

## 商业贸易行业周报（10.18-10.22）

### 9月社零数据发布，消费有回暖迹象

### 推荐（维持评级）

#### 本周观点

近期，国家统计局发布2021年9月社零数据，消费回暖。9月的社会消费品零售总额36833亿元，同比增长4.4%；比2019年9月份增长7.8%，两年平均增速为3.8%。其中，除汽车以外的消费品零售额33298亿元，增长6.4%。扣除价格因素，9月份社会消费品零售总额同比实际增长2.5%。从环比看，9月份社会消费品零售总额增长0.3%。

分品类看，必选消费品中烟酒类增速较高，可选消费品中金银珠宝类与文化办公用品类表现较好。烟酒类同比增长16.0%。在婚庆需求、开学季的影响下，金银珠宝同比增20.1%，文化办公用品同比增长22.6%。

维持上期观点，建议投资者关注品牌实力较强的国货化妆品品牌贝泰妮，华熙生物，上海家化与珀莱雅，并关注由于上游原材料涨价带给化妆品代工厂的风险。另外，建议关注医美龙头爱美客，根据其三季报，营收净利均继续保持高增的态势，且新品“濡白天使”采取“好产品+好医生”的合作推广模式，从长远看，可以精准定位客户群，减少产品注射过程中可能产生的风险。

#### 市场表现

本周商贸零售（中信）指数收于4,023.93点，上涨0.16%，年初以来上涨0.26%，板块表现跑输沪深300。

#### 公司公告

【青松股份:2021年前三季度业绩预告】

#### 风险提示

疫情反复，消费需求不及预期，行业竞争加剧。

#### 一年内行业相对大盘走势



#### 涨幅前五个股

代码	公司	一周涨幅(%)
000829.SZ	天音控股	28.44
600821.SH	金开新能	16.02
600861.SH	北京城乡	11.9
301001.SZ	凯淳股份	9.3
002187.SZ	广百股份	8.7

#### 跌幅前五个股

代码	公司	一周涨幅(%)
600857.SH	宁波中百	-9.64
603900.SH	莱绅通灵	-9.72
002574.SZ	明牌珠宝	-10.9
300464.SZ	星徽股份	-12.26
002356.SZ	*ST赫美	-22.48

#### 团队成员：

分析师 聂博雅

执业证书编号：S0210520080005

电话：021-20657932/18258256613

邮箱：nby2452@hfzq.com.cn

#### 相关报告

1、《商业贸易定期周报:化妆品原料涨价幅度较大，对化妆品代工厂与品牌方品牌力提出考验》

## 正文目录

一、	行情回顾.....	3
二、	行业周观察与投资策略.....	4
三、	行业动态与公司公告.....	6
3.1	行业动态追踪.....	6
3.2	公司公告.....	6
四、	风险提示.....	6

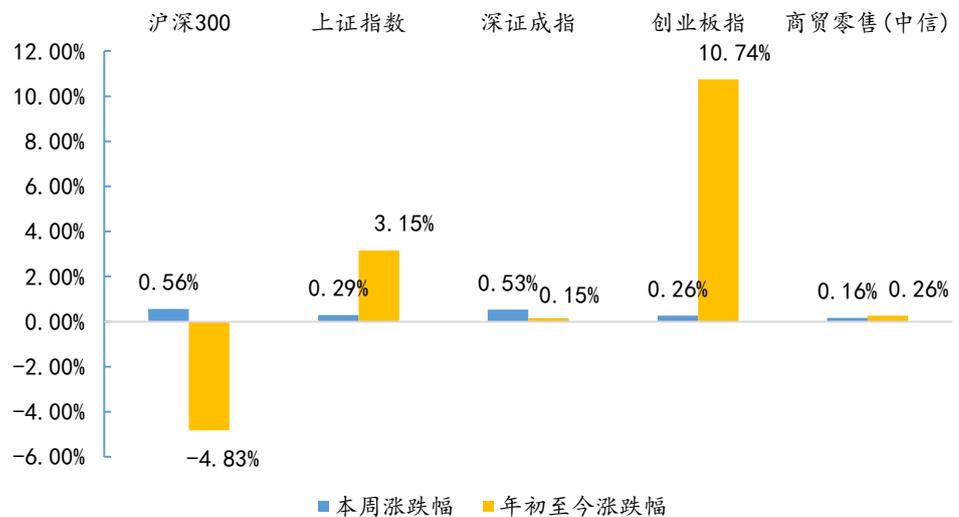
## 图表目录

图表 1:	各指数与商贸零售板块一周涨跌幅表现 .....	3
图表 2:	各行业一周涨跌幅表现 .....	3
图表 3:	商贸零售子行业一周涨跌幅表现 .....	4
图表 4:	行业内公司涨跌幅排行 .....	4
图表 5:	2021 年 9 月社零数据 .....	5

