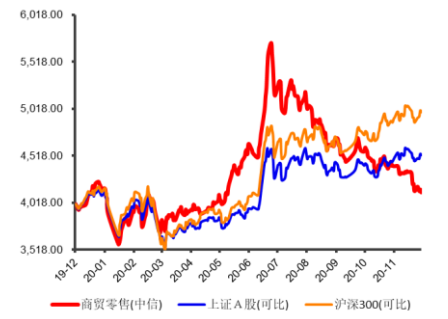
零售 社区团购新规出台事件点评 评级

报告原因：事件点评 **监管提出“九个不得”，规范社区团购有序竞争**

2020 年 12 月 23 日 **行业研究/点评报告**

中信一级行业近一年市场表现



相关报告：

零售行业 2021 年年度策略：渠道购物近场化，线上价值稳步攀升

零售行业 12 月投资策略 ：商品零售结构优化，升级类消费引领增长

分析师：谷茜

执业登记编码：S0760518060001

Tel: 0351-8686775

Email: guqian@sxzq.com

太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层

北京市西城区平安里西大街 28 号中海国际中心七层

山西证券股份有限公司

http://www.i618.com.cn

事件&数据追踪

- 12 月 22 日，市场监管总局联合商务部召开规范社区团购秩序行政指导会，阿里、腾讯、京东、美团、拼多多、滴滴 6 家互联网平台企业参加。会议对社区团购低价倾销、滥用市场支配地位、达成垄断协议、非法收集用户信息等行为都下达了“禁令”，依法加强社区团购价格行为和反不正当竞争监管，规范社区团购市场秩序。

事件&数据点评

- **规范社区团购市场秩序，维护公平竞争市场环境。**会议指出，要依法加强社区团购价格行为和反不正当竞争监管，规范社区团购市场秩序，维护公平竞争市场环境，确保民生得到有效保障和改善。会议充分肯定互联网平台经济发展的积极意义和重要作用，严肃指出当前社区团购存在的低价倾销及由此引起的挤压就业等突出问题，希望互联网平台企业在增创经济发展新动能、促进科技创新、维护公共利益、保障和改善民生等方面体现更多作为和担当。会议强调，互联网平台企业应严格规范社区团购经营行为，遵守“九个不得”，主要涉及滥用自主定价权、实施非法垄断协议、滥用市场支配地位、非法收集用户信息等一系列不正当竞争行为及手段（见附表）。会议还要求，各地市场监管部门要积极回应社会关切，加强调查研究，研判掌握社区团购市场动态，针对低价倾销、不正当竞争等问题，创新监管方式，加大执法办案力度，依法维护社区团购市场秩序。
- **疫情驱动社群消费放量增长，社区团购模式逐渐普及。**疫情期间社区社群的集中消费放量增长，社区统一采购配送等模式逐步普及。社区团购模式也得到迅速推广，占比由 2%增至 11.9%，且推广速度与疫情风险等级正相关，其中身处疫情中心的湖北地区社区团购渠道增长最为明显，提高了 47pct。作为零售企业应对疫情的重要手段之一，社区团购是互联网平台企业以生鲜经营为切入点，利用社区门店资源和客流量，对下沉市场社区商圈的一种区域化、小众化、本地化的布局，以期实现新一轮的市场拓展和流量增长。通过社区商铺为周边 1-3 公里半径内的社区居民提供团购形式的优惠活动，促进商铺对核心客户的精准化宣传和消费刺激，实现商铺区域知名度和信赖度的迅速提升。数据显示，在疫情的驱动下 2020 年社区团购市场发展态势迅猛，市场规模预计将达 720 亿元，伴随社区团购市场持续下沉拓展，原本的社区生鲜业态竞争格局将受到冲击和重构。
- **社评指出社区团购成资本逐利，实质是需求催化渠道变革。**12 月 11 日人民日报发表题为“社区团购：别只惦记这几捆白菜”的社评，直指社区团购成为互联网资本逐利的方向，一度被误视为国家准备叫停社区团购的信号。下半年以来，各大电商巨头纷纷进军社区团购赛道，

并将以蔬果为主生鲜产品列入首选品类，在加大优惠补贴力度、用价格优势换取流量的同时，直接影响到了菜场菜贩和实体超市的有序竞争局面。近一个月以来，互联网巨头企业相继投入大量资源入局生鲜社区团购，社区团购成为互联网行业及资本市场热议的话题。从表面上来看，社区团购是资本逐利性质的推动，而实质上是市场的潜在消费需求在催化零售端做出变革。

