物美发力双渠道，麦德龙+多点 MAX 赋能双 B

商贸零售周报丨2020 年 6 月 29 日

研究部

黄天天
tthuang@cebm.com.cn

王晓璇
xxwang@cebm.com.cn

报告摘要

本周行情回顾：本周商贸零售板块报收 3698.04 点，下跌 1.87%，跑输上证综指（本周上涨 0.40%）2.27 个百分点，板块表现在 28 个一级行业中位居第 25 位。各细分板块中，专业连锁、超市等板块本周表现靠前，年初至今仍属超市板块表现最好。个股方面，本周南极电商（+6.9%）、家家悦（+6.6%）、王府井（+6.0%）等涨幅靠前。

一周行业重要新闻：

【美妆数据】据欧特欧国际咨询公司统计，近一年（2019 年 06 月-2020 年 05 月），全网个护化妆类产品热销 3301.67 亿元，零售量 61.15 亿件，成交均价为 54 元。其中，B2C 业务零售额占比 68.6%，C2C 业务占比 31.4%。渠道分布上，综合电商平台零售额占比 92.1%，垂直电商、社交电商和其他电商零售额占比分别为 2.2%、2.5%和 3.2%。在品牌交易规模排行中，完美日记以 0.9%的零售额占比列第 7 位，同时，其 1.03%的零售量占力压巴黎欧莱雅，位列榜单第 1。

重点公司公告：

【珀莱雅】公司发布调整 2018 年限制性股票激励计划中 2020 年公司层面业绩考核指标的公告，拟将激励计划中 2020 的营业收入考核目标，由同比 2017 年增长率不低于 132.61%调减为不低于 110.22%，对应同比 2019 年增长率不低于 32.78%调减为不低于 20.00%，净利润考核目标不变。

【上海家化】上海家化发布 CS 渠道 2020 年战略规划，并启动了 CS 渠道云商城。家化旗下典萃、高夫、启初、片仔癀、芳芯(femfresh)、碧缇丝（Batiste）等 CS 渠道品牌同步发布了今年的新品。未来，家化将通过“一店一云店”的形式，依托家化云商城体系，实现多入口会员体系赋能，并通过安全私域流量运营，实现线下线上的无缝对接。

