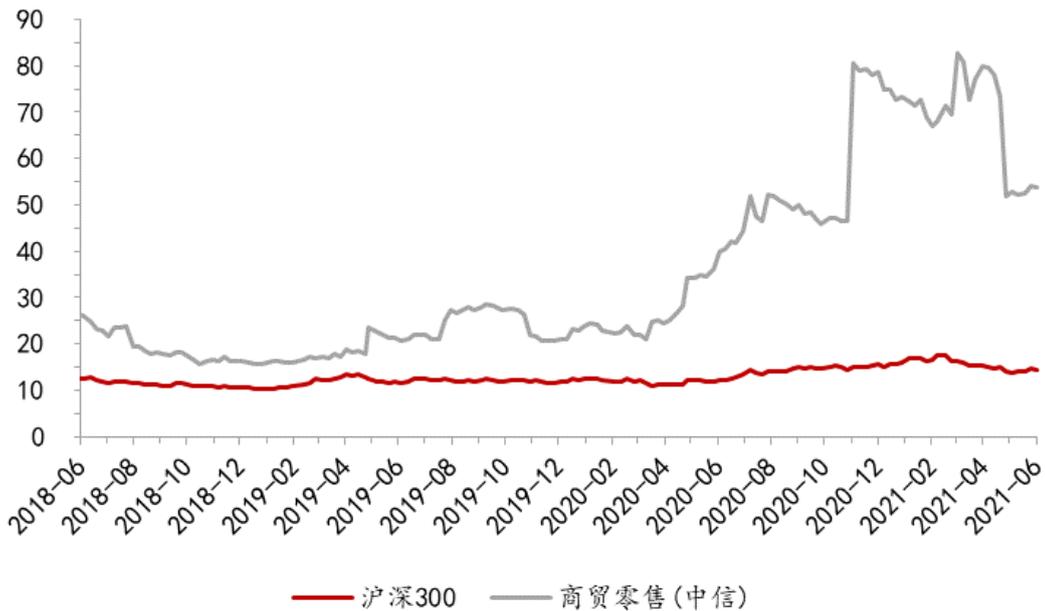
股票名称	股票代码	收盘价 (元)	本周涨跌幅 (%)	市值 (亿元)	EPS (TTM)	PE (TTM)
涨幅前十						
东方银星	600753.SH	48.80	33.77	87.45	0.11	427.96
江苏国泰	002091.SZ	9.30	32.67	145.41	0.63	14.83
*ST跨境	002640.SZ	2.48	27.84	38.64	-2.22	-1.12
吉比特	603444.SH	579.11	24.89	416.17	15.16	38.20
吉比特	603444.SH	579.11	24.89	416.17	15.16	38.20
星徽股份	300464.SZ	16.70	15.93	58.97	0.68	0.00
宁波中百	600857.SH	12.96	14.79	29.07	0.17	77.11
三木集团	000632.SZ	4.12	12.88	19.18	0.10	39.81
浙文影业	601599.SH	3.39	11.88	30.26	-1.07	-3.18
中百集团	000759.SZ	5.77	10.33	39.29	0.32	18.20
跌幅前十						
出版传媒	601999.SH	7.63	-18.48	42.03	0.28	26.94
中广天择	603721.SH	20.81	-15.23	27.05	-0.10	-214.81
天音控股	000829.SZ	7.60	-12.68	77.91	0.12	0.00
居然之家	000785.SZ	6.50	-10.96	424.39	0.27	24.47
新华网	603888.SH	21.90	-10.43	113.67	0.44	49.36
新华传媒	600825.SH	5.18	-10.23	54.13	-0.28	-18.58
重庆百货	600729.SH	26.88	-10.21	109.27	3.17	8.47
百大集团	600865.SH	8.93	-9.04	33.60	1.04	0.00
杭州解百	600814.SH	7.45	-8.92	53.27	0.57	13.18
曼卡龙	300945.SZ	21.17	-8.75	43.19	0.40	53.52