投资建议

- 受到年初疫情影响，消费者的购买行为发生了很大的变化。相比于其他业态，社区团购拥有高性价比的产品体验和较低的获客成本，这种商业模式逐渐理顺跑通。与实体门店业态相比，社区团购的运营模式更轻，借助微信等社交流量入口，社区团购更易触达用户，这意味着模式的可复制性高，在供应链成熟的基础上，可以迅速布点实现规模化拓展。**实体超市企业依托自建供应链的优势能够快速切入社区团购赛道，并在逐渐完善的市场竞争环境下稳步提升市场份额，**建议关注永辉超市、家家悦、红旗连锁和步步高等。

存在风险

- 宏观经济增速承压、居民收入增速放缓；监管政策落实情况不及预期；市场竞争加剧、获客成本不断提升；天气转冷致疫情防控出现新变化。

附表：会议要求互联网平台企业严格遵守“九不得”

	关注点	互联网平台应严格遵守“九不得”
1	保护商家自主定价权，避免恶性价格竞争	不得通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式滥用自主定价权。在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，严禁以排挤竞争对手或独占市场为目的，以低于成本的价格倾销商品
2	避免恶性限价，反垄断	不得违法达成、实施固定价格、限制商品生产或销售数量、分割市场等任何形式的垄断协议
3	不得滥用市场支配地位	不得实施没有正当理由的掠夺性定价、拒绝交易、搭售等滥用市场支配地位行为
4	反垄断，促进良性竞争	不得违法实施经营者集中，排除、限制竞争。经营者集中达到国务院规定申报标准的，应当事先申报，未申报的一律不得实施集中。
5	遵守执业道德，创建公平竞争的市场环境	不得实施商业混淆、虚假宣传、商业诋毁等不正当竞争行为，危害公平竞争市场环境。严禁编造、传播虚假信息或进行引人误解的商业宣传，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉，欺骗、误导消费者。
6	避免对熟客变相提价	不得利用数据优势“杀熟”，损害消费者合法权益
7	避免平台之间的变相封杀	不得利用技术手段损害竞争秩序，妨碍其他市场主体正常经营。不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者在平台内的交易、交易价格以及与其他经营者的交易等进行不合理限制或附加不合理条件，或者向平台内经营者收取不合理费用。
8	保护消费者个人隐私安全	不得非法收集、使用消费者个人信息，给消费者带来安全隐患
9	关注产品质量，完善消费环境	不得销售假冒伪劣商品，危害安全放心的消费环境

资料来源：监管局网站，山西证券研究所整理

分析师承诺：

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，本人承诺，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受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位和执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

投资评级的说明：

——报告发布后的 6 个月内上市公司股票涨跌幅相对同期上证指数/深证成指的涨跌幅为基准

——股票投资评级标准：

买入： 相对强于市场表现 20%以上
增持： 相对强于市场表现 5～20%
中性： 相对市场表现在-5%～+5%之间波动
减持： 相对弱于市场表现 5%以下

——行业投资评级标准：

看好： 行业超越市场整体表现
中性： 行业与整体市场表现基本持平
看淡： 行业弱于整体市场表现

免责声明：

山西证券股份有限公司(以下简称“本公司”)具备证券投资咨询业务资格。本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。入市有风险，投资需谨慎。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。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。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本所于发布本报告当日的判断。在不同时期，本所可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司或其关联机构在法律许可的情况下可能持有或交易本报告中提到的上市公司所发行的证券或投资标的，还可能为或争取为这些公司提供投资银行或财务顾问服务。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突。本公司在知晓范围内履行披露义务。本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。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。否则，本公司将保留随时追究其法律责任的权利。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此声明，禁止我司员工将我司证券研究报告私自提供给未经我司授权的任何公众媒体或者其他机构；禁止任何公众媒体或者其他机构未经授权私自刊载或者转发我司的证券研究报告。刊载或者转发我司证券研究报告的授权必须通过签署协议约定，且明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任。

依据《发布证券研究报告执业规范》规定特此提示我司证券研究业务客户不要将我司证券研究报告转发给他人，提示我司证券研究业务客户及公众投资者慎重使用公众媒体刊载的证券研究报告。

依据《证券期货经营机构及其工作人员廉洁从业规定》和《证券经营机构及其工作人员廉洁从业实施细则》规定特此告知我司证券研究业务客户遵守廉洁从业规定。

山西证券研究所：

太原
太原市府西街 69 号国贸中心 A 座 28 层
电话：0351-8686981
http://www.i618.com.cn

北京
北京市西城区平安里西大街 28 号中海国际中心七层
电话：010-83496336