关于莫尼塔研究

莫尼塔研究是财新集团旗下的独立研究公司。

自 2005 年成立伊始，莫尼塔研究一直为全球大型投资机构及各类企业提供资本市场投资策略，信息数据以及产业相关的研究服务。

我们的客户包括国内外大型资产管理公司，保险公司，私募基金及各类企业。

2015 年莫尼塔研究加入财新集团，成为中国最具影响力的财经媒体集团+顶级智库的一员。

www.caixininsight.com

目录

一、一周行情回顾 3
二、一周行业新闻 4
四、重点公司公告 6

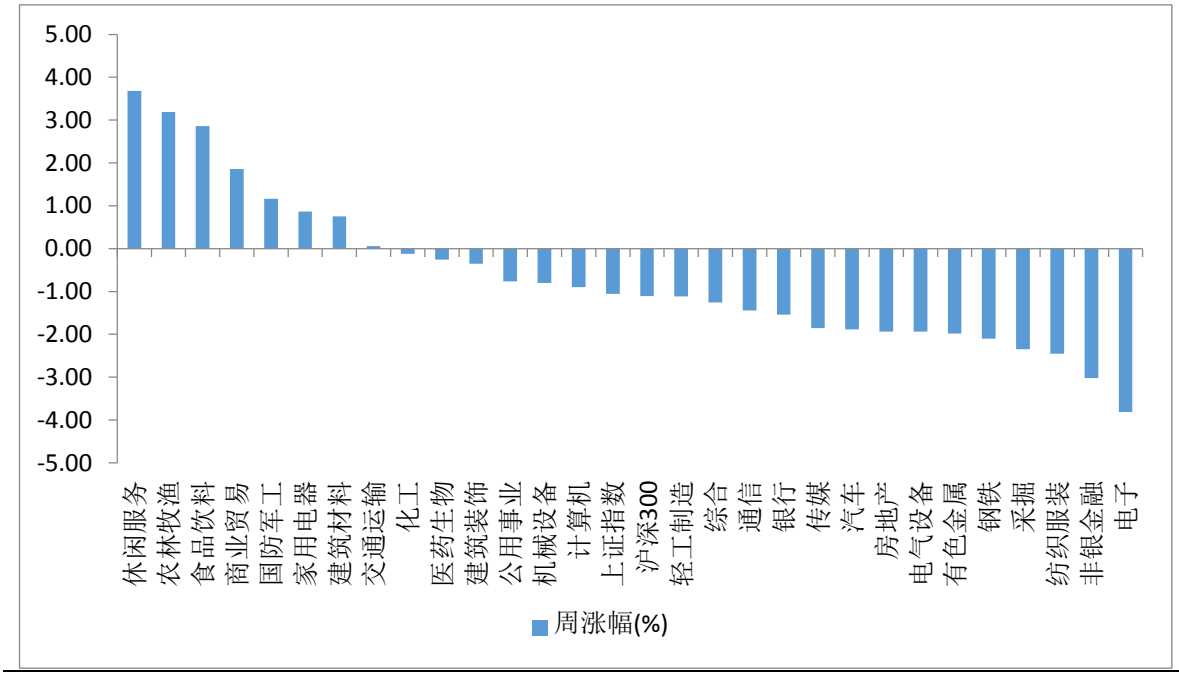
图表目录

图表 1：各行业相对沪深 300 涨跌幅情况表现 3
图表 2：商业贸易行业周涨幅前五个股（%） 3
图表 3：商业贸易行业周跌幅前五个股（%） 3

一、一周行情回顾

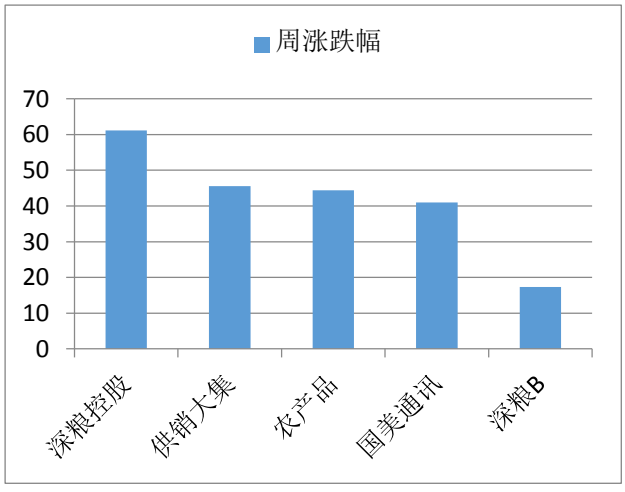
本周商贸零售板块报收 3768.60 点，上涨 3.51%，跑赢上证综指（本周上涨 1.64%）1.87 个百分点，板块表现在 28 个一级行业中位居第 7 位。各细分板块中，多业态零售、超市和百货等板块本周表现靠前，年初至今仍属超市板块表现最好。个股方面，本周百联股份（+43.2%）、汇嘉时代（+16.5%）、天音控股（+13.7%）等涨幅靠前。

