商业贸易

2020 年 09 月 05 日

海关新增 12 个出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行

——商贸零售行业周报

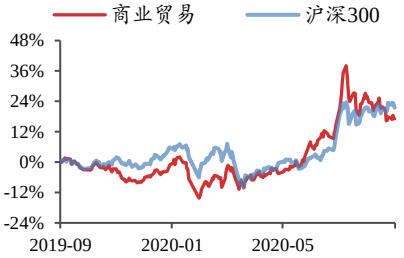
黄泽鹏（分析师）
huangzepeng@kysec.cn
证书编号：S0790519110001

李旭东（联系人）
lixudong@kysec.cn
证书编号：S0790120010014

符超然（联系人）
fuchaoran@kysec.cn
证书编号：S0790120080062

投资评级：看好（维持）

行业走势图



数据来源：贝格数据

相关研究报告

《行业深度报告-零售行业 2020 年中报综述：疫情影响线下零售承压，电商化妆品表现亮眼》-2020.9.3

《行业周报-零售行业中报速览：收入承压，利润增速环比改善》-2020.8.30

《商贸零售行业周报-安克创新即将登陆创业板，A 股跨境电商再添新军》-2020.8.23

● 海关新增 12 个出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行

2020 年 9 月 1 日，海关总署新增 12 个“跨境电商 B2B 出口”试点，标志着多个口岸开启规模化“卖全球”的跨境电商贸易新征程。B2B 跨境电商模式通常是指境内企业通过跨境物流将货物运送至境外企业或海外仓，并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。B2B 跨境电商一方面直击传统外贸分销环节繁多痛点，节约成本并提升效率；另一方面也解决了国内外市场信息不对称问题。2020 年新冠疫情全年蔓延，我国制造业相对率先恢复，有效填补了海外市场需求缺口，同时相关扶持政策陆续推出，B2B 跨境电商行业将充分受益。目前行业规模已超过 6 万亿元，主要玩家由阿里巴巴国际站、敦煌网和开锣网等平台型电商构成。其中，阿里巴巴国际站是我国最大的 B2B 跨境电商平台，提供数字化营销、交易及供应链等服务，目前已覆盖 5900 多个产品类别和 200 多个国家及地区；敦煌网打造了集相关服务于一体的全平台、线上化外贸闭环模式，拥有超 2800 万的累计注册买家和超 200 万的累计注册供应商；开锣网是焦点科技（002315.SZ）旗下 B2B 跨境交易电商平台，围绕零售商重点开展品类分销、商品直发、定制采购三大核心业务。未来，头部平台型电商通过继续整合传统外贸企业在关检、物流、支付、金融等领域的生态圈合作伙伴，为国内供应商提供物流配送、支付结算、海外精准营销等多种服务，有望逐步实现向服务型一站式平台的转型升级。

● 行业关键词：小众香、社区生鲜、99 划算节、社区团购、直播电商

【小众香】天猫国际七夕榜单，“小众香”走红。

【社区生鲜】社区生鲜便利店“小兔买菜”完成千万美元 A 轮融资。

【99 划算节】聚划算升级“99 划算节”，上线百亿流量补贴计划。

【社区团购】美团优选推出“千城计划”加码社区团购。

【直播电商】拼多多 APP 增加独立直播频道。

● 板块行情回顾

本周（8 月 31 日-9 月 4 日）零售板块（商业贸易指数）报收 3924.95 点，下跌 0.71%，跑赢上证综指（本周下跌 1.42%）0.71 个百分点，板块表现在 28 个一级行业中位居第 15 位。各细分板块中，本周多业态零售、珠宝首饰和专业连锁板块涨幅居前，2020 年年初至今百货板块表现最好。个股方面，本周东方银星（+22.5%）、浙江中拓（+10.6%）、友阿股份（+9.2%）等涨幅靠前。

● 投资建议：关注跨境电商板块，重点推荐吉宏股份

投资主线一：超市板块（重点推荐永辉超市、家家悦、红旗连锁和步步高）；

投资主线二：消费复苏进行时，关注化妆品板块（受益标的珀莱雅、丸美股份、上海家化等）和黄金珠宝板块（重点推荐周大生、老凤祥）；

投资主线三：政策和需求共振驱动下的跨境电商板块，受益标的安克创新，重点推荐吉宏股份（三季报预告延续高增长，拟股权转让激励核心骨干）。

● 风险提示：宏观经济风险，疫情扩散影响加剧，中小企业经营压力增大。

目 录

1、 零售板块行情回顾 3
2、 零售观点：海关新增出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行 5
2.1、 行业观点：海关新增 12 个 B2B 出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行 5
2.2、 投资建议：关注跨境电商板块，重点推荐吉宏股份 8
2.2.1、 吉宏股份：三季报预告延续高增长，拟股权转让激励核心骨干 9
2.2.2、 周大生：疫情影响上半年业绩，线上电商渠道“收之桑榆” 10
2.2.3、 永辉超市：生鲜供应链优势显著，线上收入占比快速提升 10
2.2.4、 家家悦：省内外加速整合扩张，持续推进物流供应链建设 11
2.2.5、 老凤祥：黄金珠宝龙头上半年经营稳健，进一步落实国企改革试点工作 11
2.2.6、 步步高：西南双业态零售龙头，二季度业绩改善明显 12
2.2.7、 红旗连锁：二季度业绩低于预期，关注轻资产模式异地扩张 12
2.2.8、 爱婴室：疫情拖累中报业绩，品牌+全渠道布局未来仍可期 13
3、 零售行业动态追踪 14
3.1、 行业关键词：小众香、社区生鲜、99 划算节、社区团购、直播电商等 14
3.2、 公司公告：吉宏股份发布三季报业绩预告等 16
4、 风险提示 18

图表目录

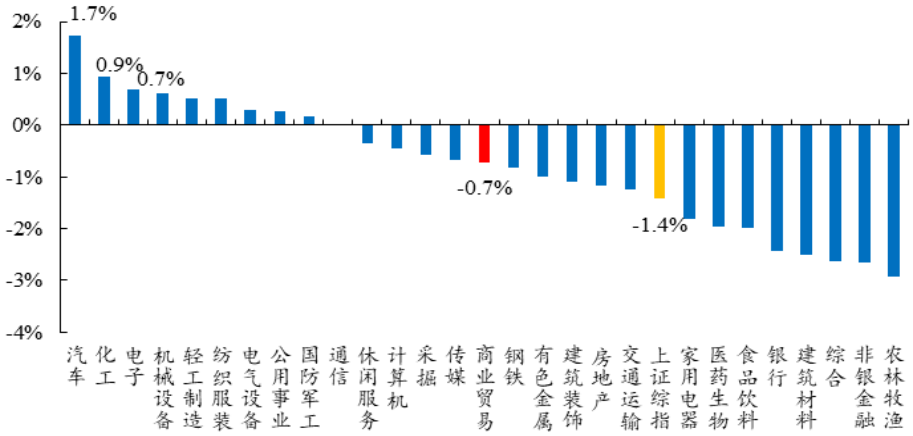
图 1： 本周零售板块（商业贸易指数）表现位列第 15 位 3
图 2： 本周零售（商业贸易）指数下跌 0.71% 3
图 3： 2020 年年初至今零售（商业贸易）指数上涨 21.11% 3
图 4： 本周多业态零售涨幅最高，达 1.89% 4
图 5： 2020 年初至今百货板块涨幅最高，达到 32.35% 4
图 6： 2019 年跨境 B2B 出口交易规模已达 6.3 万亿元 5
图 7： 此次试点中跨境 B2B 出口两种模式申报流程不同 5
图 8： B2B 跨境电商模式省去传统外贸的中间分销环节 6
图 9： 目前 B2B 跨境电商已得到多项政策扶持 6
图 10： 相对日本、德国等国家，我国制造业领先回暖 6
图 11： 阿里巴巴国际站买家数和订单数持续增长 7
图 12： 敦煌网专注 B2B 跨境电商赛道 7
图 13： 开锣网与 inQbrands 和 Doba 两大服务平台共同构成完整跨境服务生态链 7

表 1： 本周零售板块博东方银星、浙江中拓和友阿股份等涨幅居前 4
表 2： 本周零售板块鄂武商 A、家家悦和天虹股份等跌幅靠前 4
表 3： 重点推荐永辉超市、家家悦、爱婴室、周大生和吉宏股份等 8
表 4： 本周重点推荐个股爱婴室表现较好 13
表 5： 零售公司大事提醒：关注美团点评、小米集团纳入恒生国企指数等 17
表 6： 零售行业大事提醒：2020 中国国际时尚零售产业峰会等 17

