



## 川财周观点

**互联网媒体板块：本周互联网媒体板块上涨 4.00%。**互联网媒体方面，8月10-11日，快手、抖音、B站等多家视频社区平台发布东京奥运会数据。其中，快手平台内奥运相关作品及话题视频总播放量达 730 亿，奥运赛事点播总播放超 55.9 亿，端内互动总人次高达 60.6 亿；抖音平台内运动员视频总播放量达 114 亿，运动员视频总互动量达 3.84 亿，运动健儿直播累计观看次数与互动次数分别达 1.22 亿、2.1 亿；B站奥运会相关投稿达 10.1 万次，奥运会视频播放达 15.3 亿次，奥运会话题浏览量达 6.9 亿次，互动量达 204.7 万次。通过把握奥运会、欧洲杯、美洲杯等关注度较高的大型赛事举办契机，推动平台体育内容社区建设，有利于视频平台实现用户规模与用户粘性的双提升。同时，我国持续关注民众身体素质提升，推进全民健身计划。预计随着政策推进，我国运动健身人群增长，视频平台用户对体育内容的需求将持续释放，视频平台内的体育板块或将为销售业绩和规模增长持续提供动力。

**电商及服务板块：本周电商及服务板块上涨 1.66%。**电商及服务方面，8月9日，抖音电商发布东京奥运会期间平台销售数据，7月21日—8月8日期间，平台体育用品销售额同比增长 365%，运动品牌鸿星尔克位居榜首，阿迪达斯排名第二，知名国货贵人鸟、李宁和安踏跻身前五。同时，奥运或推动体育产业在青少年群体中的渗透率进一步增长，体育用品热销榜单显示，儿童篮球服、儿童羽毛球拍、儿童网球服、儿童足球服、儿童拳击沙袋、儿童初学滑板等青少年体育用品在细分品类下排名靠前，青少年体育锻炼需求与习惯的挖掘和培育将有利于我国体育人口占比提升，促进我国体育用品市场规模进一步增长。

**京东到家发布《京东到家休闲食品即时消费趋势报告》，到家服务成细分品类新零售发展新方向。**电商到家服务模式更加适宜即时消费属性较强的细分品类，数据显示，休闲零食、生鲜食材等细分品类在到家服务模式下销售额实现较快增长。京东到家数据显示，平台 2020 年休闲零食销售额增速达 91%，其中购买力较强、更愿意用金钱换取时间的一、二线消费者占比较高，达 67%，高频消费者占比也更高。生鲜电商方面，据中商产业研究院测算，2015-2020 年我国生鲜电商市场规模从 542 亿元上升至 3614 亿元，年复合增速为 46.15%，预计 2021 全年生鲜电商市场规模可达 4674 亿元，预计同比增速约为 29%。此外，随着“互联网+医疗”行业持续发展，叠加政策促进下，医药到家作为新品类，即时性消费属性较高，或将成为电商到家服务行业未来重要细分领域之一。

**投资建议：**2021 年东京奥运会的举办有效促进了我国民众对多个体育竞技项目关注度提升，或推动我国体育产业渗透率进一步提升，建议关注相关体育用品、户外装备制造销售以及赛事运营、转播企业。

**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 2021/08/13

## 分析师

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

## 联系人

何宇航  
证书编号：S1100120090004  
heyuhang@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 .....	5
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上涨 4.00%。**互联网媒体方面，8月10-11日，快手、抖音、B站等多家视频社区平台发布东京奥运会数据。其中，快手平台内奥运相关作品及话题视频总播放量达730亿，奥运赛事点播总播放超55.9亿，端内互动总人次高达60.6亿；抖音平台内运动员视频总播放量达114亿，运动员视频总互动量达3.84亿，运动健儿直播累计观看次数与互动次数分别达1.22亿、2.1亿；B站奥运会相关投稿达10.1万次，奥运会视频播放达15.3亿次，奥运会话题浏览量达6.9亿次，互动量达204.7万次。通过把握奥运会、欧洲杯、美洲杯等关注度较高的大型赛事举办契机，推动平台体育内容社区建设，有利于视频平台实现用户规模与用户粘性的双提升。同时，我国持续关注民众身体素质提升，推进全民健身计划。预计随着政策推进，我国运动健身人群增长，视频平台用户对体育内容的需求将持续释放，视频平台内的体育板块或将为企业业绩和规模增长持续提供动力。