资料来源: Wind, 川财证券研究所

### 三、行业估值

2021年6月4日，商贸零售行业PE为53.73倍，整体估值水平有所下降。

图 4：商贸零售行业估值走势 PE (TTM, 周)

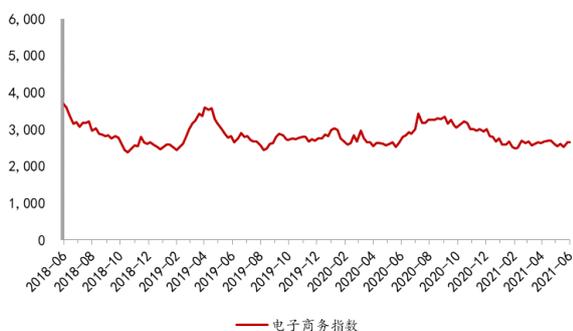


资料来源：Wind，川财证券研究所

### 四、行业数据跟踪

#### 新经济相关指数走势

图 5：电子商务指数走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

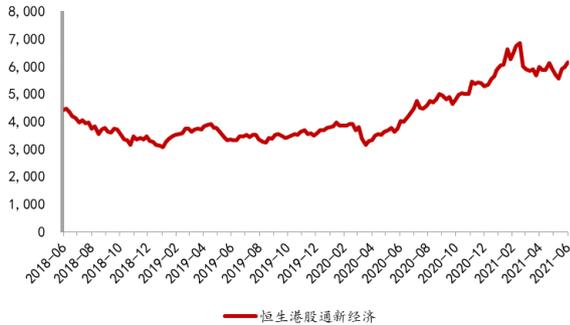
图 6：标普中国新经济行业指数走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

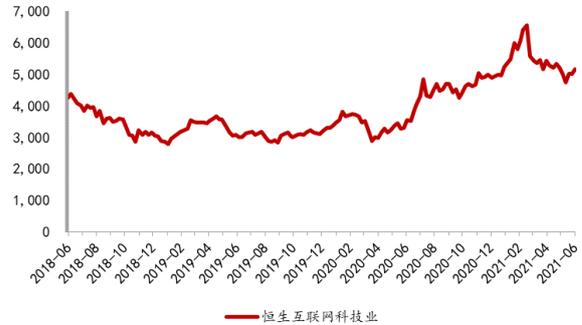
本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

图 7：恒生港股通新经济指数走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

图 8：恒生互联网科技业指数走势



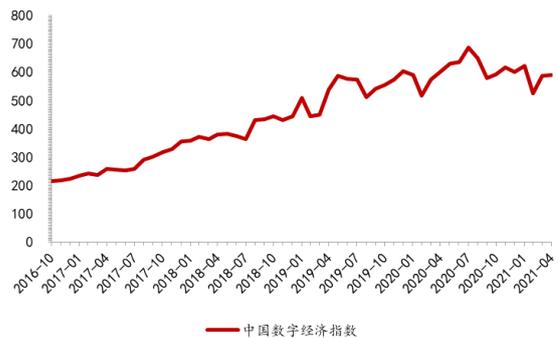
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 9：中国新经济指数走势



