叮咚买菜进军南京，加码布局华东

——消费行业日报

❖ 每日点评

2020 年 8 月 20 日，上证综指报收 3363.90 点，跌 1.30%；深证成指收 13320.92 点，跌 1.19%；wind 日常消费行业一级指数收 13900.98 点，跌 1.83%。其中，消费行业涨幅前三的公司为：有友食品（603697，+10.02%）、均瑶健康（605388，+10.01%）、天山生物（300313，+9.98%）。据国家统计局数据显示，7 月社会消费品零售总额同比下降 1.1%，自疫情以来连续 5 个月降幅收窄；1-7 月网上零售额 60785 亿，同比增长 9%；7 月化妆品零售额当月同比 9.2%，较 6 月同比下降幅度达 11.3%；金银珠宝表现亮眼，7 月同比 7.5%，较 6 月提升 14.3%，今年首次实现转正。建议关注投资主线，1、疫情期间线上消费习惯持续加强，布局线上成长迅速，线下布局完善的优秀企业，如休闲零食行业；2、疫情反复、CPI 持续高位，必需消费需求持续受益，重点配置必需消费的超市行业。相关标的：良品铺子、三只松鼠、永辉超市、红旗连锁、家家悦。

❖ 行业要闻

1、 叮咚买菜于 8 月 20 日正式进驻南京，以“叮咚买菜 APP”线上下单+最快 29 分钟送菜到家的模式服务南京用户；叮咚买菜专注于解决用户的买菜难题，采取离用户最近的前置仓模式，为周边 3km 的社区居民解决蔬菜水果、肉禽蛋奶等一日三餐的食材所需，目前已在上海、杭州、苏州、无锡、嘉兴等城市实现了核心城区的基本覆盖，此次进驻南京，叮咚买菜首批将开出 5 个前置仓，并预计于今年 12 月底前在南京玄武区、鼓楼区等区域开设 40 个前置仓。（联商网）

2、 近日，本土咖啡品牌悦咖啡在前门店联合墨宝开出为期一个月的墨宝（熊猫）主题快闪店，在快闪店内，整个店内场景均与墨宝元素相关，店内除了堂食区外还设立出产品展示区和网红主题打卡区。在产品展示区，除了品牌基础款咖啡零售产品外，还有关于墨宝的联名周边产品，包括挂耳咖啡、手提袋、饰品等；同时，在一进店内的右手边，专门为消费者设计出主题拍照区域。创始人王虎表示，悦咖啡根据消费者的喜好需求和当下热点，与不同 IP 进行合作，有助于提升品牌与消费者之间的粘性，此次推出快闪店也希望在消费复苏下，提升消费者到店消费热情，接下来还会推出不同主题的快闪门店。（联商网）

❖ 公司动态

大东方(600327)：公司公布，2020 年 6 月 25 日至 2020 年 8 月 18 日期间，公司通过交易所交易系统以集中竞价方式出售了“百联股份”等部分股票，累计出售成交金额为 34838.67 万元，占公司最近一期经审计净资产(33.74 亿元)

证券研究报告

所属部门	行业公司部
报告类别	行业日报
川财一级行业	消费行业
川财二级行业	商贸零售
报告时间	2020/08/20

分析师

欧阳宇剑

证书编号：S1100517020002

ouyangyujian@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

的 10.33%；公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订的新金融工具准则(以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产)，出售上述股票的投资损益对公司的利润不产生相关影响。

❖ **核心指标**

	累计社会消费品零售总额（亿元）	累计社会消费品零售总额同比增长率（%）	当月社会消费品零售总额（亿元）	当月社会消费品零售总额同比（%）
2019 年 7 月	228282.9	8.3	33073.3	7.6
2019 年 8 月	262179.3	8.2	33896.3	7.5
2019 年 9 月	296674.2	8.2	34494.9	7.8
2019 年 10 月	334778.5	8.1	38104.0	7.2
2019 年 11 月	372872.3	8.0	38093.8	8.0
2019 年 12 月	411640.0	8.0	38776.0	8.0
2020 年 1 月				
2020 年 2 月	52129.8	-20.5		-20.5
2020 年 3 月	78579.7	-19.0	26449.0	-15.8
2020 年 4 月	106758.0	-16.2	28178.0	-7.5
2020 年 5 月	138730.3	-13.5	31972.8	-2.8
2020 年 6 月	172256.2	-11.4	33525.9	-1.8
2020 年 7 月	204459.0	-9.9	32203.0	-1.1

❖ **风险提示：**经济恢复低于预期；疫情持续时间超预期。

❖ **最新研究**

【川财研究】食品饮料行业：7 月线上数据分析专题—线上白酒延续量价齐升态势，贵州茅台稳居第一（20200809）

【川财研究】今世缘(603369)2020 年中报点评：20Q2 恢复增长态势，全年业绩目标达成确定性高(20200808）

【川财研究】贵州茅台(600519)2020 年中报点评：直营渠道持续放量，全年 10%增长确定性高(20200728）

【川财研究】水井坊(600779)2020 年中报点评：20Q2 控货致业绩承压，下半年轻装再出发(20200728）

【川财研究】广州酒家(603043)近期跟踪：速冻产销旺盛，预计月饼需求提升(20200728）

【川财研究】啤酒行业系列深度（三）：历史复盘，啤酒行业高端化路径探究之产品篇（20200723）

【川财研究】桃李面包（603866）：短保行业领导者，领先优势持续扩大（20200717）

【川财研究】2020 年食品饮料行业中期策略：消费逐渐恢复，集中度提升与消费行为改变为主线（20200630）

【川财研究】新乳业（002946）：“鲜战略”下的区域性城市乳企领导者（20200630）

【川财研究】啤酒行业系列深度（二）：历史复盘，啤酒行业高端化路径探究之渠道篇（20200628）

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

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（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协议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，必要时应就法律、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的范围内，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，需在允许的范围内使用，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