**电商及服务板块：本周电商及服务板块上涨 1.66%。**电商及服务方面，8月9日，抖音电商发布东京奥运会期间平台销售数据，7月21日—8月8日期间，平台体育用品销售额同比增长365%，运动品牌鸿星尔克位居榜首，阿迪达斯排名第二，知名国货贵人鸟、李宁和安踏跻身前五。同时，奥运或推动体育产业在青少年群体中的渗透率进一步增长，体育用品热销榜单显示，儿童篮球服、儿童羽毛球拍、儿童网球服、儿童足球服、儿童拳击沙袋、儿童初学滑板等青少年体育用品在细分品类下排名靠前，青少年体育锻炼需求与习惯的挖掘和培育将有利于我国体育人口占比提升，促进我国体育用品市场规模进一步增长。

**京东到家发布《京东到家休闲食品即时消费趋势报告》，到家服务成细分品类新零售发展新方向。**电商到家服务模式更加适宜即时消费属性较强的细分品类，数据显示，休闲零食、生鲜食材等细分品类在到家服务模式下销售额实现较快增长。京东到家数据显示，平台2020年休闲零食销售额增速达91%，其中购买力较强、更愿意用金钱换取时间的一、二线消费者占比较高，达67%，高频消费者占比也更高。生鲜电商方面，据中商产业研究院测算，2015-2020年我国生鲜电商市场规模从542亿元上升至3614亿元，年复合增速为46.15%，预计2021年全年生鲜电商市场规模可达4674亿元，预计同比增速约为29%。此外，随着“互联网+医疗”行业持续发展，叠加政策促进下，医药到家作为新品类，即时性消费属性较高，或将成为电商到家服务行业未来重要细分领域之一。

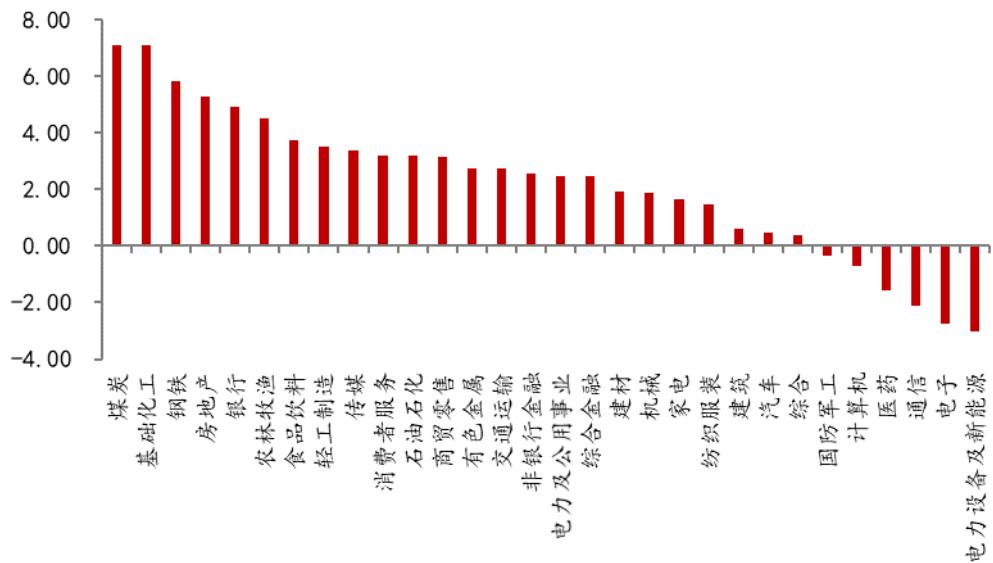
**投资建议：**2021年东京奥运会的举办有效促进了我国民众对多个体育竞技项目关注度提升，或推动我国体育产业渗透率进一步提升，建议关注相关体育用品、户外装备制造销售以及赛事运营、转播企业。

