

研究部

黄天天

tthuang@cebm.com.cn

肖杰

jxiao@cebm.com.cn

唐贝

btang@cebm.com.cn

罗超

clu@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 21Q1 财报会后分析师会议纪要显示，由于 2021 年京东业绩季节性较强，公司将采取 2019-2021 年 2 年 CAGR 的方式对增速进行评价，且由于缺芯事件影响以及 2020 年 Q2 家电品类基数较高，市场对京东零售分部 2021 年 Q2 的增速预期放缓至 20% 左右。而根据京东 618 战报显示，2021 年 6 月 1 日 0 时至 6 月 18 日 24 时，2021 “京东 618，18 周年庆” 累计下单金额超 3438 亿元，同比增长 27.7%；2020 年京东 618 累计下单金额 2692 亿元，同比增长 33.6%；2019 年京东 618 累计下单金额 2015 亿元，同比增长 26.6%；京东 2021 年 618 增速已超 2019 年增速，两年复合增长达 30.6%，表现超预期。具体来看，京东 618 期间下单金额最高的品类是手机、空调、笔记本电脑、冰箱、平板电视，3C 家电品类表现仍然强劲。我们预期京东 21Q2 的收入增速或超市场此前预期，主要缘于带电类品类在 618 期间增速表现超预期。

根据抖音 618 好物节报告显示，618 期间共有 8 位主播总销售额破亿元，其中 Top 1 为董先生珠宝，带货金额接近 3 亿元，超越罗永浩。根据快手 616 品牌自播争霸赛显示，在品牌自播争霸赛第二阶段中，中国珠宝成为自播 GMV 增长 TOP10 商家之首，活动期内自播 GMV 环比增长 430501%（品牌自播整体 GMV 环比活动前增长 148%）。我们预期珠宝玉石品类将在 2021 年持续爆发，成为抖快直播电商上最重要的品类之一。

■ **本周行情回顾：**本周商贸零售板块报收 3928.68 点，下跌 3.19%，跑输沪深 300（本周下跌 2.34%）0.85 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 3.45%，贸易下跌 2.64%，专营连锁下跌 2.19%，电商及服务下跌 6.90%，专业市场经营下跌 0.85%。个股涨幅前五的公司为*ST 赫美（17.15%）、北京城乡（6.99%）、值得买（6.91%）、东方银星（3.74%）、豫园股份（2.88%）；个股跌幅前五的公司为壹网壹创（-10.09%）、苏宁易购（-9.98%）、兰州民百（-9.46%）、*ST 时万（-9.24%）、永辉超市（-8.83%）。

一周行业重要新闻：

【互联网】抖音 618：8 位主播销售额破亿，超 20 家品牌自播达 2000 万 GMV

【互联网】京东 618：累计下单金额超 3438 亿元，实现用户体验、行业增长和社会价值全面提升”

重点公司公告：

【贝泰妮】公司拟发行境外上市外资股（H 股）并在香港联合交易所有限公司上市，董事会授权管理层启动 H 股上市的前期筹备工作，目前正与相关中介机构沟通相关事宜。



目录

一、 行业专题点评：京东 618 表现超预期，珠宝玉石品类持续爆发	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 3.19 个百分点	4
图表 3：本周商贸零售指数跑输沪深 300 0.85 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：京东 618 表现超预期，珠宝玉石品类持续爆发