1、 零售板块行情回顾

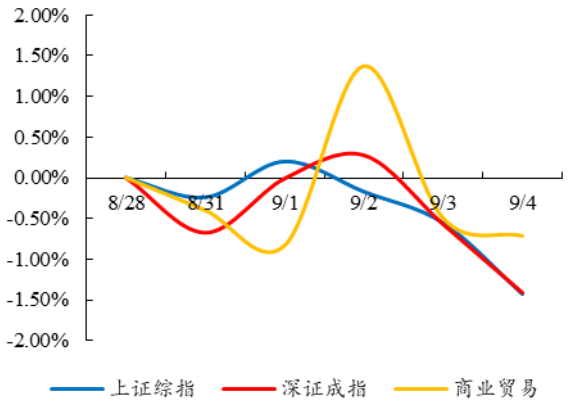
本周(8月31日-9月4日)A股小幅下跌，零售板块下跌0.71%。上证综指报收3355.37点，全周累计下跌-1.42%；深证成指报收13656.66点，下跌1.41%；本周全部28个一级行业中有9个行业上涨，表现排名前三位的分别为汽车、化工和电子。零售行业指数（参照商业贸易指数）本周报收3924.95点，周跌幅0.71%，在所有一级行业中位列第15位。2020年年初至今，零售行业累计上涨21.11%，表现明显强于大盘（年初至今上证综指累计上涨10.01%）。

图1：本周零售板块（商业贸易指数）表现位列第15位



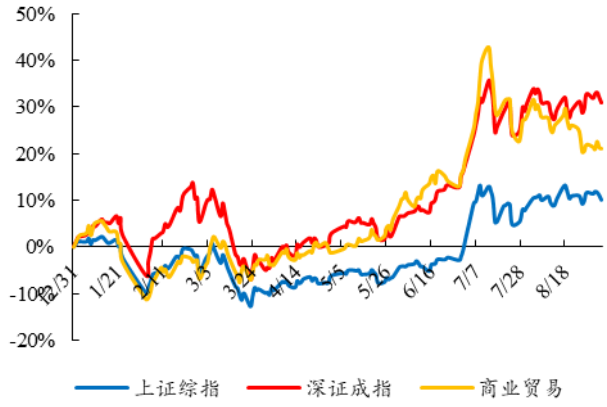
数据来源：Wind、开源证券研究所

图2：本周零售（商业贸易）指数下跌0.71%



数据来源：Wind、开源证券研究所

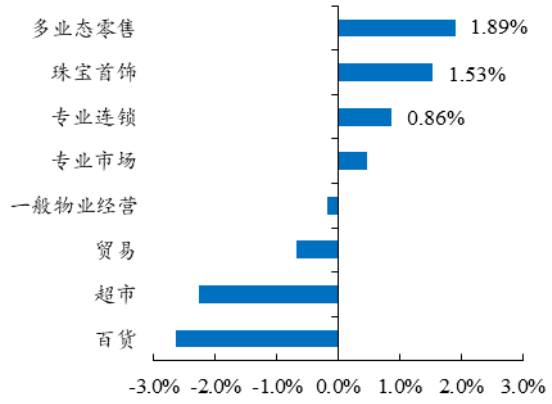
图3：2020年年初至今零售(商业贸易)指数上涨21.11%



数据来源：Wind、开源证券研究所

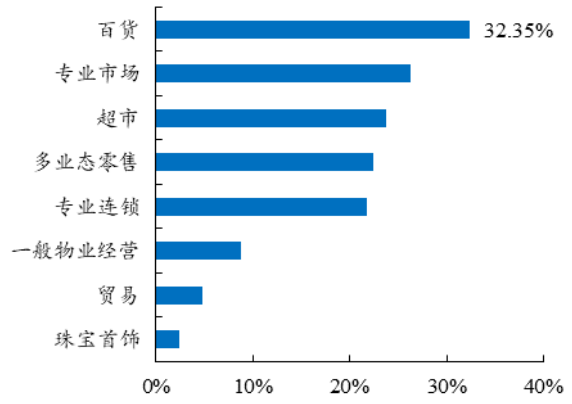
各细分板块中，多业态零售板块本周涨幅最高，2020年年初至今，百货板块涨幅排在首位。在零售行业各主要细分板块（我们依据二级行业分类，选择较有代表性的超市、百货、多业态零售、专业连锁、一般物业经营、专业市场、贸易和珠宝首饰等8个细分板块）中，本周多业态零售、珠宝首饰和专业连锁板块涨幅居前，分别上涨1.89%、1.53%和0.86%。2020年全年来看，百货板块表现最佳，年初至今累计涨幅达到32.35%，在零售行业各细分板块中领跑。

图4：本周多业态零售涨幅最高，达 1.89%



数据来源：Wind、开源证券研究所

图5：2020 年初至今百货板块涨幅最高，达到 32.35%



数据来源：Wind、开源证券研究所

个股方面，本周东方银星、浙江中拓和友阿股份涨幅靠前。本周零售板块主要 85 家上市公司（参照一级行业指数成分，剔除少量主业已发生变化公司和 B 股公司）中，合计有 30 家公司上涨、53 家公司下跌。其中，本周个股涨幅排名前三位分别是博士眼镜、重庆百货和天虹股份，涨幅分别为 22.5%、10.6%和 9.2%。本周跌幅靠前公司为鄂武商 A、家家悦和天虹股份等。

表1：本周零售板块博东方银星、浙江中拓和友阿股份等涨幅居前

涨幅排名	证券代码	股票简称	收盘价（元）	周涨跌幅	周换手率	年初至今涨幅	所属三级行业
1	600753.SH	东方银星	17.18	22.5%	13.3%	54.0%	贸易III
2	000906.SZ	浙商中拓	7.30	10.6%	14.1%	28.1%	贸易III
3	002277.SZ	友阿股份	4.75	9.2%	10.2%	44.2%	百货
4	600828.SH	茂业商业	4.69	8.6%	4.7%	1.8%	百货
5	300622.SZ	博士眼镜	14.15	7.4%	22.6%	3.7%	专业连锁
6	600861.SH	北京城乡	18.90	5.2%	12.1%	119.1%	多业态零售
7	600693.SH	东百集团	5.94	5.1%	5.0%	12.0%	百货
8	600729.SH	重庆百货	35.04	5.1%	4.8%	20.2%	多业态零售
9	002344.SZ	海宁皮城	4.75	4.9%	8.5%	9.4%	专业市场
10	002640.SZ	跨境通	7.48	4.6%	17.6%	-3.1%	多业态零售

数据来源：Wind、开源证券研究所（收盘价日期为 2020/09/04）

表2：本周零售板块鄂武商 A、家家悦和天虹股份等跌幅靠前

跌幅排名	证券代码	股票简称	收盘价（元）	周涨跌幅	周换手率	年初至今涨幅	所属三级行业
1	000501.SZ	鄂武商 A	17.20	-10.0%	14.5%	31.6%	百货
2	603708.SH	家家悦	41.00	-7.8%	2.7%	70.7%	超市
3	002419.SZ	天虹股份	10.63	-6.8%	4.0%	5.6%	百货
4	002187.SZ	广百股份	11.64	-6.5%	8.1%	38.3%	百货
5	600247.SH	*ST 成城	2.07	-5.9%	6.8%	-43.2%	贸易III

数据来源：Wind、开源证券研究所（收盘价日期为 2020/09/04）

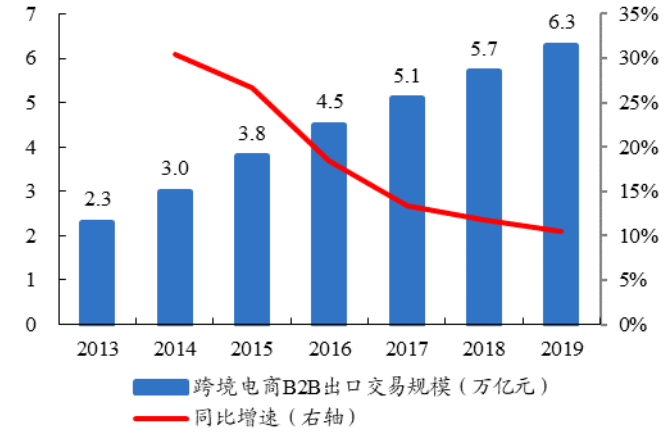
2、 零售观点：海关新增出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行