## 一、 行情回顾

本周商贸零售(中信)指数收于 4,023.93 点, 上涨 0.16%, 年初以来上涨 0.26%, 板块表现跑输沪深 300。同期沪深 300 指数收于 4,959.73 点, 上涨 0.56%, 年初以来下跌 4.83%; 上证指数收于 3,582.60 点, 上涨 0.29%, 年初以来上涨 3.15%; 深证成指收于 14,492.82 点, 上涨 0.53%, 年初以来上涨 0.15%; 创业板指收于 3,284.91 点, 上涨 0.26%, 年初以来上涨 10.74%。

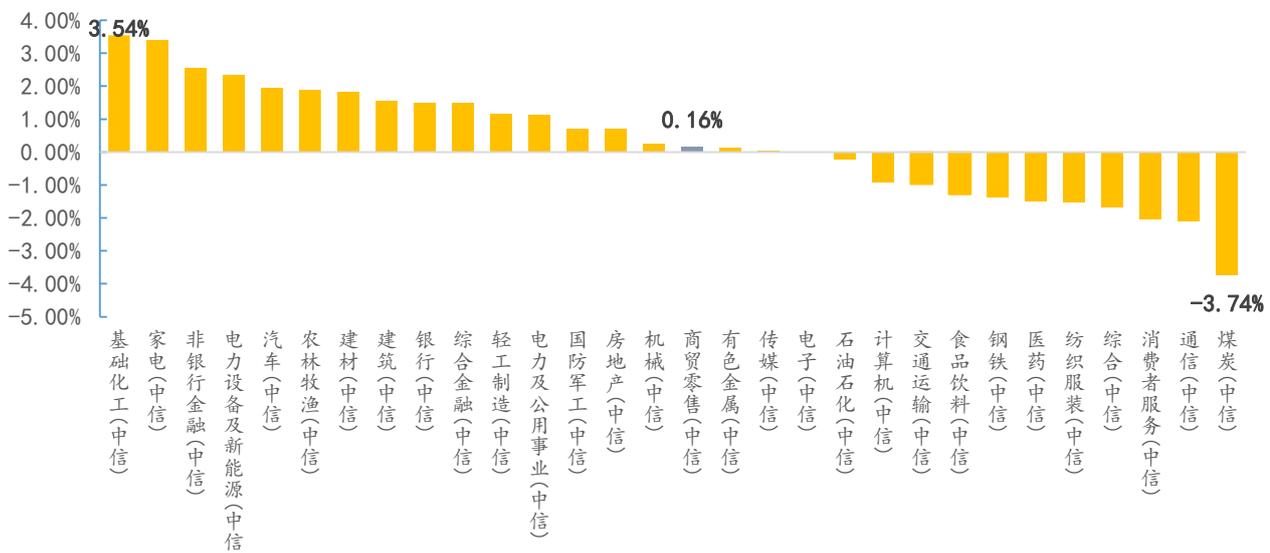
图表 1: 各指数与商贸零售板块一周涨跌幅表现



数据来源: Wind, 华福证券研究所

分行业看, 本周基础化工(中信)表现最好, 上涨 3.54%; 煤炭(中信)表现最弱, 下跌 3.74%; 商贸零售(中信)上涨 0.16%。

图表 2: 各行业一周涨跌幅表现



数据来源: Wind, 华福证券研究所

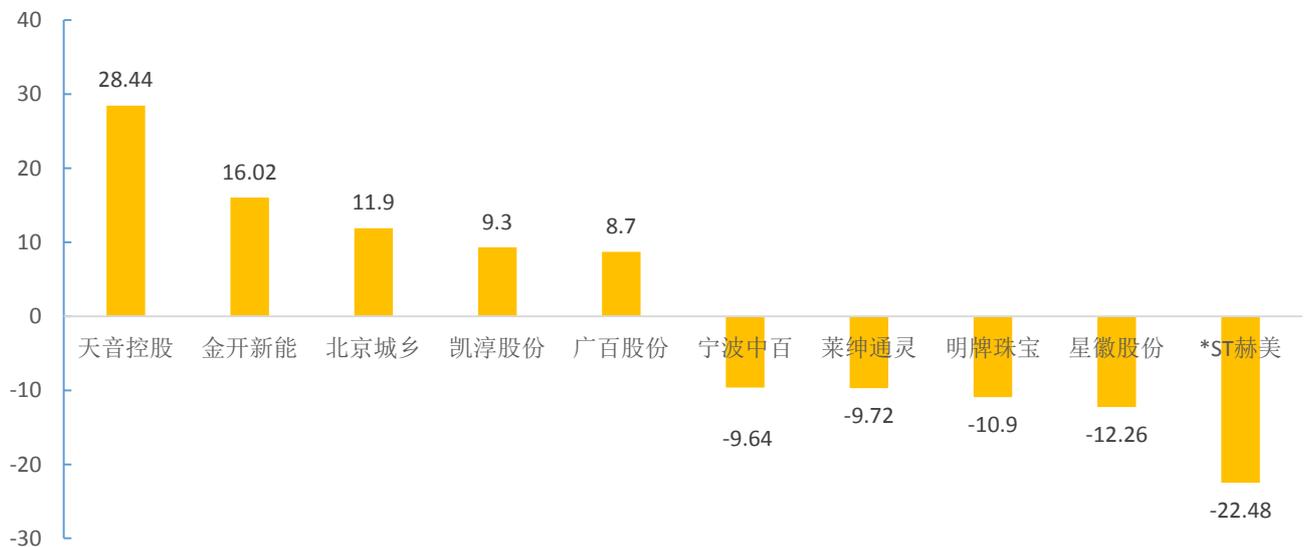
分二级子行业看，本周电商及服务Ⅱ（中信）涨幅最大，上涨 1.84%；贸易Ⅱ（中信）跌幅最大，下跌 1.30%。年初以来，贸易Ⅱ（中信）表现最好，上涨 42.07%；电商及服务Ⅱ（中信）表现最弱，下跌 38.40%。

**图表 3：商贸零售子行业一周涨跌幅表现**

行业	总市值 (2021-10-22) 亿元	本周涨跌幅 (%)	上一周涨跌幅 (%)	涨跌幅变化	年初至今涨 跌幅 (%)
电商及服务Ⅱ（中信）	1067.72	1.84	-2.01	3.85	-38.40
专业市场经营Ⅱ（中信）	1337.42	1.13	-2.38	3.51	-8.61
专营连锁（中信）	2047.67	0.26	3.92	-3.67	31.86
