

## 研究部

黄天天

tthuang@cebm.com.cn

肖杰

jxiao@cebm.com.cn

唐贝

btang@cebm.com.cn

罗超

cluoa@cebm.com.cn

## 关于莫尼塔研究

莫尼塔研究是财新集团旗下的独立研究公司。

自2005年成立伊始，莫尼塔研究一直为全球大型投资机构及各类企业提供资本市场投资策略，信息数据以及产业相关的研究服务。

我们的客户包括国内外大型资产管理公司，保险公司，私募基金及各类企业。

2015年莫尼塔研究加入财新集团，成为中国最具影响力的财经媒体集团+顶级智库的一员。

www.caixininsight.com

## 报告摘要

■ **行业专题点评：**根据亿邦智库发布的《品牌企业618大促洞察报告》显示：（1）从活动参与度来看，80%商家参与了今年天猫的618活动，与去年持平；60%商家参与了今年京东的618活动，比去年减少5%；47%商家参与了今年抖音的618活动，比去年同比大增近30%。由此可看出，虽然天猫的参与商家数尚能维持平稳，但京东却已经出现同比下滑，商家呈加速入驻抖音趋势。（2）从预算方面观察，超过50%商家会将30%以上预算投放在天猫，超过25%商家会将20%以上预算投放在抖音，超过75%商家在快手上的投放预算不超过5%，超过70%商家在京东上的投放预算不超过20%，表明大多数商家仍然视天猫为品牌宣传与广告投放的大本营，但抖音已成为商家的另一大主战场。（3）而当预算资源有限时，57%商家会优先投放天猫，19%商家会优先投放抖音，选择优先投放其他平台的商家均不超过10%，表明抖音已在快速动摇品牌商家对天猫、京东等传统电商平台的粘性。根据产业调研，2021年3-4月份，抖音电商单月规模约为350-450亿GMV，618预售规模为近200亿GMV。结合上述数据与我们此前发布的直播电商行业报告内容，我们推测，2021年服饰鞋帽、美妆个护、珠宝首饰、日百家清品类的品牌商家将加速布局抖音电商。我们对抖音直播电商2021年完成5000亿GMV的目标持乐观态度，并看好基于抖音平台成长出来的新一代电商代运营机构（DP）。

■ **本周行情回顾：**本周商贸零售板块报收4058.12点，下跌2.10%，跑输沪深300（本周下跌1.09%）1.01个百分点。板块表现在29个一级行业中位居第22位。各细分板块中，一般零售下跌2.06%，贸易下跌1.54%，专营连锁下跌1.26%，电商及服务下跌5.35%，专营市场经营下跌0.87%。个股涨幅前五的公司为\*ST商城（27.78%）、\*ST时万（27.57%）、爱施德（26.64%）、北京故乡（12.94%）、\*ST劝业（12.87%）；个股跌幅前五的公司为新华锦（-18.36%）、兰州民百（-12.54%）、豫园股份（-11.36%）、江苏国泰（-9.14%）、华致酒行（-8.74%）。

## 一周行业重要新闻：

【互联网】京东或将以70.75美元/股价格配售275万股股票

【互联网】叮咚买菜拟于纽约证交所上市，股票代码“DDL”

【互联网】辛巴618直播带货喊话快手，质疑平台对其限流

## 重点公司公告：

【珀莱雅】股东方玉友减持股份计划实施完毕，合计减持公司股份664.63万股，占公司目前总股本的3.30%。



## 目录

一、 行业专题点评：品牌商家加速布局抖音电商，抖快电商 GMV 增速或将分化 .....	3
二、 一周行情回顾 .....	4
三、 一周行业新闻 .....	5
四、 重点公司公告 .....	6

## 图表目录

图表 1：全行业周涨跌幅对比 .....	4
图表 2：本周商贸零售指数下跌 2.10 个百分点 .....	4
图表 3：本周商贸零售指数跑输沪深 300 1.01 个百分点 .....	4
图表 4：商业贸易行业周涨幅前五个股 .....	5
图表 5：商业贸易行业周跌幅前五个股 .....	5

