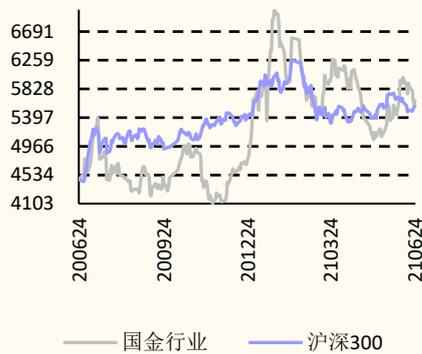


市场数据(人民币)

市场优化平均市盈率	18.90
国金电商指数	5655
沪深300指数	5156
上证指数	3567
深证成指	14785
中小板综指	13186



相关报告

1. 《京东淘系加强商家支持，抖快破圈新品类-618年中大促点评》，2021.6.21

杨晓峰 分析师 SAC 执业编号: S1130520040001
yangxiaofeng@gjzq.com.cn

廖馨瑶 联系人
liaoxyao@gjzq.com.cn

海外电商年中大促: Prime Day 增速承压, 运营监管趋严

基本结论

一、高基数+运输短缺, Prime Day 增速预计承压

- **2021年亚马逊 Prime Day 同比增长预计 18.97% (去年同期增长 43%)。**会员日为6月21~22日, 预计实现销售额117.9亿美元。今年最畅销品类包括工具、美容、营养品、婴儿护理、电子产品、服装等。分地区来看, 每年美国市场的销售额占比都在60%以上, 而其他国家市场则不到40%。
- **供应链问题或导致参与度降低。**由于疫情的持续, 以及运输材料、运输劳动力的短缺等问题导致运输成本上升, 或降低商家在利润较低的大促期间提高销量的意愿。2021年折扣力度预计弱于往年。据物流企业 Freightos 调查, 今年有超75%的中小型卖家存在供应链问题, 近一半的受访者表示可能会出现库存短缺的问题。
- **多个大促同时开启, 或导致消费分流。**美国两大连锁巨头沃尔玛与塔吉特都宣布加入年中大促, 沃尔玛 Deal for days 促销活动于6月20~23日举行, 在线上、线下均有较大力度的限定折扣。沃尔玛优势在于线下, 但电商业务在2021财年实现79%增长, 仍在持续发力。此外, 塔吉特今年 Target Deal days 促销活动于6月20日至22日举行, 主要在线上进行大促, 涵盖品类丰富。因此, 今年亚马逊 Prime day 促销活动或被分流。

二、头部卖家违规导致账号被封, 大促期间卖家结构变化

- **缺席 Prime Day 对于品牌线上销售会造成阶段性影响。线上运营规范且成熟的品牌将更具优势。**家具家居、服装、数码为我国跨境电商主打品类, 亚马逊为主要入驻平台。亚马逊整治卖家滥用评论行为, 采取暂停卖家账户、商品从网站下架的措施, 部分大卖商家被封号, 缺席 Prime Day。国内出口跨境电商亦受到影响, 涉及品类主要为数码产品、智能家居等。每年 Prime Day 和黑五为两个线上景气度高峰。

投资建议

- 我们认为疫情带来海外线上渗透率显著提升, 亚马逊加强对商家刷单刷评论的整治有助于建立并维护健康的电商竞争环境。建议关注电商平台亚马逊及成熟跨境品牌商安科创新。

风险提示

- 海外疫情反复; 海外线上需求回落; 运输成本上升挤压利润; 品牌参与度削弱; 库存不足不能满足消费者需求; 工会罢工抗议; 贸易摩擦加剧等

内容目录

一、高基数+运输短缺，Prime Day 增速预计承压	3
1.1 2021 年亚马逊 Prime Day 预计同比增长 18.97%.....	3
1.2 供应链问题或导致参与度降低.....	4
1.3 多个大促同时开启，或导致消费分流.....	4
二、头部卖家违规导致账号被封，大促期间卖家结构变化	5
三、投资建议.....	6
四、风险提示.....	7