## 二、行情回顾

本周（2021年8月9日-8月13日）上证综指上涨1.68%，沪深300指数上涨0.50%，商贸零售指数上涨3.16%，在30个子行业中排名第12；传媒指数上涨3.39%，在30个子行业中排名第9。

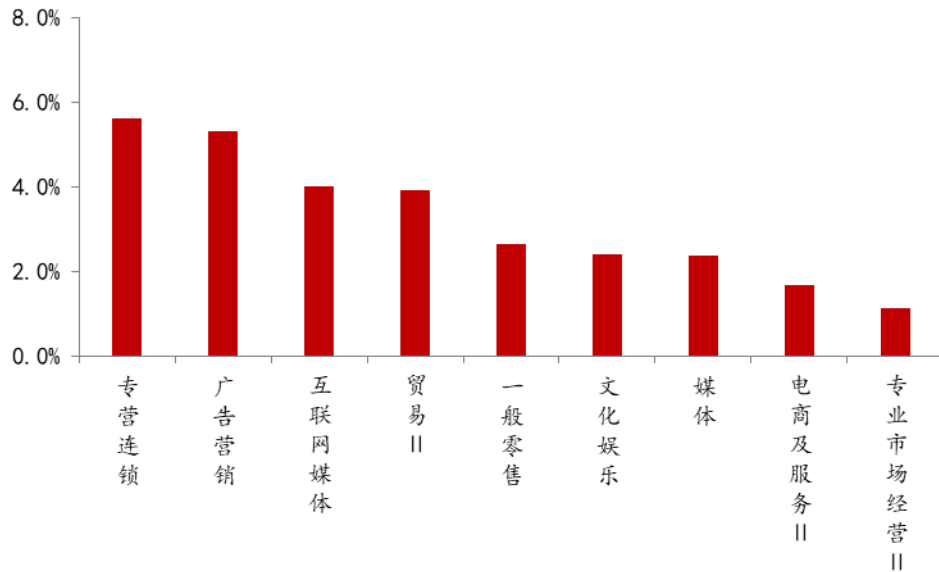
从两大行业细分子板块来看，涨幅前三为专营连锁（+5.62%）、广告营销（+5.32%）、互联网媒体（+4.00%）；涨幅后三为专业市场经营（+1.14%）、电商及服务（+1.66%）、媒体（+2.37%）。从上市公司来看，涨幅前三的分别是华联综超（+61.11%）、天音控股（+30.07%）、壹网壹创（+20.96%）；跌幅前三的分别是\*ST厦华（-9.00%）、潮宏基（-5.80%）、华致酒行（-5.31%）。

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						
华联综超	600361.SH	5.51	61.11	36.69	0.11	50.59
天音控股	000829.SZ	15.40	30.07	157.87	0.20	78.87
壹网壹创	300792.SZ	50.96	20.96	110.27	1.46	34.91
爱施德	002416.SZ	11.70	14.93	145.00	0.59	19.92
三人行	605168.SH	138.90	14.12	96.78	5.39	25.77
*ST跨境	002640.SZ	2.29	12.25	35.68	-2.22	-1.03
东方银星	600753.SH	41.85	7.78	89.99	0.10	440.42
若羽臣	003010.SZ	23.34	7.31	28.40	0.77	30.31
ST龙韵	603729.SH	12.00	6.38	11.20	-0.21	-57.50
博瑞传播	600880.SH	3.44	6.17	37.61	0.08	41.25
跌幅前十						
*ST厦华	600870.SH	4.55	-9.00	23.81	0.00	5,398.30
潮宏基	002345.SZ	5.52	-5.80	49.98	0.36	15.23
华致酒行	300755.SZ	30.30	-5.31	126.29	1.12	27.08
江苏国泰	002091.SZ	13.30	-4.80	207.95	0.63	21.21
苏美达	600710.SH	6.96	-3.33	90.95	0.51	13.54
海印股份	000861.SZ	2.06	-2.83	47.91	0.01	227.19
南极电商	002127.SZ	9.62	-2.53	236.16	0.49	19.79
掌阅科技	603533.SH	21.70	-2.08	95.24	0.62	34.98
明牌珠宝	002574.SZ	4.63	-1.91	24.45	-0.45	-10.25
东百集团	600693.SH	3.93	-1.75	35.30	0.24	16.34