## 一、行业专题点评：品牌商家加速布局抖音电商，抖快电商 GMV 增速或将分化

### （一）品牌商家呈现加速布局抖音趋势，抖音直播电商 GMV 目标或将超额完成

根据亿邦智库发布的《品牌企业 618 大促洞察报告》显示：（1）从活动参与度来看，80%商家参与了今年天猫的 618 活动，与去年持平；60%商家参与了今年京东的 618 活动，比去年减少 5%；38%商家参与了今年拼多多的 618 活动，比去年增加 15%；47%商家参与了今年抖音的 618 活动，比去年同比大增近 30%；24%商家参加了今年快手的 618 活动，比去年增加 14%。由此可看出，虽然天猫的参与商家数尚能维持平稳，但京东却已经出现同比下滑，商家基本都被拼多多、抖音、快手的活动所吸引，短视频平台流量洼地效应已快速显现。（2）从预算方面观察，超过 50%商家会将 30%以上预算投放在天猫，超过 25%商家会将 20%以上预算投放在抖音，超过 75%商家在快手上的投放预算不超过 5%，超过 70%商家在京东上的投放预算不超过 20%，表明大多数商家仍然视天猫为品牌宣传与广告投放的大本营，但抖音已成为商家的另一大主战场。（3）而当预算资源有限时，57%商家会优先投放天猫，19%商家会优先投放抖音，选择优先投放其他平台的商家均不超过 10%，表明抖音已在快速动摇品牌商家对天猫、京东等传统电商平台的粘性。而与抖音相比，快手在这一方面则相对较弱，尚不构成太大威胁。根据产业调研，2021 年 3-4 月份，抖音电商单月规模约为 350-450 亿 GMV，618 预售规模为近 200 亿 GMV。结合上述数据与我们此前发布的直播电商行业报告内容，我们推测，在 2021 年下半年度，服饰鞋帽、美妆个护、珠宝首饰、日百家清品类的品牌商家将加速布局抖音电商。我们对抖音直播电商 2021 年完成 5000 亿 GMV 的目标持乐观态度，并看好基于抖音平台发展起来的新一代电商代运营机构（DP）。

### （二）辛巴质疑快手直播间限流，快手官方与超级头部达人

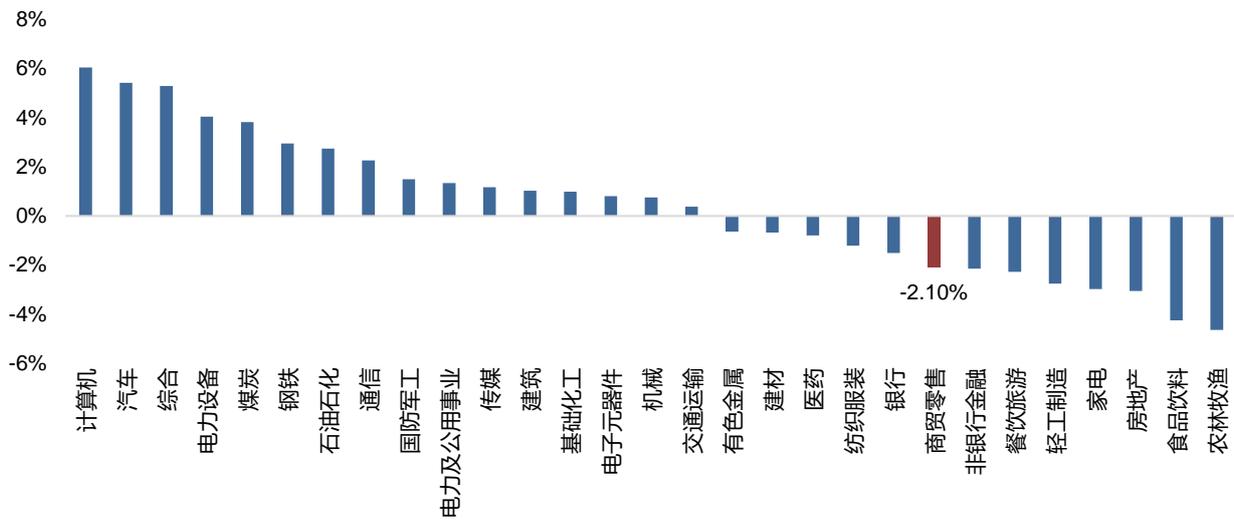
根据 6 月 5 日消息显示，辛巴在快手开启 618 第二场直播，期间因直播间观看人数过少向快手官方表达质疑。根据辛巴透露，当天直播的流量投放成本已达 2500 万元，但直播间在线人数仍维持在 70 万至 90 万。根据辛巴计算，直播带货的毛利率约 20%，平台抽成约 5%，人工费、税费等其他费用约 7%，剩于利润空间约 8%。若以单场直播 3 亿 GMV 计算，利润水平约为 2400 万元，但直播间的流量投放成本却高达 2500 万元，整场直播算下来不赚反亏。