图表目录

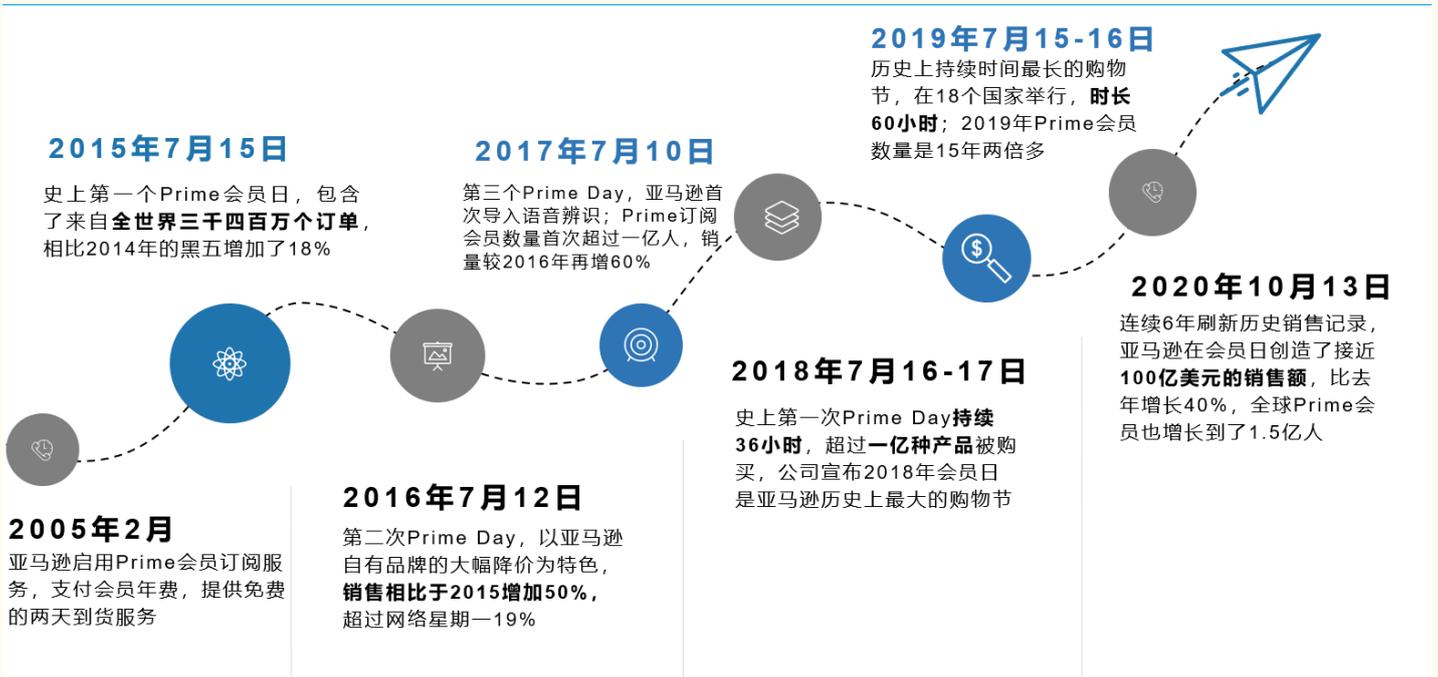
图表 1: 亚马逊 Prime 会员日发展	3
图表 2: 2015-2021 年亚马逊 Prime day 销售额.....	3
图表 3: Prime day 占全年亚马逊 GMV 比例 (%)	3
图表 4: 美国亚马逊 Prime 会员数量.....	4
图表 5: 亚马逊 Prime day 分地区销售额占比	4
图表 6: 亚马逊 Prime day 分地区销售额占比	4
图表 7: 2021 年 Prime Day 打折力度预计弱于往年.....	4
图表 8: 我国跨境电商企业入驻平台分布情况	5
图表 9: 我国跨境电商 B2C 品类分布	5
图表 10: 亚马逊各国站点中国卖家数量比例.....	5
图表 12: 充电宝海外线上销售在 Prime Day 和黑五处于高景气	6
图表 13: 充电宝海外线上市场份额.....	6
图表 14: 充电宝海外线上销售额	6
图表 15: 安克创新 2020 年各地区收入占比	6
图表 16: 安克创新 2020 年分渠道收入占比.....	6