2.1、 行业观点：海关新增 12 个 B2B 出口试点，B2B 跨境电商踏浪前行

海关总署新增 12 个“跨境电商 B2B 出口”试点，开启规模化“卖全球”贸易新征程。2020 年 9 月 1 日，海关总署在首批 10 个“跨境电商 B2B 出口”试点基础上，正式开启上海、福州、青岛等 12 个海关试点。至此，我国跨境电商 B2B 出口监管试点已扩容至 22 家。此次试点为跨境电商 B2B 出口增列了专门监管方式并增设“9710”、“9810”两个出口监管代码（根据业务类型采用不同的监管方式申报），同时提供了通关便利措施，标志着更多口岸将开启规模化“卖全球”的跨境电商贸易新征程。

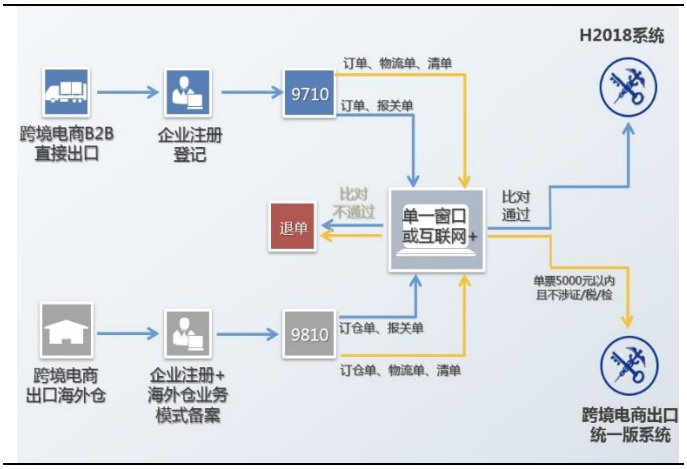
跨境电商出口行业以 B2B 模式为主，包括直接出口和出口海外仓两种模式。通常来说，B2B 跨境电商模式是指境内企业通过跨境物流将货物运送至境外企业或海外仓，并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。近年来随着全球电商渗透率提升，以及我国制造业商品性价比优势凸显，跨境电商出口行业规模持续扩大，2019 年交易规模达 8 万亿元。其中，B2B 模式为跨境电商出口主要方式（2019 年占比为 79%），交易规模从 2013 年的 2.3 万亿元增长至 2019 年的 6.3 万亿元，六年间复合增长率为 18%。根据监管申报方式及流程的不同，B2B 模式可进一步细分为 B2B 直接出口和出口海外仓两种模式。其中，前者是指境内企业通过跨境电商平台与境外企业达成交易后，通过跨境物流将货物直接出口至境外企业，仓储成本相对较低；后者指境内企业先将货物通过跨境物流出口至海外仓，通过跨境电商平台实现交易后从海外仓送达境外购买者，配送时间更短。

图6：2019 年跨境 B2B 出口交易规模已达 6.3 万亿元



数据来源：电子商务数据中心、开源证券研究所

图7：此次试点中跨境 B2B 出口两种模式申报流程不同



资料来源：《中国海关杂志》公众号

B2B 跨境电商直接对接海外终端商家，打通外贸中间环节并解决信息不对称问题。B2B 跨境电商的产业链较短，上游连接供应商（如零售商、品牌商等），下游连接海外终端商家，解决了分销环节繁多和国内外市场信息不对称的痛点。1）在 B2B 跨境电商模式下，供应商跨过外贸商、各级分销商等传统外贸的中间环节直达海外商家，大大节约成本、提升效率，能够以更有竞争力的价格抢占市场。同时，跨境电商平台降低了中小企业对接国际市场的门槛，成为国内供应商和国外商家之间的快速通道。 2）对于国内供应商和国外商家而言，掌握对方市场信息难度较高，且寻找中间商进行外贸交易耗费时间较长、效率较低。而 B2B 平台型跨境电商为其搭建了信息交流的新渠道，解决了二者信息不对称的痛点。

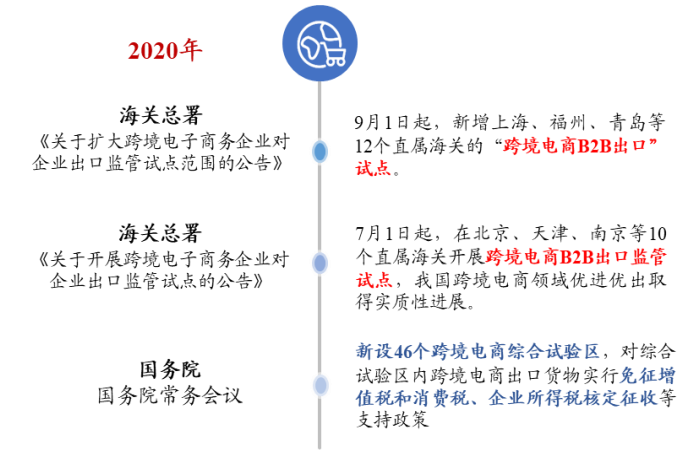
图8：B2B 跨境电商模式省去传统外贸的中间分销环节



资料来源：开源证券研究所

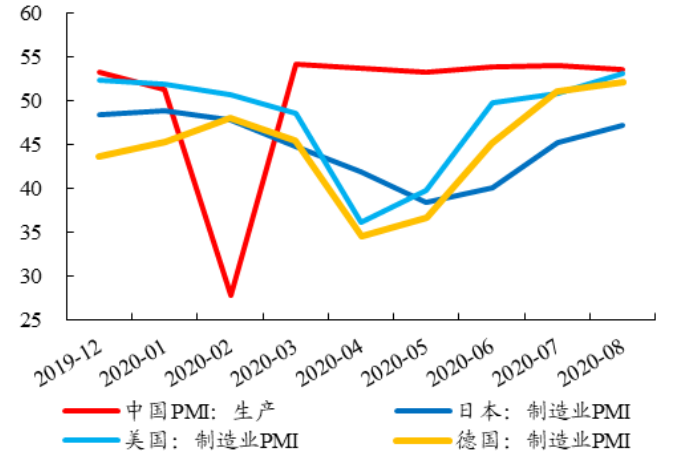
促进政策频出且国内制造业疫情后率先恢复，B2B 跨境电商迎发展良机。为了推动跨境电商发展，近两年相关促进政策陆续出台。在跨境电商综合试验区建设方面：截至 2020 年 4 月，我国已设立 105 个跨境电商综合试验区，基本覆盖全国主要城市。在跨境通关方面：2020 年 7 月起，海关总署在 10 个直属海关开展跨境电商 B2B 出口监管试点。截至 8 月 30 日，首批 10 个试点启动已满两个月，试点海关共验放跨境电商 B2B 出口货物 632 万票，跨境电商优进优出得到实质性进展。9 月 1 日起，新增 12 个 B2B 监管试点，有望进一步推动 B2B 跨境电商规模化发展。此外，需求端亦呈现爆发式增长。新冠疫情刺激消费者购物渠道加速向线上转移，且得益于有效的疫情防控措施，我国制造业已于 3 月迅速回暖，领先海外发达国家 2-3 个月，有效填补了海外市场需求缺口。在需求和政策的共振下，B2B 跨境电商有望充分受益。

图9：目前 B2B 跨境电商已得到多项政策扶持



资料来源：海关总署、国务院、开源证券研究所

图10：相对日本、德国等国家，我国制造业领先回暖

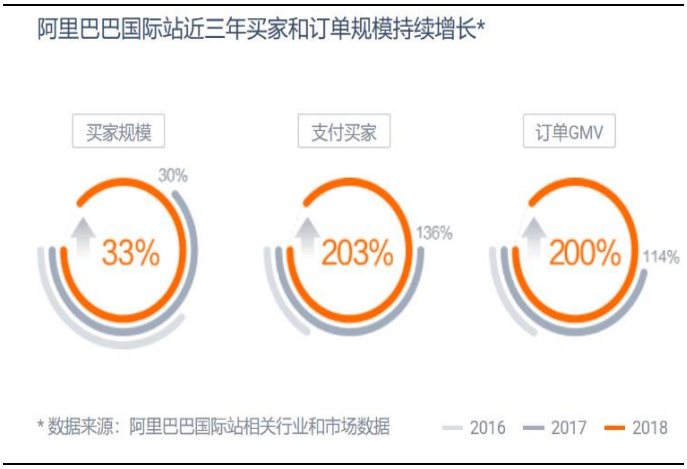


数据来源：Wind、开源证券研究所

目前 B2B 跨境电商行业内大型玩家多为平台型电商，如阿里巴巴国际站、敦煌网和开锣网等。1）阿里巴巴国际站：成立于 1999 年，隶属阿里巴巴（BABA.N）集团，是我国最大的 B2B 跨境电商平台。阿里巴巴国际站精准匹配跨境贸易买卖双方业务需求，提供数字化营销、交易及供应链等服务，目前已覆盖 5900 多个产品类别和全球 200 多个国家和地区。2）敦煌网：创立于 2004 年，打造了集相关服务于一体的全平台、线上化外贸闭环模式，旗下拥有基于 SaaS 的快速建站智能选品分销平台 MyyShop，帮助全球分销者快速建立自有商业体系。目前敦煌网累计注册供应商超 220 万、累计注册买家超 2800 万，采购商遍布全球 222 个国家及地区。3）开锣网：