根据辛巴计算进行推演，若不考虑潜在的佣金返佣与广告返点情形，则快手电商对于辛巴等超级头部达人直播间的 GMV 货币化率将高达 13%（佣金 5%+广告 8%）。而根据产业调研数据，快手电商的整体货币化率仅为 3%（佣金 1%+广告 2%），对超级头部达人的货币化率抽成远高于平均水平。我们认为，这或将使得快手官方与超级头部达人之间的合作产生隔阂，超级头部达人存在流失风险。此前，根据快手电商负责人笑古在“2021 快手电商引力大会”所述，快手 2021 年目标是沉淀千亿私域粉丝+打造 100 个 10 亿 GMV 生态伙伴，我们当时判断快手电商将会呈现“强者恒强”的头部效应。目前看来，我们推测快手对头部达人的扶持政策可能会呈现出区别对待情形，对于成交额远高于 10 亿 GMV 以上的超级头部采取限流策略，以抑制流量过度集中于头部的趋势；而对于成交额约为 10 亿 GMV 左右的次一级头部则采取扶持策略，并加强引导头部达人的关注粉丝的长期粘性与复购率。我们认为快手官方与超级头部达人之间潜在的利益冲突或将对快手 2021 年 7500-8000 亿 GMV（含外链）的目标产生一定负面影响。

## 二、一周行情回顾

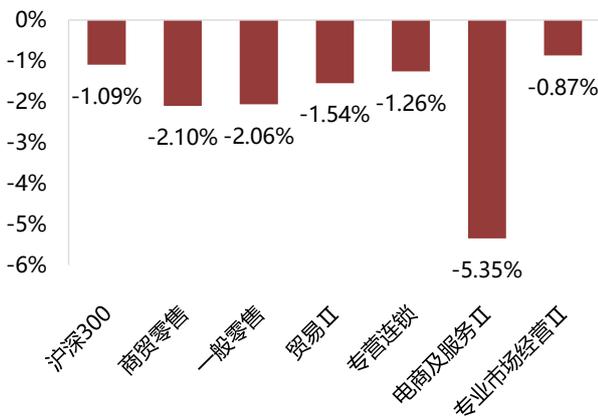
本周商贸零售板块报收 4058.12 点，下跌 2.10%，跑输沪深 300（本周下跌 1.09%）1.01 个百分点。板块表现在 29 个一级行业中位居第 22 位。各细分板块中，一般零售下跌 2.06%，贸易下跌 1.54%，专营连锁下跌 1.26%，电商及服务下跌 5.35%，专营市场经营下跌 0.87%。个股涨幅前五的公司为\*ST 商城（27.78%）、\*ST 时万（27.57%）、爱施德（26.64%）、北京故乡（12.94%）、\*ST 劝业（12.87%）；个股跌幅前五的公司为新华锦（-18.36%）、兰州民百（-12.54%）、豫园股份（-11.36%）、江苏国泰（-9.14%）、华致酒行（-8.74%）。

图表 1：全行业周涨跌幅对比



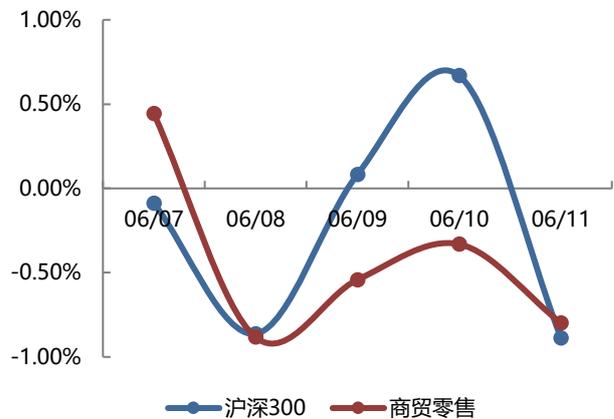
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 2：本周商贸零售指数下跌 2.10 个百分点