一、高基数+运输短缺，Prime Day 增速预计承压

1.1 2021 年亚马逊 Prime Day 预计同比增长 18.97%

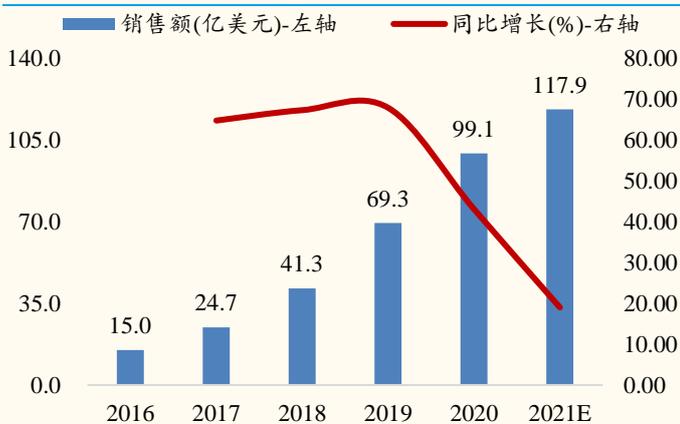
- 今年会员日为 6 月 21 日至 22 日。据 eMarketer 数据，今年预计实现销售额 117.9 亿美元，同比增长 18.97%。据 Adobe Analytics 的统计数据，今年首日销售额达 56 亿美元。过去 5 年中，为期两天的 Prime day 的销售额占亚马逊全年的 GMV 比例总体呈上升趋势，过去两年均在 2% 以上。
- 亚马逊表示，2021 年 Prime Day 最畅销的品类包括工具、美容、营养品、婴儿护理、电子产品、服装和家居用品。分地区来看，每年美国市场的销售额占比都在 60% 以上，而其他国家市场则不到 40%。

图表 1: 亚马逊 Prime 会员日发展



来源：国金证券研究所

图表 2: 2015-2021 年亚马逊 Prime day 销售额



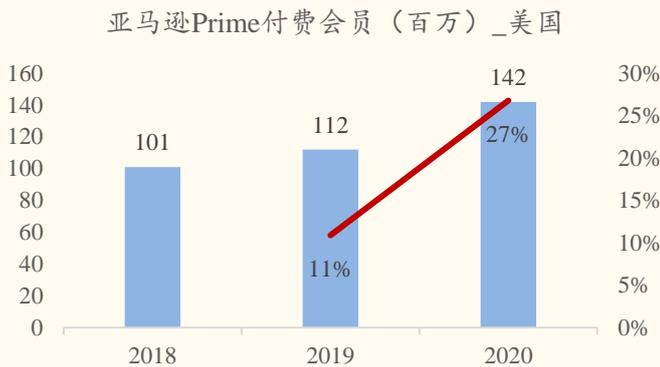
来源：eMarketer，国金证券研究所

图表 3: Prime day 占全年亚马逊 GMV 比例 (%)