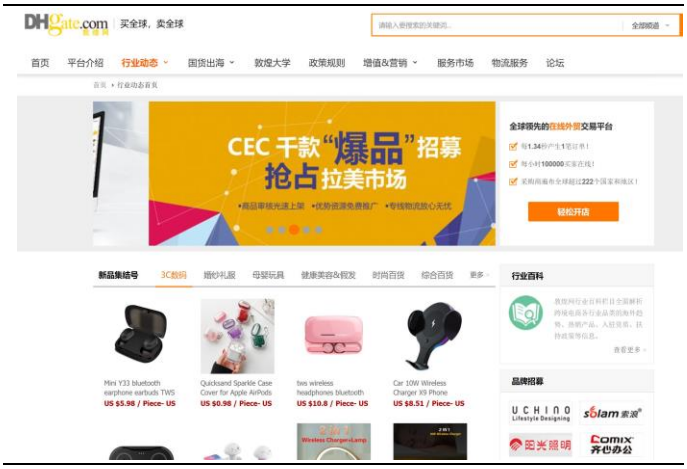
焦点科技（002315.SZ）旗下 B2B 跨境交易电商平台，围绕零售商开展品类分销、商品直发、定制采购三大核心业务，旨在帮助我国供应商以集约化、低成本方式出海。

图11：阿里巴巴国际站买家数和订单数持续增长



资料来源：阿里巴巴国际站官网

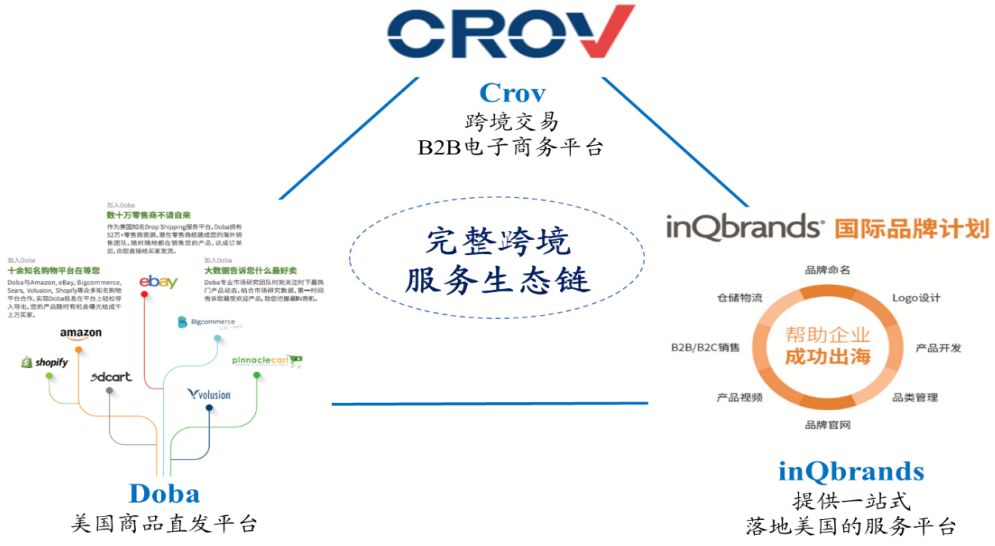
图12：敦煌网专注 B2B 跨境电商赛道



资料来源：敦煌网官网

展望未来，B2B 平台型跨境电商有望向一站式服务平台转型。随着跨境电商业态的不断发展，B2B 平台型电商有望整合传统外贸企业在关检、物流、支付、金融等领域的合作商，从而向一站式服务平台转型升级。1）物流配送方面，平台型电商可与物流公司合作，提供货物运输和仓储服务。例如，阿里巴巴国际站携手菜鸟网络，确保跨境物流主干线路“不掉件”，为中小供应商提供省心、便捷的物流配送服务。2）支付结算方面，头部平台型电商已开通相关金融业务。例如，阿里巴巴国际站推出跨境支付产品，如供应链金融服务等，缓解中小企业资金压力。3）海外营销方面，平台型电商可积淀、聚合海外商家数据，为供应商品牌运营与精准营销赋能。例如，开锣网联合 inQbrands（提供一站式落地美国服务），从品牌策略、产品开发和包装设计等高附加值环节赋能我国中小企业；同时联合 Doba（美国商品直发平台），根据海量市场数据挖掘最受欢迎产品，且凭借超过 52 万的零售商资源帮助供应商销售产品。

图13：开锣网与 inQbrands 和 Doba 两大服务平台共同构成完整跨境服务生态链



资料来源：焦点科技公司官网、开源证券研究所

2.2、 投资建议：关注跨境电商板块，重点推荐吉宏股份

投资主线 1：超市板块继续推荐供应链优势突出的生鲜超市龙头永辉超市、家家悦。我们认为，部分地区洪涝因素可能带动 CPI 尤其是食品类 CPI 上涨，主营必选消费品类的超市业态短期经营业绩具备较强确定性；长期内，行业内食品质量、卫生标准的提高将推动超市对农贸市场替代的确定性进一步强化；其中，拥有强势生鲜供应链的龙头超市在商品供应上更有保障，重点推荐线下渠道稳步扩张的永辉超市、家家悦；建议关注数字化赋能驱动经营效率提升的步步高和兼具区域规模与品牌优势的便利店龙头红旗连锁。

投资主线 2：消费复苏主线建议关注黄金珠宝和化妆品板块。随着疫情趋于缓和及电影等娱乐业态有序开放，消费复苏仍在稳步推进。化妆品方面，短期来看后疫情时代，成分党、舒敏修护、抗衰等成为护肤品领域的热点话题，彩妆细分赛道在持续恢复；长期来看，经过疫情考验，我国消费群体民族自豪感和文化自信进一步提升，国货美妆有望持续受益于国内大循环。而在黄金珠宝方面，7 月社零数据显示，金价上涨带动下，黄金珠宝终端需求已见到明显改善。消费复苏主线建议关注：1）化妆品板块：低线红利、美妆意识觉醒和社媒营销驱动行业保持高景气，国货美妆凭“国潮风+快迭代+下沉市场”优势崛起，受益标的珀莱雅、丸美股份、上海家化、华熙生物等；2）黄金珠宝板块：重点推荐周大生、老凤祥；3）母婴零售板块：重点推荐爱婴室。

投资主线 3：海外疫情驱动需求增长，建议关注跨境电商板块，重点推荐吉宏股份。近年来，海外部分新兴市场国家受益于经济增长与移动互联网红利，电商渠道增长较快，需求旺盛。而政策层面，我国对跨境电商行业的政策支持力度也在逐步加大。市场需求和政策支持共振，推动我国出口跨境电商市场规模 2019 年超过 8 万亿元。2020 年以来，新冠疫情在海外蔓延扩散，进一步加速了海外消费者生活购物行为从线下向线上的转变。而部分优秀跨境电商企业，结合国内丰富制造业产能资源，通过创新销售模式，在疫情背景下有效满足了海外消费者需求，借势实现快速发展。跨境电商板块建议关注第三方精品卖家模式龙头安克创新（受益标的），重点推荐东南亚社交单页电商龙头吉宏股份：公司跨境电商业务采用社交网站单页广告投放的创新模式完成商品销售，模式轻、低库存、盈利质量高，而先发布局带来的海量用户数据沉淀，又进一步构筑电商业务护城河。