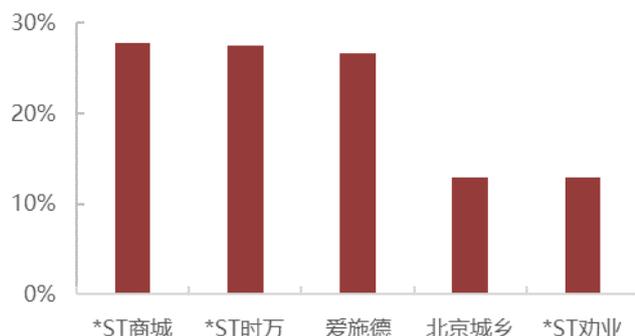
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 3：本周商贸零售指数跑输沪深 300 1.01 个百分点



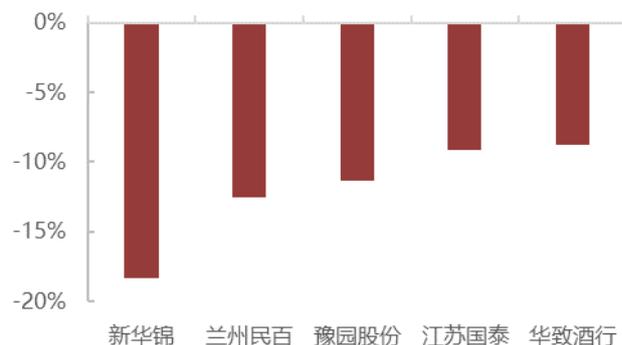
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 4：商业贸易行业周涨幅前五个股



来源：Wind，莫尼塔研究

图表 5：商业贸易行业周跌幅前五个股



来源：Wind，莫尼塔研究

### 三、一周行业新闻

#### 【互联网】京东或将以 70.75 美元/股价格配售 275 万股股票

6 月 11 日晚间消息，据报道，京东将以每股 70.75 美元价格配售 275 万股。（TechWeb）

#### 【互联网】中国最大网约车公司滴滴即将赴美上市

6 月 11 日消息，滴滴正式向 SEC 递交了 IPO 招股书，拟以股票代码“DIDI”在美国纳斯达克上市。截至今年 3 月 31 日的 12 个月内，滴滴全球年活跃用户为 4.93 亿，全球年活跃司机 1500 万。其中，自 2020 年 3 月 31 日至 2021 年 3 月 31 日，滴滴在中国拥有 3.77 亿年活跃用户和 1300 万年活跃司机。2021 年第一季度，滴滴中国出行拥有 1.56 亿月活用户，中国出行业务日均交易量为 2500 万次。（证券时报）

#### 【互联网】每日优鲜拟于纳斯达克上市，股票代码为“MF”，2020 年收入达 61 亿元

6 月 9 日消息，每日优鲜在美递交招股书，计划在纳斯达克挂牌上市，股票代码为“MF”，暂定最高筹资额为 1 亿美元。根据招股书数据，公司总营收从 2018-2020 年的营收规模分别为 35.467 亿元、60.014 亿元和 61.304 亿元。（新浪科技）

#### 【互联网】叮咚买菜拟于纽约证交所上市，股票代码为“DDL”，2020 年收入达 113 亿元

6 月 9 日消息，叮咚买菜向美国证券交易委员会提交了 IPO 上市申请文件，计划在纽约证券交易所挂牌上市，摩根士丹利、美国银行、瑞士信贷等均为 IPO 承销商，股票代码为“DDL”，暂定最高筹资额为 1 亿美元。根据招股书数据，公司 2020 年收入为 113.4 亿元，较 2019 年的 38.8 亿元大幅增长 192%。（新浪科技）

#### 【互联网】5 月份中国快递物流指数环比回落 0.1%，其中商务快件指数环比回升 0.3%

6 月 7 日消息，中国物流与采购联合会发布数据显示，2021 年 5 月份中国快递物流指数为 101%，比上月回落 0.1 个百分点。本经济运行总体维稳，国内市场需求稳中趋缓。从分项指数看，在服务业商务活动回暖带动下，商务快件指数本月小幅回升 0.3 个百分点；农村快件指数为 101.7%，小幅回落 0.6 个百分点；从业人员指数和便利度指数均小幅回落。（中物联）