图表 1：各行业相对沪深 300 涨跌幅情况表现



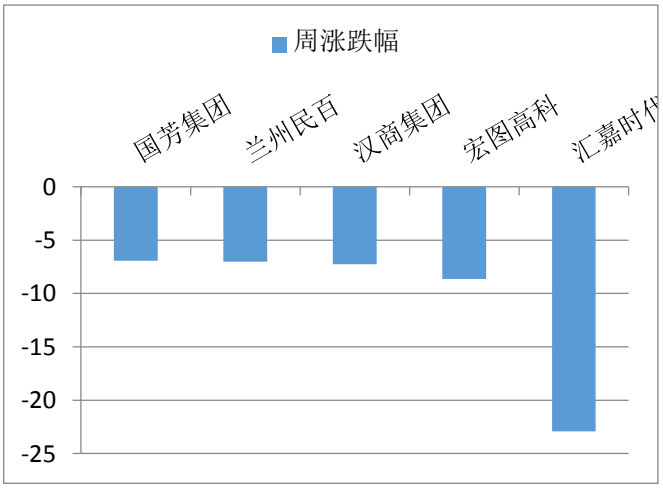
来源：Wind，莫尼塔研究

图表 2：商业贸易行业周涨幅前五个股（%）



来源：Wind，莫尼塔研究

图表 3：商业贸易行业周跌幅前五个股（%）



来源：Wind，莫尼塔研究

二、一周行业新闻

【行业动态】完美日记全网年销量超巴黎欧莱雅位居美妆榜首

据欧特欧国际咨询公司统计，近一年（2019 年 06 月-2020 年 05 月），全网个护化妆类产品热销 3301.67 亿元，零售量 61.15 亿件，成交均价为 54 元。其中，B2C 业务零售额占比 68.6%，C2C 业务占比 31.4%。渠道分布上，综合电商平台零售额占比 92.1%，垂直电商、社交电商和其他电商零售额占比分别为 2.2%、2.5%和 3.2%。在品牌交易规模排行中，完美日记以 0.9%的零售额占比列第 7 位，同时，其 1.03%的零售量占力压巴黎欧莱雅，位列榜单第 1。（来源：化妆品报）

【微信】微信开放 MCN 入驻

近日，微信发布《微信内容服务商开放入驻公告》，该公告介绍，微信筹备上线了内容服务（MCN）专区，该专区支持内容类代运营服务。这也是微信首次公开邀约 MCN 机构入驻，意味着微信商业化在服务端又进了一步。（来源：Tech 星球）

【QQ】QQ 上线“购物直播”功能，618 开卖公仔、土特产、潮鞋等

近日，腾讯 QQ 正式上线“购物直播”功能，并在 618 开启“鹅要赶集”、“鹅要上天”、“鹅要助农”等专场直播活动。同时， QQ 以线上、线下同步赶集的形式邀请用户体验新的购物氛围，将同步开设腾讯专场、潮鞋专场和零食专场。（来源：36 氪）

【快手&京东】快手联合京东推出“双百亿补贴”

6 月 15 日，快手联合京东共同发起“双百亿补贴”计划。在京东原有“百亿补贴”基础上，快手将针对重点品类额外补贴，实现“双百亿补贴”。6 月 16 日当天，快手准备了 10 万台 iPhone11、10 万台 Apple iPad、2 万瓶 53 度茅台等“双百亿补贴”商品。快手电商代言人张雨绮将与百位快手主播共同带货“双百亿补贴”商品。此后快手还将上线“百亿补贴”专属频道，实现“双百亿补贴”常态化运营。（来源：36 氪）

【行业数据】5 月化妆品类零售总额 270 亿元，同比大增 12.9%

6 月 15 日，国家统计局发布了最新数据，数据显示，5 月份，我国社会消费品零售总额 31973 亿元，同比下降 2.8%（扣除价格因素实际下降 3.7%，以下除特殊说明外均为名义增长），降幅比上月收窄 4.7 个百分点。1 月至 5 月，社会消费品零售总额 138730 亿元，同比名义下降 13.5%。其中，化妆品类成为为数不多实现增长的类目。5 月份，化妆品类零售总额达 270 亿元，同比增长 12.9%。但由于受到疫情影响，1 月至 5 月的化妆品零售总额仍然同比下滑 4.9%，总额为 1149 亿元。（来源：化妆品报）

【微盟】微盟 616 直播带货节，GMV 破亿

6 月 16 日微盟直播带货大会吸引超过 360 万人次观看，GMV 破亿，产品覆盖服装、美妆、鞋履、3C 等多品类，邀请了李诞、王建国、思文、呼兰等知名脱口秀演员，此次直播带货大会首创“脱口秀+品