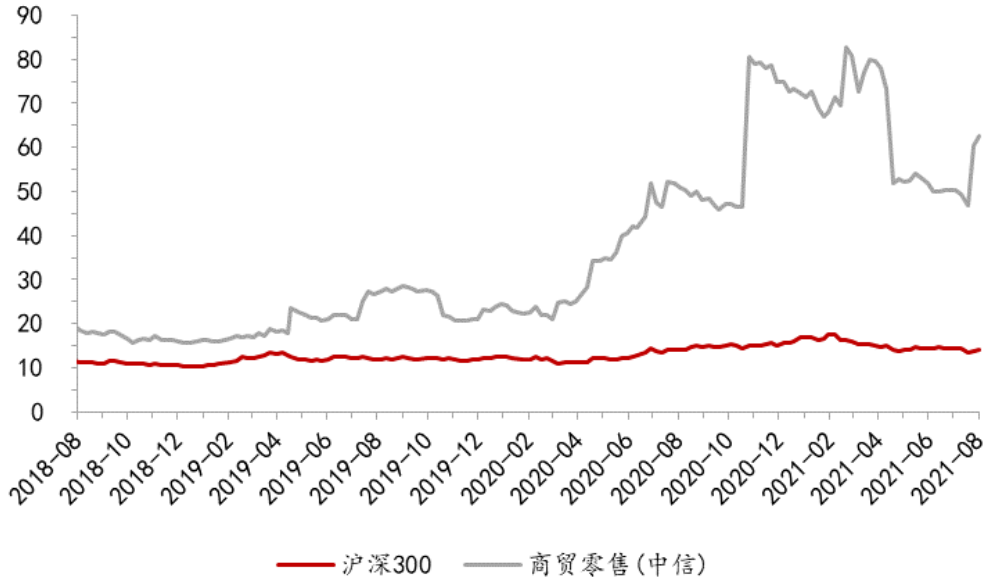
资料来源: Wind, 川财证券研究所

### 三、行业估值

2021年8月13日，商贸零售行业PE为62.47倍，整体估值水平有所上升。

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 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



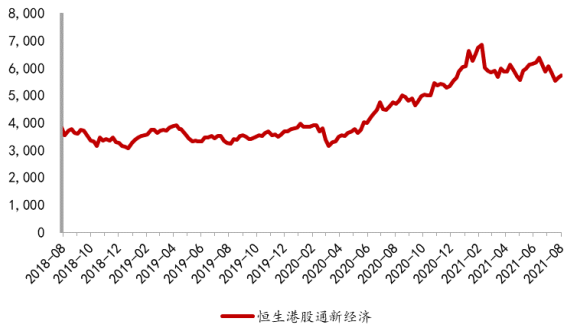
资料来源：Wind, 川财证券研究所

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

图 7：恒生港股通新经济指数走势



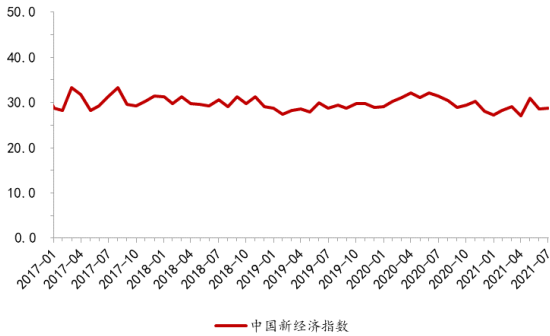
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 8：恒生互联网科技业指数走势