来源：eMarketer，国金证券研究所

图表 4: 美国亚马逊 Prime 会员数量



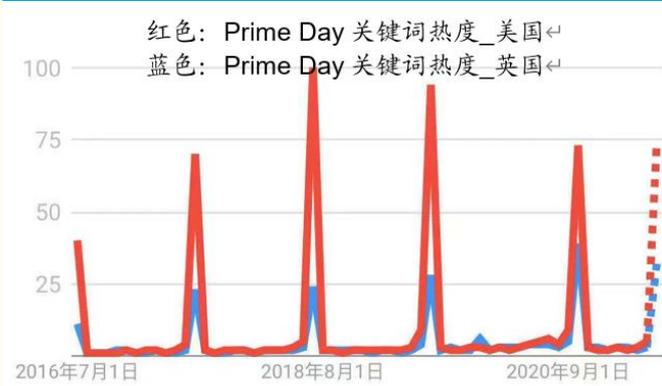
来源: CIRP, 国金证券研究所

图表 5: 亚马逊 Prime day 分地区销售额占比



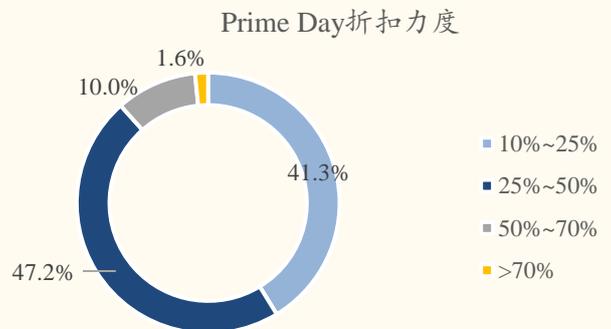
来源: eMarketer, 国金证券研究所

图表 6: 亚马逊 Prime day 分地区销售额占比



来源: Google trend, 国金证券研究所

图表 7: 2021 年 Prime Day 折扣力度预计弱于往年



*2019 年 Prime day 折扣力度

来源: 雨果跨境, 国金证券研究所

1.2 供应链问题或导致参与度降低

- 由于疫情的持续, 以及运输材料、运输劳动力的短缺等问题导致运输成本上升, 或降低商家在利润较低的大促期间提高销量的意愿。据雨果跨境 2019 年统计数据, 大多数 Prime Day 交易的折扣率为 25%-50%, 其次是 10%-25%。2021 年折扣力度预计弱于往年。全球供应链问题可能会导致今年 Prime day 的参与度下滑。据物流企业 Freightos 调查, 今年有超 75% 的中小型卖家存在供应链问题, 近一半的受访者表示可能会出现库存短缺的问题。

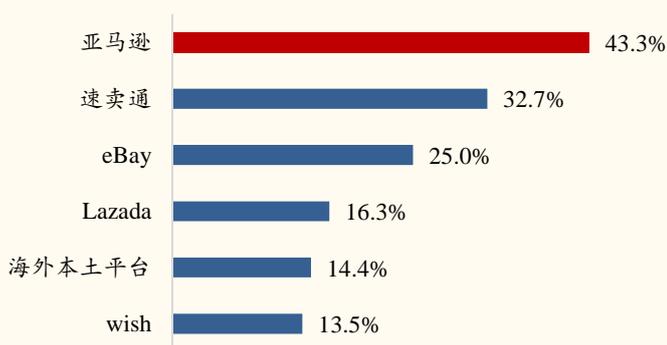
1.3 多个大促同时开启, 或导致消费分流

- 今年美国两大连锁巨头沃尔玛与塔吉特都宣布加入年中大促, 沃尔玛 Deal for days 促销活动于 6 月 20 日至 23 日举行, 在线上、线下均有较大力度的限定折扣。沃尔玛优势在于线下, 但电商业务在 2021 财年实现 79% 增长, 仍在持续发力。此外, 塔吉特今年 Target Deal days 促销活动于 6 月 20 日至 22 日举行, 主要在线上进行大促, 涵盖品类丰富。因此, 今年亚马逊 Prime day 促销活动或被分流。

二、头部卖家违规导致账号被封，大促期间卖家结构变化

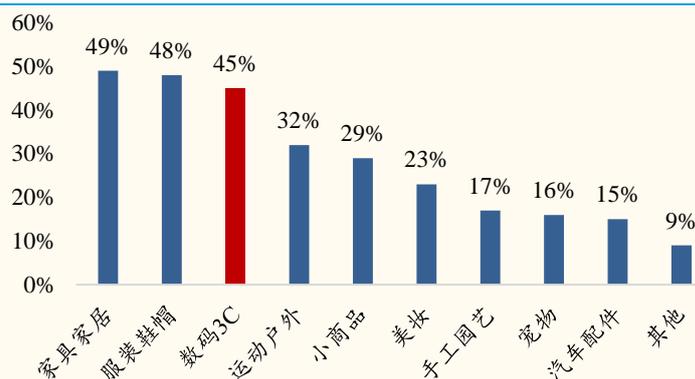
家具家居、服装、数码是我国跨境电商企业主要涉及的品类。家具家居（49%）、服装鞋帽（48%）、数码3C（45%）为我国跨境电商的主要销售品类，且与其他品类拉开了较大差距。在各大海外电商平台中，亚马逊为跨境电商企业入驻的首选平台，入驻率达到了43.3%，因而我国在亚马逊各国网站上都成为了卖家数量比例排名第一的海外国家，在加拿大站（58%）、西班牙站（51%）、意大利站（43%）、法国站（42%）的数量比例甚至超过了本土卖家比例。