表3：重点推荐永辉超市、家家悦、爱婴室、周大生和吉宏股份等

公司代码	公司名称	所属细分行业	核心观点与投资逻辑
601933.SH	永辉超市	超市	2020H1 实现营收 505.2 亿元（+22.7%），归母净利润 18.5 亿元（+35.4%）。公司深化全国布局，线上业务占比快速提升，收回云创股权后实现资源协同，并持续推进基础设施建设巩固经营壁垒，保障未来增长。
603708.SH	家家悦	超市	2020H1 实现营收 92.5 亿元（+27.3%），归母净利润 2.87 亿元（+27.0%）。公司积极推进省内外扩张，保持较快展店速度，同时在强势供应链及经营效率赋能下，前期并购标的扭亏将带来业绩增厚。
603214.SH	爱婴室	专业连锁	2020H1 受疫情影响，收入下降 7.07%，业绩下滑 29.18%。公司专业连锁店模式对母婴消费上下游具备独特渠道价值。随着疫情缓和、客流恢复，公司围绕“品牌+全渠道”加码布局，发挥供应链优势，核心竞争力依然突出。
002251.SZ	步步高	超市	2020H1 实现营收 103.5 亿元（+2.8%），归母净利润 1.66 亿元（-31.8%）。公司战略回归超市主业，关闭亏损门店、聚焦优势区域经营，同时持续推进门店到家与数字化建设，盈利能力有望回升。

公司代码	公司名称	所属细分行业	核心观点与投资逻辑
002697.SZ	红旗连锁	超市	2020H1 实现营收 45.18 亿元（+18%），归母净利润 2.61 亿元（+10%）。 疫情中公司仍然保持较快展店，同时通过轻资产管理输出模式开启川渝外市场扩张；未来，随着品类结构优化带动毛利率持续提升，内生外延带动公司持续成长。
600612.SH	老凤祥	珠宝首饰	2020H1 实现营收 264.9 亿元（-5.8%），归母净利润 7.41 亿元（+0.2%）。 金价上涨刺激加盟商开店及备货需求，公司业绩有望稳健增长，同时公司积极推进国企改革，经营效率有望进一步提升。
002803.SZ	吉宏股份	跨境电商	2020H1 实现营收 19.17 亿元（+37%），归母净利润 2.58 亿元（+74%）；预告 2020 年前三季度实现归母净利润 4.25 亿元-4.60 亿元，同比增长 84%-99%。 公司作为移动互联网时代精准营销“带货人”，跨境社交电商模式在选品、精准买量投放和运营管理方面核心竞争力突出，增长长期可持续。
002867.SZ	周大生	珠宝首饰	2020H1 实现营收 16.7 亿元（-30.0%），归母净利润 3.3 亿元（-30.4%）。 金价上涨及产品结构优化推动公司毛利率提升，同时线上电商渠道快速发展，时尚珠宝新消费场景有望创造新成长空间

资料来源：Wind、开源证券研究所

2.2.1、 吉宏股份：三季报预告延续高增长，拟股权转让激励核心骨干

以精准营销为核心，互联网电商业务已贡献超八成净利润，近年来保持高速增长。公司前身为厦门正奇，主要从事创意设计及广告策划制作业务；2017 年起进军互联网领域：设立厦门吉客印开展 To C 端精准营销业务，立足东南亚地区，以跨境电商为主要业务模式；切入国内 To B 端精准营销，以效果广告服务为主要业务落地。从 2020 年中报数据来看，互联网业务实现营业收入 12.74 亿元（同比+61.24%）和净利润为 2.20 亿元（同比+62.56%），其中营收端占比达到 66%，利润端占比已超过 80%。公司坚持创意本源，深度挖掘移动互联网红利，已逐步发展成为兼具消费品供应链资源、精准营销技术实力和电商销售渠道的综合性互联网公司。

海外疫情推动消费需求向线上转移，跨境电商业务订单效益大幅增长。9 月 4 日晚，公司发布 2020 年前三季度业绩预告：预计实现归母净利润 4.25 亿元-4.60 亿元，同比增长 84%-99%，2020Q3 预计实现归母净利润 1.67 亿-2.02 亿元，同比增长 100%-142%，延续高增长。目前，公司已成为东南亚跨境电商单页营销模式龙头，目标市场电商发展空间广阔。2020 年以来，海外疫情催生宅经济，持续推动消费渠道向线上转移，且用户线上消费习惯在培育后保留程度较高。公司基于社交营销思维的单页电商模式，在供应链选品、精准买量投放和管理方面优势突出，且竞争壁垒将随经验和用户数据沉淀更加深厚。此外，公司近期公告拟打造 SaaS 系统，为跨境电商从业者提供多样化服务，从“掘金者”向“卖水人”转型升级；在国内，公司也发挥自身供应链优势，积极布局“直播+”国内社交电商。

增聘王亚朋为公司董事、副总，实控人拟转让股份激励互联网业务核心高管。公司公告新增跨境电商业务总负责人王亚朋先生为公司董事兼任副总经理，后者作为国内第一批 SEM 管理精英，在互联网海外营销管理方面经验丰富。同时，公司实控人庄浩等拟通过大宗交易形式向互联网及包装业务核心负责人转让不低于 1500 万股股份。我们认为，本次股权转让有利于公司完善人才激励制度、增强内部凝聚力，通过与核心业务团队高管深度绑定，推动公司经营进一步发展。

详见开源零售 2020 年 7 月 6 日首次覆盖报告**《吉宏股份（002803.SZ）：移动互联网时代的精准营销“带货人”》**和 2020 年 9 月 4 日信息更新报告**《吉宏股份（002803.SZ）：三季报预告延续高增长，拟股权转让激励核心骨干》**。

2.2.2、 周大生：疫情影响上半年业绩，线上电商渠道“收之桑榆”

周大生是全国性珠宝首饰龙头，镶嵌类产品占营业收入比重最高。公司 1999 年开出第一家门店，经过 20 余年发展已成为全国门店数量最多（截至 2020 半年报，公司门店数量达 4005 家）的珠宝企业，成长能力优异。公司一直坚持以镶嵌首饰为主力产品、素金首饰为人气产品，与其他珠宝企业形成差异化竞争。公司产品优势突出，“LOVE100”百面切工、“情景风格珠宝”等系列钻石产品在行业内具备较高认知度。2020H1 实现营收 16.7 亿元（-30.0%），归母净利润 3.3 亿元（-30.4%）；其中 Q2 营收 10.0 亿元（-22.9%），归母净利润 2.3 亿元（-18.2%）。

门店拓展受疫情影响有所放缓，线上时尚珠宝有望创造新成长空间。2020H1 公司新开/净开门店 149 家/-6 家，受疫情影响门店拓展有所放缓，报告期末门店总数为 4005 家。值得注意的是，随着疫情缓和及线上爆发，公司 6 月销售收入增速已转正，下半年受益于婚庆需求释放，经营业绩有望继续回暖。另外，从线上产品结构来看，镶嵌类/素金类/其他（银饰为主）分别销售 0.58 亿元（+30%）/2.47 亿元（+2784%）/0.82 亿元（+1783%），平均单价分别为 668 元/748 元/97 元每件。公司线上产品以低单价时尚珠宝为主，消费频率高，配合直播电商等新兴营销方式，实现了更加精准的下沉和消费者触达，有望创造新成长空间。

详见开源零售 2020 年 7 月 19 日首次覆盖报告**《周大生（002867.SZ）：珠宝龙头拥抱直播电商，新渠道新营销驱动新成长》**与 2020 年 8 月 31 日信息更新报告**《周大生（002867.SZ）：疫情影响上半年业绩，线上电商渠道“收之桑榆”》**等。

2.2.3、 永辉超市：生鲜供应链优势显著，线上收入占比快速提升

以生鲜为特色的全国超市龙头，受疫情催化业绩估值有望迎来双击。公司深耕生鲜运营近 20 年，凭借高比例直采模式、强大冷链仓储系统和组织制度优化，在供应链和门店经营效率方面已构筑竞争优势。近年来，公司依托生鲜差异化优势持续推进门店扩张、完成全国布局，规模优势也开始显现。而在传统卖场主业之外，面对社区生鲜等新兴业态竞争挑战，公司以永辉 mini 业态下沉社区并承载到家业务开展，精准卡位社区零售赛道，将有力防御竞争业态对卖场主业的冲击分流。2020H1 实现营收 505.2 亿元（+22.7%），归母净利润 18.5 亿元（+35.4%），扣非净利润 13.9 亿元（+19.9%）；其中 Q2 营收 212.6 亿元（+12.2%），归母净利润 2.9 亿元（+16.6%），扣非净利润 1.0 亿元（-35.8%），业绩符合预期。

收回永辉云创 20%股权，全渠道整合推进到家业务。2020 年 7 月 31 日，公司发布关联交易公告拟以 3.8 亿元收购张轩宁先生持有的永辉云创 20%股权。本次交易完成后，公司将持有永辉云创 46.6%股权成为第一大股东，云创重新并表后，公司将拥有永辉云创的管理权和经营权。根据公司战略规划，2020 年计划实现线上百亿规模销售、新增千万级 APP 注册用户，收购云创将有利于公司整合线上线下资源，降低线上获客成本，加速发展到家业务。