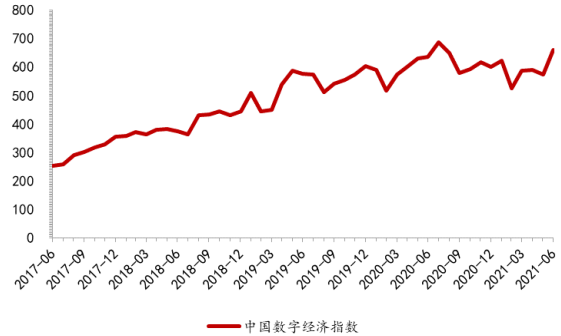
资料来源：Wind，川财证券研究所

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

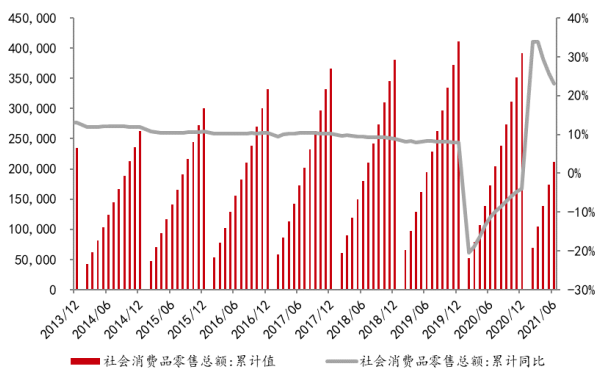
图 10：中国数字经济指数走势



资料来源：财新网，川财证券研究所

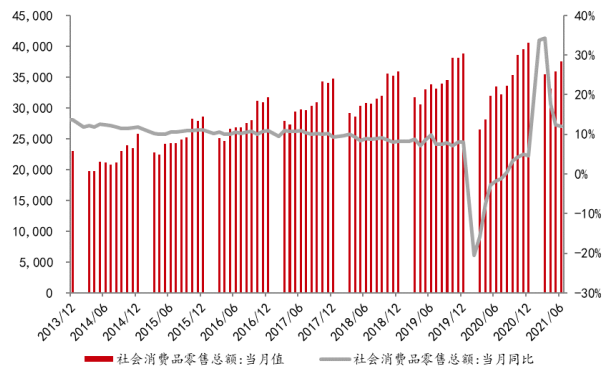
### 社会消费品零售总额及价格指数走势

图 11：社会消费品零售总额及增速（累计值）



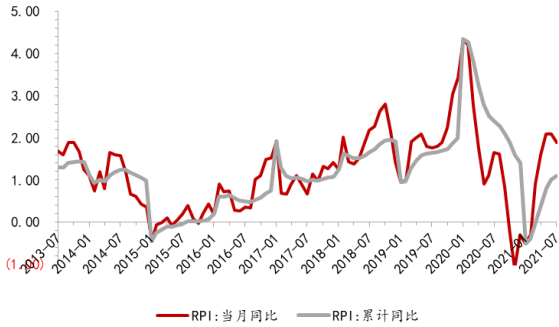
资料来源：Wind，川财证券研究所

图 12：社会消费品零售总额及增速（当月值）



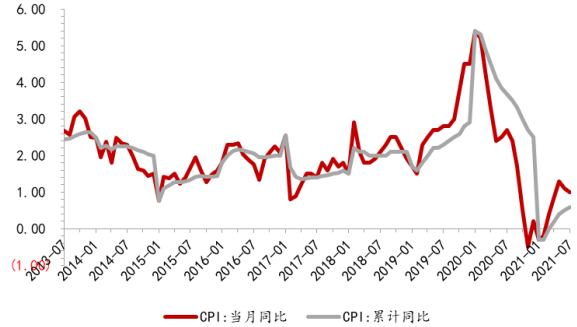
资料来源：Wind，川财证券研究所

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

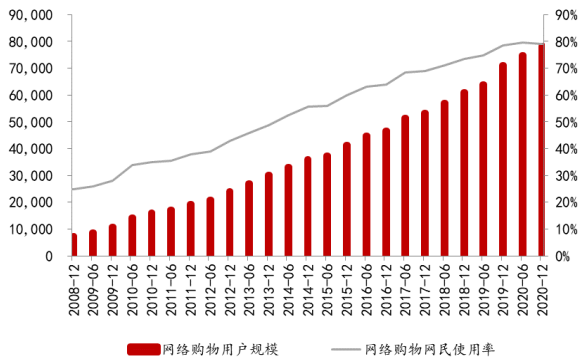
图 14：居民消费价格指数同比增速走势



资料来源：Wind，川财证券研究所

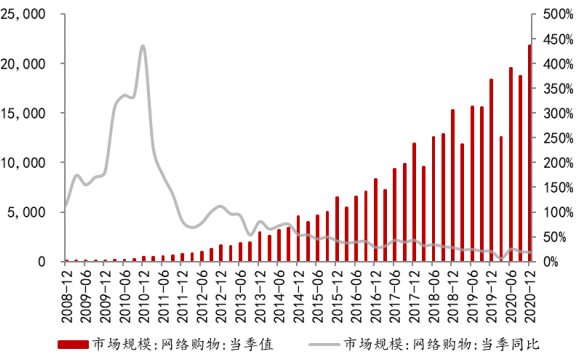
### 网络购物市场规模走势

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

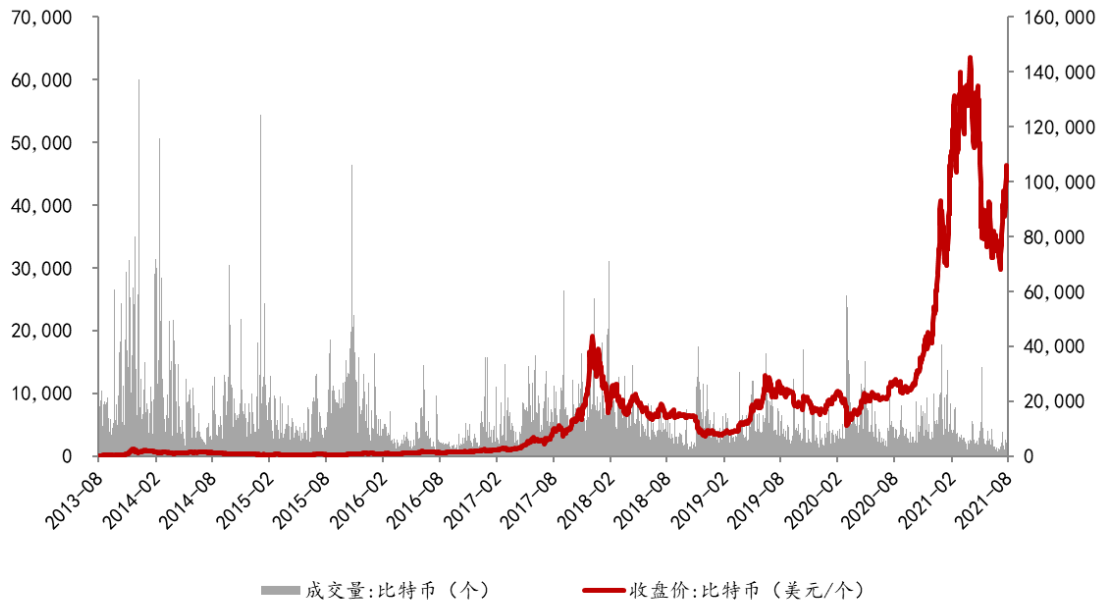


资料来源：Wind，川财证券研究所