图表 8：我国跨境电商企业入驻平台分布情况



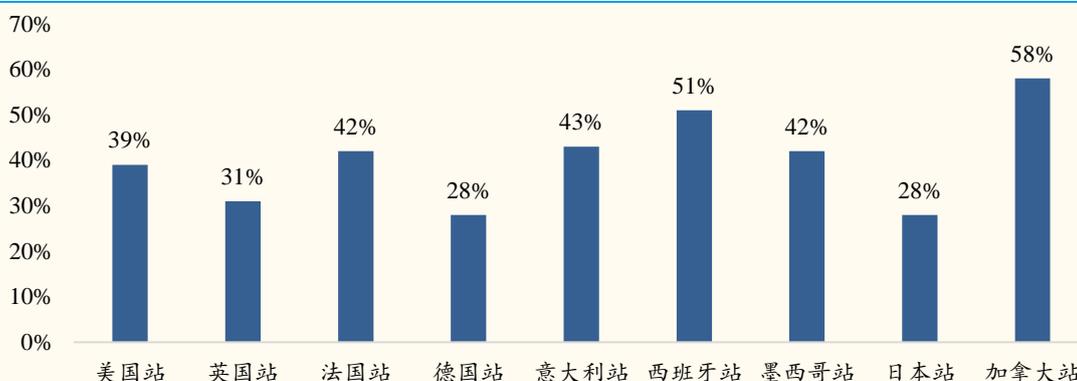
来源：亿邦智库调研，国金证券研究所

图表 9：我国跨境电商 B2C 品类分布



来源：亿邦智库调研，国金证券研究所

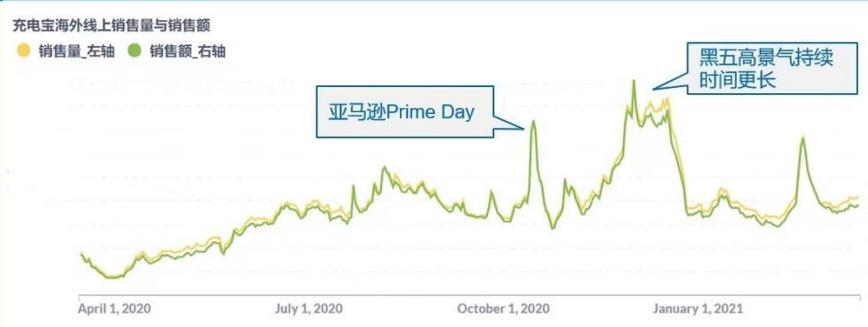
图表 10：亚马逊各国站点中国卖家数量比例



来源：AMZ 实战，国金证券研究所

亚马逊运营监管趋严，有助于维护健康竞争环境。对于卖家滥用评论，影响公平、健康的运营环境，亚马逊采取暂停卖家账户、商品从网站下架的措施，治理虚假评论刷单。亚马逊加强打击虚假评论力度，部分大卖商家被封号，国内出口跨境电商亦受到影响，涉及品类主要为数码产品、智能家居等。据国金大数据，以移动电源为例，每年 Prime Day 和黑五为两个线上景气度高峰，缺席 Prime Day 对于部分品牌线上销售会造成阶段性影响。线上运营规范且成熟的品牌将更具优势。