全国布局进一步深化，线上收入占比快速提升。2020H1 公司新开超市门店 31 家，并于 6 月/8 月进入山东、西藏市场，目前已经覆盖 26 个省市，深化全国布局；mini 店收入 14.5 亿元，新开/关闭 mini 店 16 家/88 家，仍处于优化调整阶段。2020H1 线上销售额 45.6 亿元，占收入比重 9.7%（Q1/Q2 占比分别为 7.1%/11.6%，2019 年同期为 3.4%），其中来自永辉生活/京东到家分别为 22.5 亿元/16.2 亿元；7 月底，公司收回云创 20%股权、整合到家业务，目前永辉生活 APP 已覆盖 852 家门店，线上收入占比有望持续提升。此外，公司继续推进供应链、物流、技术中台建设，持续提

升基础设施服务能力。

详见开源零售 2019 年 12 月 27 日首次覆盖报告**《永辉超市（601933.SH）：生鲜超市龙头稳步扩张，“到店到家”巩固主业护城河》**和 2020 年 8 月 29 日信息更新报告**《永辉超市（601933.SH）：二季度业绩符合预期，线上收入占比快速提升》。**

2.2.4、 家家悦：省内外加速整合扩张，持续推进物流供应链建设

胶东地区生鲜超市龙头，省内外加速整合扩张。公司经营生鲜业务多年，依托高直采比例（超过 80%）、完善的物流仓储基地布局和中央厨房等规模化生产中心运作，在供应链等生鲜经营全方面建立了牢固竞争壁垒。公司深耕胶东市场，近年来依托区域内完善布局的仓储物流中心开始在山东省内其他地区加速展店，通过门店合伙人机制也保障了新店的高效运营。此外，公司通过并购方式加速省外扩张，已陆续进入河北、安徽市场，开启全国化布局。2020H1 公司实现营收 92.5 亿元（+27.3%），归母净利润 2.87 亿元（+27.0%）；其中 Q2 营收 39.6 亿元（+14.4%），归母净利润 1.11 亿元（+30.5%），业绩延续高增长。

疫情中保持较快展店速度，持续推进物流供应链建设。2020H1 公司新增门店 67 家（含并购淮北真棒 31 家，2019 年同期为 40 家），其中大卖场/综合超市分别为 17/50 家，疫情中仍保持较快展店，并加快周边省份拓展，相继进入河北、安徽、江苏、内蒙古等市场，开启全国化布局。公司继续推进物流供应链建设，报告期内，烟台、莱芜、张家口等多地物流中心完工并投入使用。此外，7 月份公司计划总投资 10 亿元在淮北市投资建设综合物流园、农产品加工等项目，进一步为公司的跨区域发展战略提供物流支撑。运营方面，4 月份公司上线 SAP 系统，新系统将提高业务流程的标准化程度，提升经营效率。在公司强势供应链及经营效率赋能下，前期并购项目有望逐渐扭亏，增厚业绩同时形成更多据点，从而为未来店铺选址提供操作空间。

详见开源零售 2020 年 1 月 19 日首次覆盖报告**《家家悦（603708.SH）：胶东生鲜超市龙头，内生外延扩张推进全国化布局》和** 2020 年 8 月 27 日信息更新报告**《家家悦（603708.SH）：二季度业绩延续高增长，持续推进物流供应链建设》等**。

2.2.5、 老凤祥：黄金珠宝龙头上半年经营稳健，进一步落实国企改革试点工作

老凤祥为黄金珠宝行业龙头之一，以百年品牌著称，现已构筑全品类矩阵和完整产业链。公司下设“老凤祥”珠宝首饰、“工美”工艺美术、“中华”笔类文教用品三大业务板块。公司具有从源头采购到设计、生产、销售较为完整的产业链和规模化生产制造能力。公司始终坚持自主创新和研发，拥有黄金、珠宝首饰专业加工基地把控上游生产源头；产品上构建珠宝首饰全品类矩阵并向服饰类饰品、旅游纪念品、工艺品、钟表、珐琅和眼镜等产业跨界延伸；下游渠道方面则以加盟经销为主，结合自营银楼建设，轻资产运营灵活扩张的同时严控品牌管理。2020H1 实现营收 264.9 亿元（-5.8%），归母净利润 7.41 亿元（+0.2%）；其中 Q2 营收 120.0 亿元（-8.4%），归母净利润 3.69 亿元（+1.1%），经营保持稳健。

线下展店提速，继续落实国企改革试点工作。2020H1 公司新开/净开门店 151/98 家（2019 年同期净开 68 家），疫情中展店提速，门店总数达到 3991 家，其中国内加盟/国外加盟/直营店分别净增 99/0/-1 家。自年初至 8 月 27 日，伦敦金现价格累计上涨 27%，黄金价格的大幅上涨将刺激加盟商开店及备货需求，有望带动公司业绩持续增长。报告期内，公司选取了三家子公司于 2020 年起进行试点，落实“双百行动”，并于 4 月完成了所有选聘和签约工作。试点工作的完成为公司今后推广实施职业经

理人制度、健全考核激励机制奠定了基础，经营效率有望进一步提升。

详见开源零售 2020 年 6 月 14 日首次覆盖报告**《老凤祥（600612.SH）：黄金珠宝龙头，品类优化+门店扩张驱动长期发展》**与 2020 年 8 月 28 日信息更新报告**《老凤祥（600612.SH）：上半年经营稳健，进一步落实国企改革试点工作》**等。

2.2.6、 步步高：西南双业态零售龙头，二季度业绩改善明显

步步高为西南地区双业态零售龙头。公司 1995 年成立于湖南湘潭，2005 年开始加速拓展省外业务，2008 年 6 月登陆深交所，目前已发展成为一家深耕湖南，以超市和百货为主体，大卖场、家电专业店、城市生活广场等多业态齐头并进的综合性零售渠道商。在经营模式上，超市业务以自营为主、百货业务以联营为主。公司自成立以来，已逐步形成了立足中小城市发展、密集式开店网络布局、多业态组合等经营优势，同时不断推进数字化转型、加速线上线下融合，打造核心竞争力。2020H1 实现营收 103.5 亿元（+2.8%），归母净利润 1.66 亿元（-31.8%）；其中 Q2 营收 48.4 亿元（+8.6%），归母净利润 0.66 亿元（+7.5%），业绩改善明显。

战略重心回归超市板块，疫情中持续推进门店到家与数字化建设。公司战略重心回归超市板块，2020H1 新开超市门店 17 家（湖南省内 7 家、省外 10 家），超市同店销售增长 9.66%、利润增长 22.37%，盈利能力改善明显。百货方面，2020H1 新开 1 家门店，未来主要专注于存量门店经营提效。2020 年 6 月，公司宣布退出亏损的重庆市场，未来聚焦优势区域经营；此外，家电业务与五星电器合作后，将有更多精力专注超市主业。疫情中，公司进一步加快推进门店到家与数字化建设，截至 6 月 30 日，公司到家门店达到 349 家，拥有数字化会员 2081 万（环比 2020Q1 增长 199 万），数字化会员贡献销售占比达 71%，实现线上 GMV 为 33.48 亿元（2019H1 为 7 亿元）。线上线下全渠道运营，将有助于公司实现精准服务、提升客户粘性，在聚客引流的同时实现经营效率的提升。

详见开源零售 2020 年 5 月 23 日首次覆盖报告**《步步高（002251.SZ）：西南双业态零售龙头，战略回归超市主业再起航》**与 2020 年 8 月 26 日信息更新报告**《步步高（002251.SZ）：二季度业绩改善明显，持续推进到家与数字化建设》**等。

2.2.7、 红旗连锁：二季度业绩低于预期，关注轻资产模式异地扩张

川蜀便利店龙头，扩品类+展门店打开成长空间。公司深耕便利店业务近二十年，依托网点密集布局形成的规模优势、高效供应链配送体系以及成熟门店运营管理能力，在经营上筑就了深厚壁垒。近年来，公司通过收购 9010、入股吉百兴引入高毛利率堂食、快餐业务，同时大力发展进口商品业务，推动品类结构不断优化；另一方面，公司通过优化完善红旗云大数据平台提升精准选品能力，并在供应端提高直采比例、降低采购成本。2020 上半年，公司毛利率已达到 30.19%，降本增效成绩显著。此外公司通过自建+并购快速扩张，截至 2020 年 6 月 30 日，门店总数达到 3189 家，2015 年至今先后完成红艳超市、互惠超市和 9010 等收购整合，区域龙头地位稳固。