## 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

七夕节来临，鲜花销售额实现较大幅度提升	<p>8月13日，盒马花园发布了《2021盒马七夕鲜花消费报告》，数据显示，鲜花预售最多的前三名分别是：上海、南京、浙江。2021年至今，盒马花园的男性用户同比增长了53%，其中郑州购买鲜花的男性用户占比最高。并且，盒马花园50岁以上的消费用户增长了64%。其中，50岁以上消费者占比最多的城市是上海。</p> <p>8月13日，据抖音电商发布的数据显示，8月1日至12日，平台七夕相关商品销量环比增长169%。其中，玫瑰花销量比2月14日情人节期间上涨402%。</p>
国家邮政局公布2021年7月邮政行业运行情况	<p>8月13日，国家邮政局公布2021年7月邮政行业运行情况。1-7月，全国快递服务企业业务量累计完成583.3亿件，同比增长42.9%；业务收入累计完成5669.4亿元，同比增长24.7%。其中，同城业务量累计完成76.9亿件，同比增长15.2%；异地业务量累计完成493.9亿件，同比增长48.7%；国际/港澳台业务量累计完成12.5亿件，同比增长35.7%。</p>
京东到家数据研究院发布《京东到家休闲食品即时消费趋势报告》	<p>8月11日，京东到家数据研究院发布《京东到家休闲食品即时消费趋势报告》，基于平台大数据，依托百事食品分析支持，对休闲食品即时消费趋势进行了全面洞察。《报告》指出，京东到家休闲零食品类增长迅速，平台2020年休闲零食销售额增速达91%。其中，膨化食品、巧克力、饼干是消费者最喜欢买的三大子品类，而威化、散装食品、巧克力品类则是同比增速最快的品类。</p>
多家视频社区平台发布东京奥运会相关数据	<p>8月10-11日，快手、抖音、B站等多家视频社区平台发布东京奥运会数据。其中，快手平台内奥运相关作品及话题视频总播放量达730亿，奥运赛事点播总播放超55.9亿，端内互动总人次高达60.6亿；抖音平台内运动员视频总播放量达114亿，运动员视频总互动量达3.84亿，运动健儿直播累计观看次数与互动次数分别达1.22亿、2.1亿；B站奥运会相关投稿达10.1万次，奥运会视频播放达15.3亿次，奥运会话题浏览量达6.9亿次，互动量达204.7万次。</p>