图表 11: 充电宝海外线上销售在 Prime Day 和黑五处于高景气

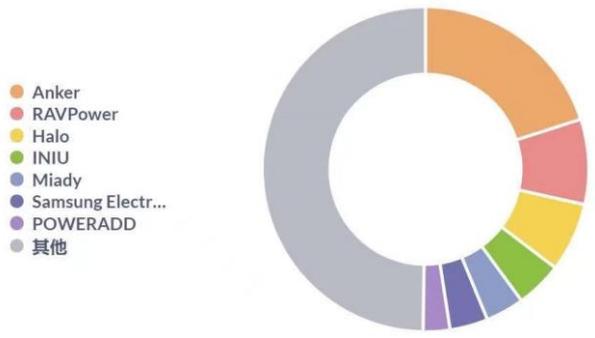


时间: 2020年4月~2021年3月

来源: 国金证券研究所

图表 12: 充电宝海外线上市场份额

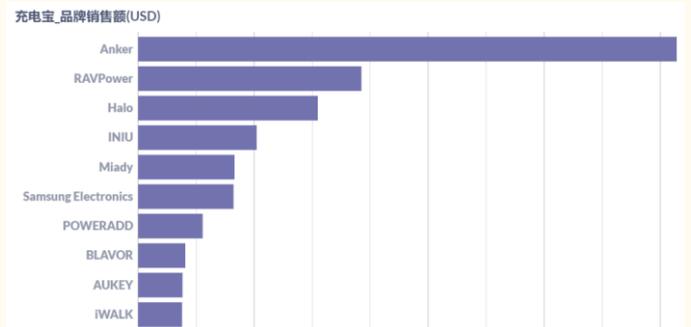
充电宝海外线上市场份额以销售额计



*时间: 2020年4月~2021年3月

来源: 国金证券研究所

图表 13: 充电宝海外线上销售额

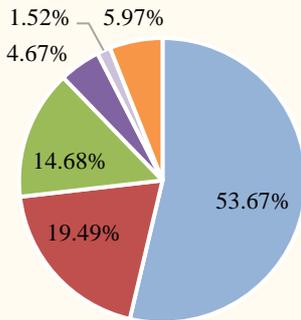


*时间: 2020年4月~2021年3月

来源: 国金证券研究所

图表 14: 安克创新 2020 年各地区收入占比

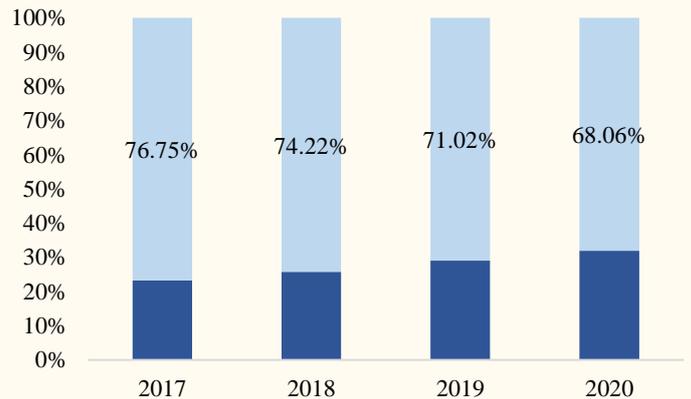
■ 北美 ■ 欧洲 ■ 日本 ■ 中东 ■ 中国大陆 ■ 其他



来源: 公司财报, 国金证券研究所

图表 15: 安克创新 2020 年分渠道收入占比

■ 线下B2B ■ 线上渠道加总



来源: 公司财报, 国金证券研究所

三、投资建议

我们认为疫情带来海外线上渗透率显著提升，亚马逊加强对商家刷单刷评论的整治有助于建立并维护健康的电商竞争环境。建议关注电商平台亚马逊及成熟跨境品牌商安科创新。

四、风险提示

海外疫情反复；
海外线上需求回落；
运输成本上升挤压利润；
品牌参与力度削弱；
库存不足不能满足消费者需求；
工会罢工抗议；
贸易摩擦加剧等。

公司投资评级的说明:

买入: 预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 15%以上;
增持: 预期未来 6-12 个月内上涨幅度在 5%-15%;
中性: 预期未来 6-12 个月内变动幅度在 -5%-5%;
减持: 预期未来 6-12 个月内下跌幅度在 5%以上。

行业投资评级的说明:

买入: 预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上;
增持: 预期未来 3-6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%-15%;
中性: 预期未来 3-6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%-5%;
减持: 预期未来 3-6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

特别声明:

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，任何机构和个人均不得以任何方式对本报告的任何部分制作任何形式的复制、转发、转载、引用、修改、仿制、刊发，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于C3级（含C3级）的投资者使用；非国金证券C3级以上（含C3级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

上海

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路1088号

紫竹国际大厦7楼

北京

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街3号4层

深圳

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳市福田区中心四路1-1号

嘉里建设广场T3-2402