疫情中仍保持较快展店速度，尝试轻资产管理输出模式开启异地扩展。2020H1 公司新开/净开门店 129/119 家（2019 年同期为 168/141 家），疫情中仍保持较快展店速度，此外部分中小可选消费业态承压有望为公司在选址方面提供更多空间，下半年疫情缓和后，公司门店扩张有望提速。此外，2020 年 6 月公司宣布以信息管理系统使用权、管理团队和模式、供应链平台输出作价 3000 万元，入资兰州国资利民，以输出先进连锁管理模式的方式拓展川渝以外市场，有望进一步提升品牌影响力，打开新

的成长空间。

详见开源零售 2020 年 2 月 28 日首次覆盖报告**《红旗连锁（002697.SZ）：川蜀便利店龙头，扩品类+展门店打开成长空间》**和 2020 年 8 月 17 日信息更新报告**《红旗连锁（002697.SZ）：二季度业绩低于预期，关注轻资产模式异地扩张》**等。

2.2.8、 爱婴室：疫情拖累中报业绩，品牌+全渠道布局未来仍可期

深耕线下零售的母婴消费专家，内外兼修稳步成长。公司深耕母婴零售领域近20年，在专业选品、价格和用户服务体验方面已树立品牌和口碑：行业洞察和专业买手保障产品品质，品牌商资源支持+直采模式构筑价格优势，门店暖心服务增强消费者粘性。上市以来，公司一方面内练经营提效，通过品牌渠道力增强和商品结构优化（自有品牌发展），毛利率已持续提升至 30.15%；另一方面也外展门店宏图，截至 2020 年上半年门店总数达到 287 家，另有已签约待开业门店 19 家，立足华东，逐步渗透深圳、重庆等地区。在巩固线下零售优势基础上，公司重点发展电商渠道、建设自有品牌，优化会员营销（至 2019 年末会员数达到 385 万人，活跃会员销售占比达 87%）打造母婴生态圈。在母婴消费品牌化升级大潮下，公司有望持续受益。

母婴消费需求韧性较强，坚持发展“品牌+全渠道”，静待疫情消退客流回归。2020 年上半年，疫情对公司线下实体门店客流和经营造成较大影响，营收 10.96 亿元(-7.07%)，归母净利润 0.44 亿元(-29.18%)。分产品看，母婴消费需求相对刚性的奶粉/食品/用品类（纸尿裤为代表）分别实现营收 5.48/0.84/2.50 亿元，表现相对稳健；但偏可选消费属性的棉纺、玩具、车床等品类则出现明显下滑。分渠道看，门店销售收入 9.51 亿元（-9.20%）；电商收入 0.59 亿元（+87.91%），公司加码线上营销布局收效明显。未来，公司一方面持续推进商品结构优化、引进中高端国产奶粉品牌，提升毛利率，另一方面在渠道营销上也主动进行门店调整优化，同时积极探索新媒体营销方式，投资 MCN 机构蛙酷文化，借助母婴 KOL 和直播社交平台精准触达更多母婴消费群体。未来随着疫情缓和、客流恢复，公司围绕“品牌+全渠道”多维加码布局，发挥供应链整合优势，核心竞争力依然突出。

详见开源零售 2019 年 11 月 21 日首次覆盖报告**《爱婴室（603214.SH）：母婴连锁零售龙头，内练经营提效，外展门店宏图》**和 2020 年 8 月 17 日信息更新报告**《爱婴室（603214.SH）：疫情拖累中报业绩，品牌+全渠道布局未来仍可期》**等。

表4：本周重点推荐个股爱婴室表现较好

公司代码	公司名称	评级	收盘价（元）	周涨幅(%)	EPS			PE		
					2020E	2021E	2022E	2020E	2021E	2022E
601933.SH	永辉超市	买入	8.94	-1.32%	0.26	0.33	0.42	34	27	21
603708.SH	家家悦	买入	39.70	-10.71%	0.91	1.07	1.25	44	37	32
603214.SH	爱婴室	买入	36.43	4.68%	1.15	1.48	1.89	32	25	19
002697.SZ	红旗连锁	买入	8.53	-5.33%	0.43	0.54	0.64	20	16	13
002251.SZ	步步高	买入	12.37	-6.29%	0.26	0.33	0.45	48	37	28
600612.SH	老凤祥	买入	52.26	-3.93%	2.83	3.30	3.79	18	16	14
002803.SZ	吉宏股份	买入	44.55	-3.99%	1.69	2.29	3.05	26	19	15
002867.SZ	周大生	买入	25.54	1.31%	1.43	1.78	2.11	18	14	12

数据来源：Wind、开源证券研究所（收盘价日期为 2020/09/04）

3、 零售行业动态追踪

3.1、 行业关键词：小众香、社区生鲜、99 划算节、社区团购、直播电商等

【小众香】天猫国际七夕榜单，“小众香”走红

8 月 30 日，天猫国际发布了一份七夕《年轻人最爱的进口小众香水榜单》，英国百年香氛品牌潘海利根的“玫瑰公爵小姐”、法国香氛品牌阿蒂仙之香的“冥府之路”、欧莱雅集团旗下小众香水 Maison Margiela 的“慵懒周末”等 8 款小众香上榜。数据显示，过去半年天猫国际进口香水同比增长 70%，其中“小众香”崛起最快，同比呈 3 位数增长。未来 1 年，天猫国际计划孵化 10 个年成交过千万的进口小众香水品牌。（来源：化妆品观察）

【免税】中服杭州市内免税店盛大开业

8 月 30 日，中服免税杭州市内店正式升级开业，这是中国出国人员服务有限公司继 6 月 18 日郑州市内免税店开业后的又一个重要项目。杭州市内店经营涵盖香水、化妆品、太阳镜、皮具、箱包、服饰、食品、工艺品、家用电器、日化用品等免税商品品类，为广大出境回国的中国籍游客提供丰富的购物选择和优质的购物体验。（来源：免税零售专家）

【小商品城】“义乌中国小商品城”进驻天猫

8 月 31 日，“义乌中国小商品城”已悄然进驻天猫，主营家居类商品，后期还将扩充为涵盖箱包、玩具、服装等 10000 款商品的全品类旗舰店，相当于把“义乌小商品城”搬到了线上。具体运营该店的是当地国资委旗下的“义乌商城集团”，也是当地最大的义乌国际商贸城的经营方。（来源：联商网）

【会员制超市】Costco 华南总部将设在深圳

8 月 31 日，全球第二大零售超市巨头 Costco 与深圳市政府正式签署经济发展合作协议，双方就设立 Costco 华南总部及开设仓储式会员店等开展合作。Costco 华南总部项目涵盖 2 万方大型购物中心、210 米高甲级写字楼、五星级酒店，配建一所 72 班九年一贯制学校和 2 所幼儿园，是整个片区最高端的综合体项目。此外，星河集团与 Costco 正式签署《合作开发深圳龙华项目合作框架协议》。（来源：联商网）

【大润发】大润发首家中型超市“大润发 Super”开业

9 月 1 日，大润发首家中型超市“大润发 Super”在常州开业，该店所在的位置即为原来的大润发首家精品超市“RH Lavia 润辉精超”。大润发 Super 首店的开出，是大润发在试水精品超市、小润发 RT-mini 后，在多渠道多业态发展上的又一次全新尝试。店内提供服务铃、保温手套、放大镜等服务，旨在提供有温度的服务，让顾客在卖场购物的体验感更好。（来源：联商网）

【社区生鲜】社区生鲜便利店“小兔买菜”完成千万美元 A 轮融资

9 月 1 日，社区生鲜便利店“小兔买菜”宣布完成千万美元 A 轮融资，本轮由碧桂园创投和众为资本联合领投，愉悦资本跟投，棕榈资本担任长期独家财务顾问。小兔买菜 CEO 华晟称，本轮资金将主要用于门店扩张、供应链体系升级、零售数字化系统完善等方面。（来源：联商网）

【99 划算节】聚划算升级“99 划算节”，上线百亿流量补贴计划。

9 月 2 日，聚划算宣布，2020 年的“99 划算节”再次全面升级，将通过启动以“百亿流量补贴”为主的“聚风行动”计划，全面赋能品牌商家，加大商家扶持力度。同时，在供需两侧继续关注年轻用户，并通过全年孵化 10000 个新锐品牌扩大增量市场。（来源：亿邦动力网）