一般零售（中信）	3172.31	0.00	-1.75	1.75	-8.69
贸易Ⅱ（中信）	1253.65	-1.30	-3.20	1.90	42.07

数据来源：Wind，华福证券研究所

分公司看，本周行业内涨幅前五名的分别是：天音控股（28.44%）、金开智能（16.02%）、北京城乡（11.90%）、凯淳股份（9.30%）与广百股份（8.70%）；跌幅前五名的分别是：\*ST赫美（-22.48%）、星徽股份（-12.26%）、明牌珠宝（-10.90%）、莱绅通灵（-9.72%）与宁波中百（-9.64%）。

**图表 4：行业内公司涨跌幅排行**


数据来源：Wind，华福证券研究所

## 二、 行业周观察与投资策略

近期，国家统计局发布 2021 年 9 月社零数据，消费回暖。9 月的社会消费品零售总额 36833 亿元，同比增长 4.4%；比 2019 年 9 月份增长 7.8%，两年平均增速为 3.8%。其中，除汽车以外的消费品零售额 33298 亿元，增长 6.4%。扣除价格因素，9 月份社会消费品零售总额同比实际增长 2.5%。从环比看，9 月份社会消费品零售总额增长 0.3%。

分品类看，必选消费品中烟酒类增速较高，可选消费品中金银珠宝类与文化办公

用品类表现较好。烟酒类同比增长 16.0%。在婚庆需求、开学季的影响下，金银珠宝同比增 20.1%，文化办公用品同比增长 22.6%。

维持上期观点，建议投资者关注品牌实力较强的国货化妆品品牌贝泰妮，华熙生物，上海家化与珀莱雅，并关注由于上游原材料涨价带给化妆品代工厂的风险。另外，建议关注医美龙头爱美客，根据其三季报，营收净利均继续保持高增的态势，且新品“濡白天使”采取“好产品+好医生”的合作推广模式，从长远看，可以精准定位客户群，减少产品注射过程中可能产生的风险。