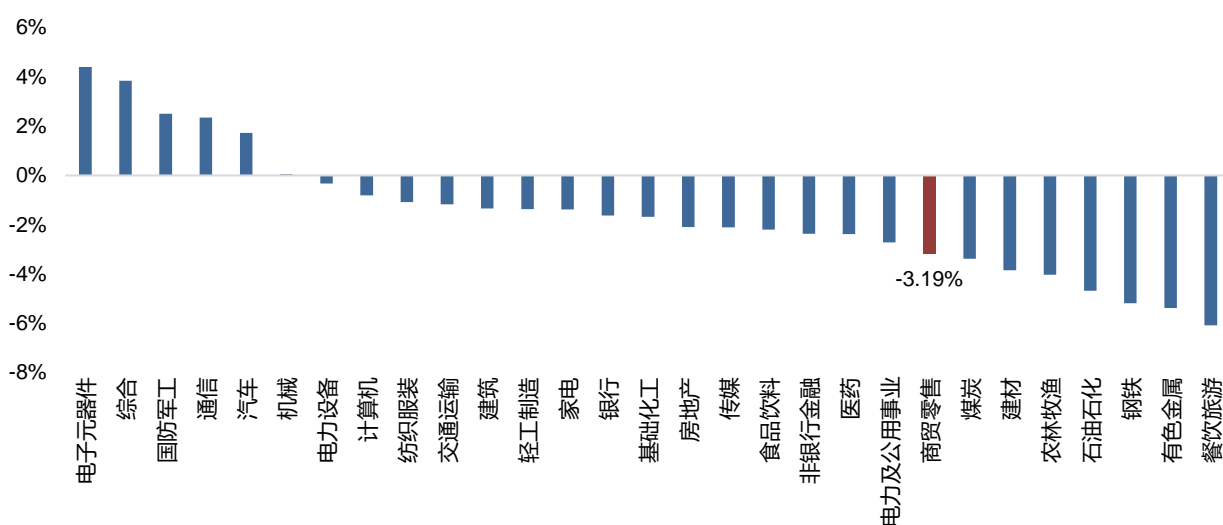
根据 21Q1 财报会后分析师会议纪要显示，由于 2021 年京东业绩季节性较强，公司将采取 2019-2021 年 2 年 CAGR 的方式对增速进行评价，且由于缺芯事件影响以及 2020 年 Q2 家电品类基数较高，市场对京东零售分部 2021 年 Q2 的增速预期放缓至 20% 左右。而根据京东 618 战报显示，2021 年 6 月 1 日 0 时至 6 月 18 日 24 时，2021 “京东 618，18 周年庆” 累计下单金额超 3438 亿元，**同比增长 27.7%**；2020 年京东 618 累计下单金额 2692 亿元，**同比增长 33.6%**；2019 年京东 618 累计下单金额 2015 亿元，**同比增长 26.6%**；**京东 2021 年 618 增速已超 2019 年增速，两年复合增长达 30.6%，表现超预期。**具体来看，京东 618 期间下单金额最高的品类是手机、空调、笔记本电脑、冰箱、平板电视，3C 家电品类表现仍然强劲。**我们预期京东 21Q2 的收入增速或超市场此前预期，主要缘于带电类品类在 618 期间增速表现超预期。**

根据抖音 618 好物节报告显示，618 期间共有 8 位主播总销售额破亿元，其中 Top 1 为董先生珠宝，带货金额接近 3 亿元，超越罗永浩。根据快手 616 品牌自播争霸赛显示，在品牌自播争霸赛第二阶段中，中国珠宝成为自播 GMV 增长 TOP10 商家之首，活动期内自播 GMV 环比增长 430501%（品牌自播整体 GMV 环比活动前增长 148%）。**我们预期珠宝玉石品类将在 2021 年持续爆发，成为抖快直播电商上最重要的品类之一。**

二、一周行情回顾

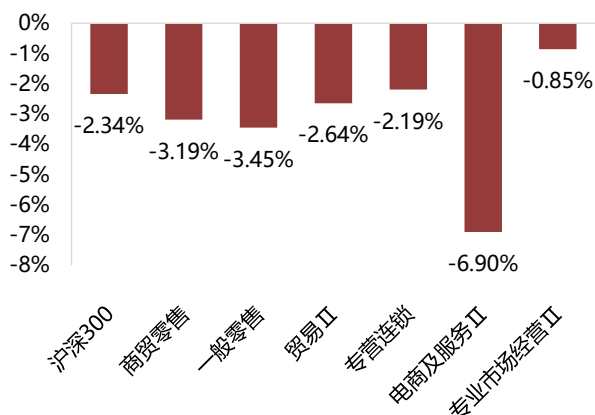
本周商贸零售板块报收 3928.68 点，下跌 3.19%，跑输沪深 300（本周下跌 2.34%）0.85 个百分点。板块表现在 29 个一级行业中位居第 22 位。各细分板块中，一般零售下跌 3.45%，贸易下跌 2.64%，专营连锁下跌 2.19%，电商及服务下跌 6.90%，专业市场经营下跌 0.85%。个股涨幅前五的公司为*ST 赫美（17.15%）、北京城乡（6.99%）、值得买（6.91%）、东方银星（3.74%）、豫园股份（2.88%）；个股跌幅前五的公司为壹网壹创（-10.09%）、苏宁易购（-9.98%）、兰州民百（-9.46%）、*ST 时万（-9.24%）、永辉超市（-8.83%）。

图表 1：全行业周涨跌幅对比



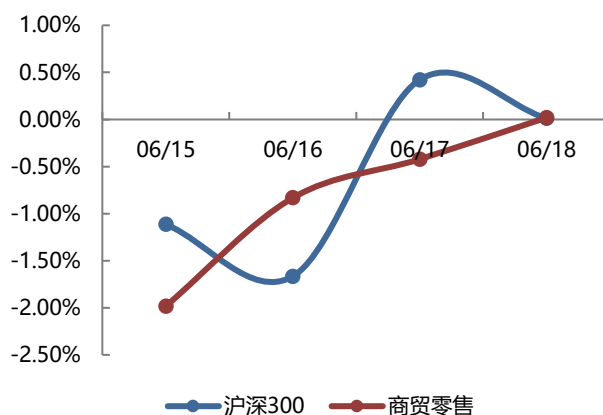
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 2：本周商贸零售指数下跌 3.19 个百分点