抖音电商发布东京奥运会期间平台销售数据	<p>8月9日，抖音电商发布东京奥运会期间平台销售数据，7月21日—8月8日期间，平台体育用品销售额同比增长365%，运动品牌鸿星尔克位居榜首，阿迪达斯排名第二，知名国货贵人鸟、李宁和安踏跻身前五。</p>

## 六、重要公告

浙数文化	发布2021年半年度报告，公司2021H1实现营业收入14.75亿元，同比下降20.79%，实现归母净利润2.87亿元，同比下降20.74%。
鼎龙文化	发布2021年半年度报告，公司2021H1实现营业收入2.26亿元，同比下降16.59%，实现归母净利润50.70万元，同比下降98.10%。

浙文互联	发布 2021 年半年度报告，公司 2021H1 实现营业收入 67.82 亿元，同比增长 49.40%，实现归母净利润 1.33 亿元，同比增长 139.52%。
吉比特	发布 2021 年半年度报告，公司 2021H1 实现营业收入 23.87 亿元，同比增长 69.41%，实现归母净利润 9.01 亿元，同比增长 63.77%。
友好集团	发布 2021 年半年度报告，公司 2021H1 实现营业收入 10.76 亿元，同比增长 3.34%，实现归母净利润 0.20 亿元，扭亏为盈。
益民集团	发布 2020 年年度权益分派实施公告，本次利润分配以方案实施前的公司总股本 1,054,027,073 股为基数，每股派发现金红利 0.05 元（含税），共计派发现金红利 52,701,353.65 元。

## 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

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