资料来源：财新网，川财证券研究所

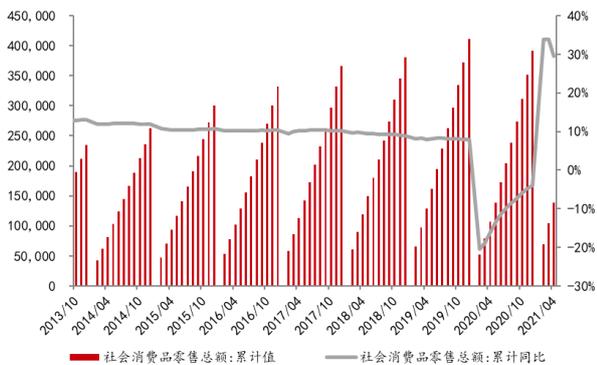
图 10：中国数字经济指数走势



资料来源：财新网，川财证券研究所

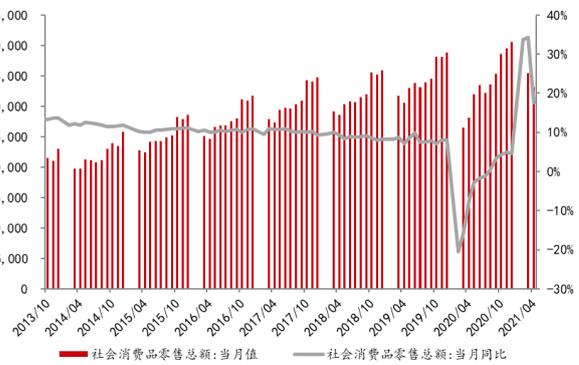
## 社会消费品零售总额及价格指数走势

图 11：社会消费品零售总额及增速（累计值）



资料来源：Wind，川财证券研究所

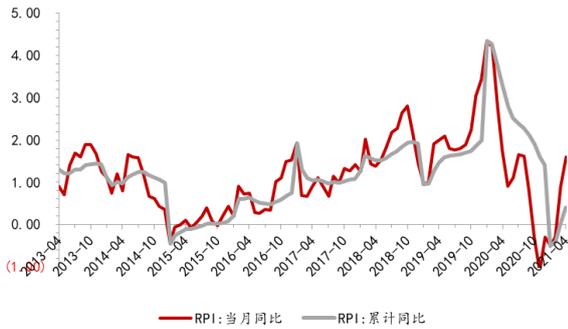
图 12：社会消费品零售总额及增速（当月值）



资料来源：Wind，川财证券研究所

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅尾页的重要声明

图 13: 商品零售价格指数同比增速走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

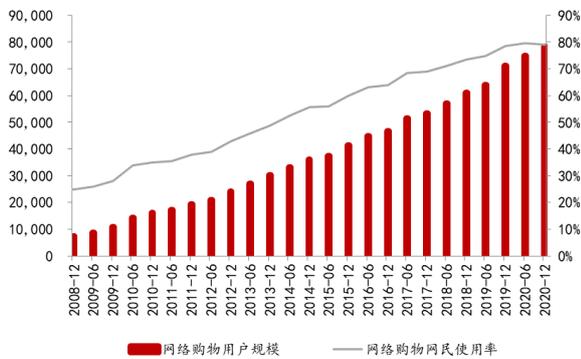
图 14: 居民消费价格指数同比增速走势



资料来源: Wind, 川财证券研究所

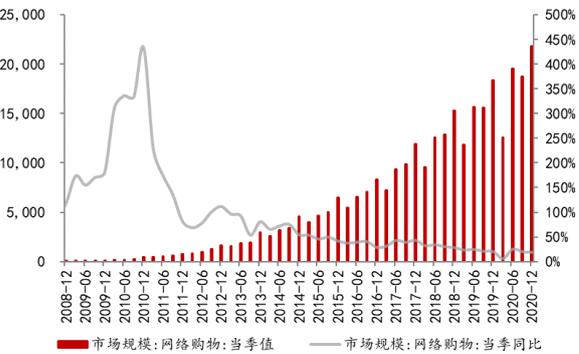
### 网络购物市场规模走势

图 15: 网络购物用户规模及网民使用率



资料来源: Wind, 川财证券研究所

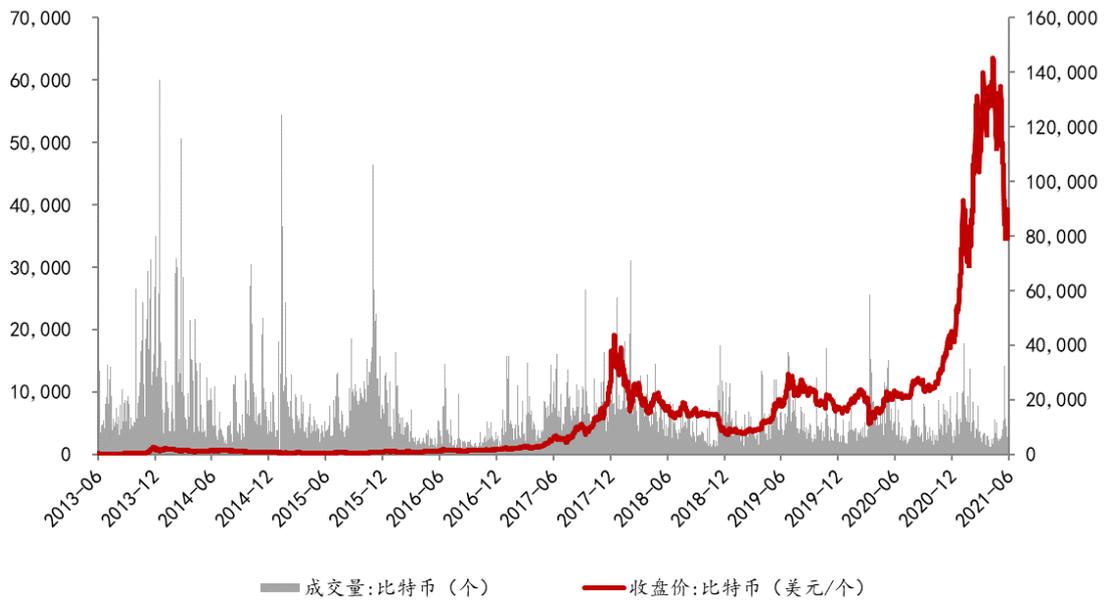
图 16: 网络购物市场规模(当季值)及增速



资料来源: Wind, 川财证券研究所