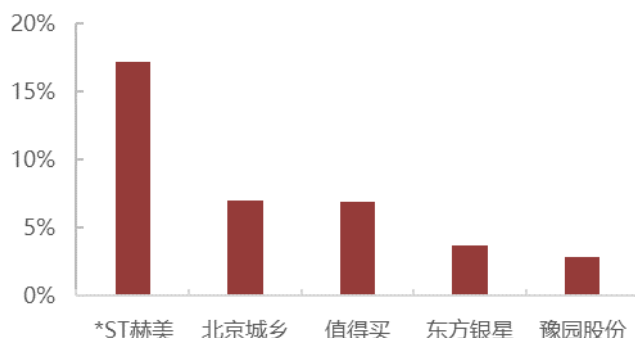
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 3：本周商贸零售指数跑输沪深 300 0.85 个百分点



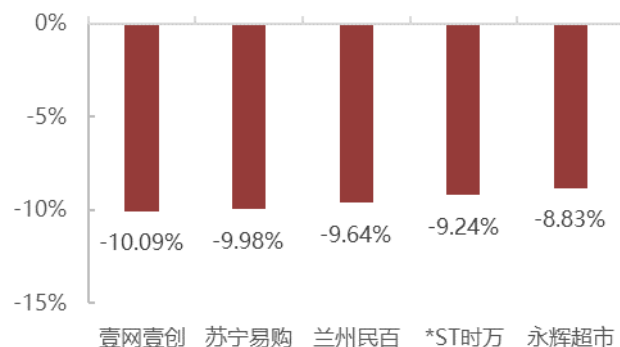
来源：Wind，莫尼塔研究

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】抖音 618：直播电商累计时长达 2852 万小时，点赞数达 769 亿次，评论数达 40 亿次

6月19日消息，抖音发布了“抖音618好物节”数据报告。报告显示，自5月25日至6月18日期间，抖音电商直播间时长累计达2852万小时，直播间总点赞数769亿次，直播间总评论数40亿次，参与商家数为去年同期2.9倍，共有22.3万款地方好物销往全国。分品类看，蔬菜销量同比增幅190.5%，水果销量同比增幅157.4%，非遗商品订单量环比增幅达173%，泸州老窖同比增长164.5%，百雀羚同比增长80.8%，恒源祥同比增长65.8%。分用户看，平台新增用户最多的群体是00后，同比增幅达392.1%，其次是90后，同比增长225.9%。（抖音电商）

【互联网】抖音 618：8 位主播销售额破亿，超 20 家品牌自播达 2000 万 GMV

6月19日消息，6月1日-6月18日期间，飞瓜数据抖音618带货主播榜中，共有8位主播总销售额破亿元，分别为：董先生珠宝（2.81亿）、大狼狗郑建鹏&言真夫妇（2.60亿）、罗永浩（2.15亿）、张庭（1.37亿）、朱梓骁（1.37亿）、胡海泉（1.13亿）、子安（1.10亿）、罗拉密码（1.05亿）。飞瓜数据抖音618品牌自播榜中，超过20家品牌自播金额达到2000万元，其中Top 5分别为：太平鸟女装（7423.9w）、TeenieWeenie（7302.3w）、华为终端（5064.6w）、Addidas官方旗舰店（4884.7w）、Belle官方旗舰店（4696.2w）。（飞瓜数据）

【互联网】快手 616：快手 616 品牌自播争霸赛二阶段收官，品牌自播 GMV 环比活动前增长 148%

6月18日消息，6月1日-6月14日期间，中国珠宝、韩熙贞、海澜之家、BEXEI、小米、OPPO、安踏儿童、韩都衣舍、欧诗漫等知名品牌成为快手616品牌自播争霸赛第二阶段自播GMV增长TOP10商家。整体品牌自播GMV环比活动前增长148%。其中，中国珠宝活动期内自播GMV环比增长430501%，海澜之家自播GMV环比增长576%，小米和OPPO自播GMV分别环比增长212%和468%。（站长之家）

【互联网】京东 618：累计下单金额超 3438 亿元，实现用户体验、行业增长和社会价值全面提升

6月19日消息，2021年6月1日0时至6月18日24时，2021“京东618，18周年庆”累计下单金额超3438亿元。其中，236个品牌销售过亿，中国品牌占比达73%；全国92%区县、84%乡镇的消费者可享受到“当日达”或“次日达”服务，全国200多个城市的消费者可体验到“分钟达”服务。（1）据悉，京东618期间下单金额最高的品类是手机、空调、笔记本电脑、冰箱、平板电视；售出商品件数最多的品类是饼干蛋糕、牛奶乳品、抽纸、调味品、休闲零食；购买力最强的省市是广东、北京、江苏、山东、上海。（2）据京东数据显示，6月1日-16日京东居家线下渠道成交额同比增长320%，其中家具成交额同比增长超5倍，厨具/家纺/家居日用成交额同比增长超7倍，家装建材成交额同比增长260%。（3）据京东超市数据显示，618期间，有