#### 【互联网】天猫淘宝 618 中小商家提前收款免费

6 月 8 日消息，由蚂蚁集团发起成立的网商银行宣布，为支持天猫 618，淘宝天猫提前收款功能整个 6 月免费。“提前收款”是网商银行为电商群体提供的资金周转服务，商家可通过淘宝天猫商家服务平台申请由网商银行垫资贷款。当卖家完成发货后，无需等待消费者确认收货，网商银行便会提前把钱垫付给商家，等到第 14 天系统确认收货后，商家再把钱打给网商银行。（亿邦动力）

### 【互联网】辛巴 618 直播带货喊话快手，质疑平台对其限流

6月7日消息，辛巴6月5日在快手开启618第二场直播，期间因直播间观看人数过少向快手官方表达质疑。据悉，当天直播的流量投放成本已达2500万元，但直播间在线人数仍维持在70万至90万。此前，辛选旗下主播即便拥有3000万的粉丝量，开播直播间也只有20多万人观看。基于此，辛巴质疑平台有限流的倾向。根据辛巴计算，一场直播的毛利大概15%-20%，平台抽成5%后，还剩15%，再将人工费、税费等其他费用扣去后，还剩8%，以3亿GMV计算利润约为2400万元，但其为直播造势而产生的流量投放成本高达2500万元，整体计算下来不赚反亏。辛巴表示，快手电商流量投放成本居高不下，投放效果不如预期。据悉，自经营快手电商以来，流量投入成本超过20亿元；去年双11期间，团队流量投放成本达2.4亿元。（亿邦动力）

### 【互联网】苏宁608产地直卖节：用性价比撬动618

6月7日消息，6月8日0点起，苏宁易购为期一天的“产地直卖节”将正式上线。这场直卖节苏宁采取了“产地直采”模式，从农户和工厂手上直接拿货，打掉了中间环节，发货仓库也建在产地上，省去中心仓、二级仓的转运时间，加快了物流速度。（亿邦动力）

### 【医美】八部门联合开展非法医美服务专项整治工作

6月10日，国家卫生健康委、中央网信办、公安部、海关总署、市场监管总局、国家邮政局、国家药监局、国家中医药局于2021年6-12月在全国范围内开展非法医美服务专项整治工作公布，将进一步提高美容医疗机构依法执业意识，强化医疗服务质量和安全管理，防范医疗纠纷和安全风险。

### 【化妆品】国药局发布《化妆品标签管理办法》，将于2022年5月1日起正式实施

《办法》共23条，主要内容包括：一是对化妆品标签进行了定义，明确了化妆品注册人、备案人的主体责任和化妆品标签内容和形式的原则要求。二是规定了化妆品标签应当标注的内容以及各项内容标注的细化要求，对化妆品标签禁止标注的内容进行了规定。三是按照《条例》确定的立法思路，规定了标签瑕疵的具体情形，明确了相关法律法规的适用情形。

## 四、重点公司公告

**京东物流：**截至6月11日，深交所发布关于深港通下的港股通股票名单调整的公告。公告显示，京东物流(02618)将被调入港股通股票名单，今日起生效。

**珀莱雅：**截至6月8日，方玉友先生的本次减持股份计划实施完毕，合计减持公司股份664.63万股，占公司目前总股本的3.30%。方玉友先生现持有公司股份4221.17万股，占公司目前总股本的20.99%。

## 免责声明

本研究报告中所提供的信息仅供参考。报告根据国际和行业通行的准则，以合法渠道获得这些信息，尽可能保证可靠、准确和完整，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不对外公开发布，只有接收客户才可以使用，且对于接收客户而言具有相关保密义务。

本报告不能作为投资研究决策的依据，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

本报告发送给某客户是基于该客户被认为有能力独立评估投资风险、独立行使投资决策并独立承担相应风险。本公司不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。本报告的内容、观点或建议并未考虑个别客户的特定状况，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的投资建议。本报告旨在发送给特定客户及其它专业人士，未经本公司事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、刊登、转载和引用者承担。

本报告所载观点并不代表本公司，或任何其附属或联营公司的立场，且报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告，本公司可能发表其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。

### 上海

地址：上海市浦东新区花园石桥路66号东亚银行大厦7楼702室。邮编：200120

### 北京

地址：北京市东城区东长安街1号东方广场E1座18层1803室。邮编：100738

### 纽约

Address: 110 Wall St., New York, NY 10005, United States

业务咨询: [sales.list@cebm.com.cn](mailto:sales.list@cebm.com.cn)