【沃尔玛】沃尔玛将推出“沃尔玛+”服务，订阅者可享受无限免费送货等服务

9 月 2 日，沃尔玛宣布将于 9 月 15 日推出新的订阅服务“沃尔玛+”，订阅者可享受无限的免费送货、汽油折扣和无需排队结账的便利。“沃尔玛+”从原先的电商会员项目演变而来，加入了更多货品和福利，如当日送达、沃尔玛应用内无现金结算功能等，还新增了玩具、电子产品等在实体店才能找到的货品。（来源：亿邦动力网）

【社区团购】美团优选推出“千城计划”加码社区团购

9 月 3 日，美团优选宣布推出“千城计划”，预计年底前实现全国覆盖，并逐步下沉至县级市场。美团优选将通过自建+加盟的方式，在全国范围内建立大仓-网格仓-线下服务门店的物流配送体系，同时，在上游对接产地和供货商，引进质优价廉的生鲜食材及日用品，并通过赋能社区便利店、宝妈等团长人群，服务社区居民。（来源：联商网）

【天猫国际】天猫双 11 目标打造超 2000 个百万级新爆品

9 月 3 日，天猫国际总经理刘一曼在 2020 双 11 商家启动会上宣布，2020 年双 11，天猫国际将加速推进“三新”策略，通过进口新趋势打造、内容生态升级、全球正品溯源等举措，持续孵化新品类、引入新品牌、首发新商品，助力海外品牌在双 11 获得新增长。2020 年天猫国际超 2600 个海外新品牌首次参加天猫国际双 11，而 2020 年双 11 的目标是，实现成交过亿、品牌数翻倍，打造超 2000 个百万级新爆品。（来源：联商网）

【直播电商】拼多多 APP 增加独立直播频道

9 月 4 日，改版后的拼多多 APP 底部的第二个 Tab 将由现在的“关注”改为“直播”，用户点击这个 Tab 就可进入一个专门呈现商家直播的广场。商家只要做到封面优质、标题优质、有直播间互动、有粉丝回放就可以获得直播广场浮现权。这意味着多多直播将有一个公域流量入口，解决商家做直播没有流量扶持的问题。（来源：亿邦动力网）

【京东数科】京东数科终止与两家投行的上市辅导协议

9 月 4 日，京东数字科技控股有限公司与中信证券、华菁证券的上市辅导协议终止，但京东数科的上市计划并未停滞，国泰君安证券和五矿证券将继续为京东数科的科创板上市予以辅导。此外，京东集团向京东数科追加投资 17.8 亿元，持股比例由 35.9%增加至 36.8%。京东数科的注册资本由 30.6 亿元增加 58.2%至 48.42 亿元，目前估值为 1978 亿元。（来源：亿邦动力网）

3.2、 公司公告：吉宏股份发布三季报业绩预告等

跨境通：关于股票期权激励计划部分激励权益注销完成的公告

根据公司 8 月 31 日公告，因跨境通宝电子商务股份有限公司第四期、第五期股票期权激励计划部分激励对象离职及授予的股票期权第二个行权期行权条件未达成，公司对 165 名激励对象已获授但未达到行权条件的总计 3949.2 万份股票期权进行注销。

爱婴室：关于股权激励限制性股票回购注销实施公告

根据公司 8 月 31 日公告，因部分激励对象离职及个人绩效考核结果不达标，对当期应解禁而未解除限售的 7.42 万股股票予以回购注销，注销后上海爱婴室商务服务股份有限公司总股本为 1.43 亿股。

美凯龙：关于控股股东非公开发行可交换公司债券补充质押的公告

根据公司 8 月 31 日公告，红星美凯龙家居集团股份有限公司控股股东红星美凯龙控股集团有限公司直接持有公司 27.28 亿股，占公司总股本的 69.87%，本次共质押 5402 万股，占其所持股份的 1.98%，质押后累计质押 12.94 亿股，占其所持股份的 47.43%，占公司总股本的 33.14%。

吉宏股份：关于回购公司股份的进展公告

根据公司 9 月 1 日公告，截至 2020 年 8 月底，厦门吉宏科技股份有限公司通过回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购股份 111 万股，占公司总股本的 0.29%，已支付总金额 1900 万元。

步步高：关于回购公司股份的进展公告

根据公司 9 月 1 日公告，截至 2020 年 8 月底，步步高商业连锁股份有限公司通过回购专用证券账户以集中竞价方式累计回购股份 1815 万股，占公司总股本的 2.1%，已支付总金额 2.4 亿元。

中百集团：关于获得政府补助的公告

根据公司 9 月 1 日公告，中百控股集团股份有限公司及下属子公司八月份共取得政府补助 553 万元，全部计入当期损益。

利群股份：关于回购股份进展的公告

根据公司 9 月 1 日公告，截至 2020 年 8 月底，利群商业集团股份有限公司通过集中竞价方式累计回购股份 2077 万股，占公司总股本的 2.41%，已支付总金额 1.22 亿元。

南极电商：关于 2019 年股票激励计划的公告

根据公司 9 月 3 日公告，本次激励计划拟向激励对象授予 1695 万份股票期权，占南极电商股份有限公司总股本的 0.69%。其中首次授予 1374 万份，占本次激励计划拟授出股票期权总数的 81.07%。

吉宏股份：2020 年前三季度业绩预告

根据公司 9 月 4 日公告，2020 年厦门吉宏科技股份有限公司前三季度预计归属于上市公司股东净利润 4.25 亿元-4.6 亿元，同比增长 83.68%-98.78%；其中，预计第三季度归属于上市公司股东的净利润 1.67 亿元-2.02 亿元，同比增长 100.25%-142.11%。

吉宏股份：关于控股股东减持股份预披露公告

根据公司 9 月 4 日公告，厦门吉宏科技股份有限公司控股股东、实际控制人庄浩女士及一致行动人庄澍先生拟在 6 个月之内通过大宗交易方式向公司互联网和环保包装业务核心负责人合计转让 1500 万股，占公司总股本的 3.96%。

表5：零售公司大事提醒：关注美团点评、小米集团纳入恒生国企指数等

日期	公司名称	重大事项
9 月 7 日	美团点评	纳入重要指数
9 月 7 日	小米集团	纳入重要指数
9 月 7 日	浙商中拓	股东大会召开
9 月 8 日	海宁皮城	股东大会召开
9 月 8 日	六福集团	分红派息
9 月 10 日	爱施德	股东大会召开
9 月 10 日	远大控股	股东大会召开
9 月 11 日	周生生	分红除权
9 月 11 日	美凯龙	股东大会召开
9 月 11 日	新华都	股东大会召开
9 月 11 日	汇鸿集团	股东大会召开
9 月 11 日	江苏国泰	股东大会召开

资料来源：Wind、开源证券研究所

表6：零售行业大事提醒：2020 中国国际时尚零售产业峰会等

日期	主题	重大事项
9 月 8 日	时尚零售	2020 中国国际时尚零售产业峰会
9 月 8 日	互联网经济	GIEC2020 第七届全球互联网经济大会
9 月 12 日	零售创新	2020 中国餐饮+零售创新云峰会
9 月 16 日	智慧零售	第三届中国（厦门）国际智慧零售产业博览会
9 月 17 日	新零售	2020 IEBE 互联网零售新增长解痛峰会（第三届）
9 月 18 日	电商	2020 中国·江苏国际社交新零售博览会
9 月 22 日	生鲜零售	2020（第三届）中国生鲜零售大会
9 月 26 日	直播	2020 中国义乌网络直播与短视频产业博览会
10 月 14 日	新零售	2020 年新零售时代——卖场进化营第一期
11 月 19 日	零售	第二十二届中国零售业博览会

资料来源：亿邦动力网、活动家、开源证券研究所

4、 风险提示

社零消费与宏观经济密切相关，若经济增速持续放缓，零售板块整体也将承压；

部分中小企业现金流压力较大，带来经营风险；

受疫情影响，行业中部分公司门店扩张节奏放缓风险。

特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。
因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

分析师承诺

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及开源证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20%以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%～20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在－5%～＋5%之间波动；
	减持（underperform）	预计相对弱于市场表现 5%以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡（underperform）	预计行业弱于整体市场表现。
备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。		

分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的机构或个人客户（以下简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于机密材料，只有开源证券客户才能参考或使用，如接收人并非开源证券客户，请及时退回并删除。

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。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，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。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。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，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户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。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。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的开源证券网站以外的地址或超级链接，开源证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

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。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。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。

开源证券研究所

上海
地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼10层
邮编：200120
邮箱：research@kysec.cn

深圳
地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层
邮编：518000
邮箱：research@kysec.cn

北京
地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座16层
邮编：100044
邮箱：research@kysec.cn

西安
地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层
邮编：710065
邮箱：research@kysec.cn