机食品成交额同比增长 315%，高端粮油成交额同比增长 288%，有机杂粮成交额同比增长近 5 倍，盲盒成交额同比增长 6 倍，牙贴成交额同比增长 300%，乳霜纸成交额同比增长 120%。(4) 据京东物流数据显示，京东物流实现全国日均单量预测准确率超过 95.5%，智能仓单日订单处理量同比增长超过 100%。(京东)

【互联网】达达 618：京东到家以及 3C、家电、美妆品类销售额同比增长翻倍以上

6 月 19 日消息，达达集团发布了 618 战报，数据显示，6 月 1 日至 18 日，京东到家销售额以及手机、数码、美妆、家电等品类的销售额同比增长超过 2 倍；618 当天销售额突破 3 亿元。今年 618 前夕，已有超过 6 万家门店通过京东到家上线京东。大促期间，这些门店在京东产生的销售额是去年双 11 的 4.6 倍。超市商家中，沃尔玛连续第 5 年蝉联销售冠军；永辉超市下沉市场销售额是去年同期 2.1 倍；华润万家销售额是去年同期 2.2 倍，其中精品业态是去年 4 倍。(TechWeb)

【互联网】阿里 618：淘宝天猫上每笔订单的碳排放量同比去年下降了 17.6%

6 月 19 日消息，今年 618 期间，淘宝天猫上每笔订单的碳排放量同比去年下降了 17.6%。这是国内首次有平台宣布网络订单的碳减排量。据介绍，下降的 17.6%，是从三个地方“抠”出来的，分别是：算法优化；阿里云数据中心更多使用风电、光伏等清洁能源；以及菜鸟通过智能装箱算法、地网光伏等节能减排。(天下网商)

【互联网】天猫 618：品牌商家在天猫 618 期间已新增近 6000 万会员

6 月 18 日消息，天猫 618 期间，品牌商家在天猫 618 期间已新增近 6000 万会员，部分品牌超过 50% 的成交来自会员。数据显示，目前天猫上已经有 20 家品牌商的品牌会员数突破 1000 万。(亿邦动力)

【互联网】天猫 618：Top 100 爆品超 4 成为新品，459 个新品牌拿下细分类目 TOP 1

6 月 17 日消息，今年天猫 618 活动共有 4.4 万中小商家首次参加，且 618 预售排行榜前 100 名爆款中，超过 4 成为新品，品牌新品孵化周期平均从 18 个月降低至 6 个月。根据天猫数据显示，2021 年 6 月 1 日至 15 日期间，共有 459 个新品牌拿下细分类目 TOP 1。以下是部分品类的 TOP1：逐本拿下卸妆油品类的第一名，BOP 拿下口腔清新剂品类第一名，国货品牌云鲸拿下扫地机器人品类的第一名，做扫地机器人的起家的科沃斯子品牌添可拿下洗碗机品类的第一名，catlink 拿下智能猫砂盆的第一名，小壳拿下宠物口腔清洁领域的第一名，男性护理新品牌理然拿下了头发造型、男士沐浴露两个品类的第一名，摇滚动物园拿下身体磨砂膏品类的第一名，奶糖派拿下了大杯文胸的第一名，独束拿下大码女装的第一名，母婴亲子行业里的小鹿蓝蓝和宝宝馋了在婴童零食的细分品类，双双拿下第一名，梅见、missberry、十点一刻等分别拿下梅酒、果酒、苏打酒的第一名。(亿邦动力)

【医美】新版图，新征程，华熙生物天津厂区正式投产

6 月 18 日，华熙生物全资子公司华熙生物科技(天津)有限公司(以下简称“天津厂区”)喜迎正式投产。天津厂区以发酵技术平台、交联技术平台、科技中药技术平台为核心，规划建设 64 条中试生产线，生物活性材料总体产能规划达 1000 吨，其中透明质酸原料规划产能 660 吨，还有 γ -氨基丁酸、依克多因等多种生物活性物质投产。(证券时报)

四、重点公司公告

贝泰妮：为进一步提高公司资本实力和综合竞争力，根据公司发展战略及经营需要，拟发行境外上市外资股(H 股)并在香港联合交易所有限公司上市，公司董事会授权管理层启动 H 股上市的前期筹备工作，目前正与相关中介机构沟通相关事宜。

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