## 比特币价格及成交量走势

图 17： 比特币价格及成交量走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

## 五、行业动态

阅文宣布“大阅文”战略，聚焦IP矩阵建设	6月3日，在2021阅文年度发布会上，阅文集团首席执行官、腾讯集团副总裁兼腾讯影业首席执行官程武宣布了“大阅文”战略升级，明确阅文将基于腾讯新文创生态，以网络文学为基石，以IP开发为驱动力，开放性地与全行业合作伙伴共建IP生态业务矩阵。
苏宁集团转让苏宁易购部分股份	6月2日，苏宁易购发布公告称，股东苏宁电器集团与江苏新新零售创新基金签署了《股份转让协议》，苏宁电器集团拟将持有的公司5.2亿股无限售流通股份（占公司总股本的5.59%）转让给新零售基金。
抖音召开机构大会，发布2021年最新战略	6月2日，抖音直播正式召开了一场主题为“繁荣共生”的机构大会，面向各区域直播机构，分享了2021年的最新战略和发展方向。会上，抖音直播发布了“星河计划”。“星河计划”是抖音直播目前为公会提供运营支持的一项扶持计划，该计划具体分为三个方面：公会成长、主播成长、产品赋能，也即公会侧、主播侧和后台产品侧。据悉，这项计划承载着“50%公会营收翻倍”的期望。
YY联合百度举办“66直播节”	6月1日，YY直播宣布将联合百度App举办首届“66直播节”，6月6日至26日，连续21天每晚8点推出包括明星直播、网红献唱、主播庆典、创新综艺等在内的直播内容，并推出多重玩法和用户礼包，打造首个属于直播行业的超级节日IP。
快手进一步拓宽本地生活服务业务	6月1日，快手在微信端上线了一款名为“吃喝玩乐在快手”的微信小程序，加码本地生活服务。