**图表 5：2021 年 9 月社零数据**

指标	2021 年 9 月		2021 年 1 月-9 月	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
社会消费品零售总额	36833	4.4	318057	16.4
其中：除汽车以外的消费品零售额	33298	6.4	285992	16.3
其中：限额以上单位消费品零售额	13902	2.8	117588	17.9
其中：实物商品网上零售额	——	——	75042	15.2
按经营地分				
城镇	31462	4.2	275888	16.5
乡村	5371	5.4	42169	15.6
按消费类型分				
餐饮收入	3831	3.1	32750	29.8
其中：限额以上单位餐饮收入	903	5.5	7553	34.8
商品零售	33002	4.5	285307	15.0
其中：限额以上单位商品零售	12999	2.7	110035	17.0
粮油、食品类	1506	9.2	12087	10.3
饮料类	262	10.1	2088	23.4
<b>烟酒类</b>	<b>490</b>	<b>16.0</b>	<b>3430</b>	<b>25.8</b>
服装鞋帽、针纺织品类	1063	-4.8	9641	20.6
<b>化妆品类</b>	<b>317</b>	<b>3.9</b>	<b>2783</b>	<b>17.9</b>
<b>金银珠宝类</b>	<b>263</b>	<b>20.1</b>	<b>2246</b>	<b>41.6</b>
日用品类	584	0.5	5261	16.0
家用电器和音像器材类	739	6.6	6580	13.5
中西药品类	508	8.6	4196	10.5
<b>文化办公用品类</b>	<b>396</b>	<b>22.6</b>	<b>2877</b>	<b>21.7</b>
家具类	151	3.4	1205	20.7
通讯器材类	508	22.8	4323	17.5
石油及制品类	1840	17.3	14900	20.3
汽车类	3535	-11.8	32066	15.5
建筑及装潢材料类	175	13.3	1379	24.9

数据来源：国家统计局，华福证券研究所

### 三、 行业动态与公司公告

#### 3.1 行业动态追踪

【欧莱雅发布的21年Q3财报】欧莱雅今年前三季度销售额为231.9亿欧元(约合1723亿元人民币),同比增长18%。第三季度销售额为79.97亿欧元(约合594亿元人民币),同比增长13.1%。报告显示,2021年前三季度,欧莱雅专业美发产品、大众化妆品、高档化妆品以及活性健康化妆品分别实现销售收入203亿元、665亿元、639亿元和218亿元。其中,活性健康化妆品部门的增长最为强劲。前三季度同比增长34.5%,第三季度同比增长28.4%,均为欧莱雅四大部门增长最快的业务版块;大众化妆品的表现优于全球市场,并在第三季度超过了2019年的业绩水平,同比增长3.2%;在彩妆方面,NYX和美宝莲实现了强劲增长。报告认为,这主要是由于一系列新产品的发布,比如Sky High睫毛膏、Ultimatte系列口红等。第三季度,欧莱雅高档化妆品部业绩同比增长20.7%,达到232亿元。其中,兰蔻、圣罗兰、赫莲娜和植村秀等品牌的销售亮眼。值得一提的是,兰蔻在全球范围均实现了高速增长。报告认为,兰蔻和植村秀的成功,令高档化妆品部进一步巩固了在亚洲彩妆领域的地位。(品观网)

#### 3.2 公司公告

【青松股份:2021年前三季度业绩预告】2021Q1-Q3,公司实现归属于上市公司股东的净利润约1.1亿元~1.3亿元,同比下降63.50%~69.09%。其中Q3单季度实现归属于上市公司股东的净利润为亏损5000万~7000万元,同比下降137.92%~153.08%。(公司公告)

### 四、 风险提示

疫情反复,消费需求不及预期,行业竞争加剧。

## 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，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

## 一般声明

华福证券有限责任公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。

本报告的信息均来源于本公司认为可信的公开资料，该等公开资料的准确性及完整性由其发布者负责，本公司及其研究人员对该等信息不作任何保证。本报告中的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，之后可能会随情况的变化而调整。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，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。

在任何情况下，本报告所载的信息或所做出的任何建议、意见及推测并不构成所述证券买卖的出价或询价，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。投资者应自行决策，自担投资风险。

本报告版权归“华福证券有限责任公司”所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。

## 特别声明

投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有本报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

## 投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票 投资评级	以报告日起 6 个月内，公司股价相对同期市场基准（沪深 300 指数）的表现为标准	强烈推荐	公司股价涨幅超基准指数 15%以上
		审慎推荐	公司股价涨幅超基准指数 5-15%之间
		中性	公司股价变动幅度相对于基准指数介于±5%之间
		回避	公司股价表现弱于基准指数 5%以上
行业 投资评级	以报告日起 6 个月内，行业指数相对同期市场基准（沪深 300 指数）的表现为标准	推荐	行业基本面向好，行业指数将跑赢基准指数
		中性	行业基本面稳定，行业指数跟随基准指数
		回避	行业基本面向淡，行业指数将跑输基准指数

## 联系方式

### 华福证券研究所 上海

公司地址：上海市浦东新区滨江大道 5129 号陆家嘴滨江中心 N1 幢

机构销售：王瑾璐

联系电话：021-20655132

联系邮箱：hfyjs@hfzq.com.cn