## 六、重要公告

天音控股	发布2020年年度权益分派实施公告，将以公司现有总股本1,025,100,438股为基数，向全体股东每10股派0.55元人民币现金，除权除息日为2021年6月11日。
若羽臣	发布2020年年度权益分派实施公告，将以公司现有总股本121,699,840股为基数，向全体股东每10股派0.80元人民币现金，除权除息日为2021年6月10日。
豫园股份	公司旗下子公司苏州复地豫涵置业有限公司于2021年5月31日参加了苏州市土地交易市场国有建设用地使用权公开出让活动，以人民币37.29亿元竞得吴中区太湖新城东太湖路南侧、龙翔路西侧地块（编号：苏地2021-WG-22号）国有建设用地使用权，公司拥有项目100%权益。
苏美达	发布2020年年度权益分派实施公告，将以公司现有总股本1,306,749,434股为基数，向全体股东每股派0.251元人民币现金，除权除息日为2021年6月10日。
巨人网络	发布2020年年度权益分派实施公告，以公司现有总股本2,024,379,932股扣减截至权益分派股权登记日不参与利润分配的已回购股份69,312,261股后的1,955,067,671股为基数，向股权登记日登记在册的全体股东每10股派现金红利1.60元，除权除息日为2021年6月9日。

中文传媒

发布 2020 年年度权益分派实施公告，以公司现有总股本 1,355,063,719 股为基数，向全体股东每股派 0.55 元人民币现金，除权除息日为 2021 年 6 月 10 日。

## 风险提示

### 宏观经济增长持续低于预期

若宏观经济增速放缓，居民消费增长乏力，将对消费类板块上市公司业绩持续增长带来压力。

### 原料价格波动风险

气候变化、自然灾害、动物疫情等不可抗力因素导致的农作物、肉类、蔬菜、乳品等原材料价格波动，将侵蚀食品饮料板块上市公司盈利能力。

## 分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

## 行业公司评级

证券投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内证券的绝对收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

行业投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内行业相对市场基准指数的收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

## 重要声明

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户，与本公司无直接业务关系的阅读者不是本公司客户，本公司不承担适当性职责。本报告在未经本公司公开披露或者同意披露前，系本公司机密材料，如非本公司客户接收到本报告，请及时退回并删除，并予以保密。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。对于本公司其他专业人士（包括但不限于销售人员、交易人员）根据不同假设、研究方法、即时动态信息及市场表现，发表的与本报告不一致的分析评论或交易观点，本公司没有义务向本报告所有接收者进行更新。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供投资者参考之用，并非作为购买或出售证券或其他投资标的的邀请或保证。该等观点、建议并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。根据本公司《产品或服务风险等级评估管理办法》，上市公司价值相关研究报告风险等级为中低风险，宏观政策分析报告、行业研究分析报告、其他报告风险等级为低风险。本公司特此提示，投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素，必要时可就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。本公司以往相关研究报告预测与分析的准确，也不预示与担保本报告及本公司今后相关研究报告的表现。对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。投资者应当充分考虑到本公司及作者可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

对于本报告可能附带的其它网站地址或超级链接，本公司不对其内容负责，链接内容不构成本报告的任何部分，仅为方便客户查阅所用，浏览这些网站可能产生的费用和风险由使用者自行承担。

本公司关于本报告的提示（包括但不限于本公司工作人员通过电话、短信、邮件、微信、微博、博客、QQ、视频网站、百度官方贴吧、论坛、BBS）仅为研究观点的简要沟通，投资者对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“川财证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。如未经川财证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本提示在任何情况下均不能取代您的投资判断，不会降低相关产品或服务的固有风险，既不构成本公司及相关从业人员对您投资本金不受损失的任何保证，也不构成本公司及相关从业人员对您投资收益的任何保证，与金融产品或服务相关的投资风险、履约责任以及费用等将由您自行承担。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：000000029399

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅本页的重要声明 C0004