牌连麦”新玩法，通过微盟直播主会场连麦多家直播分会场的“1+N”模式，品牌直播间实现了流量共享。（来源：亿欧）

【直播电商】联合阿里/京东等 6 大平台，人民日报重拳出击直播电商

6 月 16 日，人民日报新媒体联合阿里巴巴、京东、拼多多、抖音、快手、斗鱼等知名平台共建直播投诉平台，用于收集关于直播电商的各类投诉。该投诉平台会把投诉信息分发到所属电商机构或主播机构，并监督投诉信息的处理进度，并及时将处理结果反馈给消费者，打造直播电商消费者权益保护的闭环。（来源：化妆品报）

【上海家化】上海家化“CS 渠道云商城”靴子落地

6 月 17 日，上海家化发布 CS 渠道 2020 年战略规划，并启动了 CS 渠道云商城。会上，家化旗下典萃、高夫、启初、片仔癀、芳芯(femfresh)、碧缇丝（Batiste）等 CS 渠道品牌同步发布了今年的新品。未来，家化将通过“一店一云店”的形式，依托家化云商城体系，实现多入口会员体系赋能，并通过安全私域流量运营，实现线下线上的无缝对接。（来源：化妆品报）

【行业标准】国内首部直播电商行业规范标准将于 7 月正式发布

6 月 17 日，“直播电商行业治理论坛”在杭州举行。论坛上，浙江省网商协会发布了《直播电子商务服务规范（征求意见稿）》，这也是全国首个直播电商行业规范标准。该标准从直播电商生态圈和产业链的视野出发，依据直播电商的不同参与角色，分别确立了从主体资格、亮证亮照、商家和主播入驻审核、规则建立、直播监控、违规处置以及消费者权益保障等全流程的规范体系。根据程序标准将于 7 月份正式发布。（来源：浙江新闻）

【莎莎】2020 财年营业额暴跌 29.9%，莎莎经营状况承压

6 月 18 日，莎莎国际控股有限公司发布了其截至 2020 年 3 月 31 日的全年业绩公告。数据显示，截至今年 3 月底的 2020 财年，莎莎持续经营业务营业额下跌 29.9%至 57.17 亿港元（约合 52.2 亿元人民币）。香港及澳门特区的零售及批发销售额下降 33.2%至 47.39 亿港元（约合 43.27 亿元）。年内亏损 5.16 亿港元（约合 4.71 亿元），而去年同期则录得利润 4.71 亿港元（约合 4.3 亿元）。撇除采纳香港会计准则第 36 号所确认的零售店铺资产减值拨备 2.71 亿港元及终止新加坡零售业务的亏损 0.41 亿港元，莎莎于本财年的亏损为 2.05 亿港元（约合 1.87 亿元）。（来源：化妆品报）

【步步高】步步高成为茅台酒直销渠道商，门店将开售飞天茅台

6 月 18 日，贵州茅台酒 2020 直销渠道签约仪式在茅台国际大酒店举行，此次签约的直销渠道商有 16 家区域 KA 卖场。其中，“西南零售龙头”步步高集团成为茅台酒区域 KA 卖场直销渠道商之一。不久后，消费者将能在近 400 家的步步高超市实体卖场门店、步步高 better 购小程序等步步高集团自有渠道购买到价格和品质都最具优势的飞天茅台酒。（来源：步步高集团）

【京东】港股发行首日上涨 3.54%，京东战略聚焦供应链

6 月 18 日，京东港交所上市仪式上，京东第一次对外展示了今年 618 数据大屏，从 6 月 1 日 0 点到 6 月 18 日下午两点，累计下单金额达到 2392 亿，远远超过了去年 618 大促 18 天 2015 亿元的纪录。京东港股发行首日收盘 234 港元，上涨 3.54%，当日成交额也创下 70 亿港元，与腾讯（0700.HK）共同成为当日港股主板的两大主力。根据京东招股说明书，募资将用于以供应链为基础的关键技术创新以进一步提升客户体验及提高运营效率。（来源：亿邦动力）

【物美】物美发力双渠道，麦德龙+多点 MAX 赋能双 B

6 月 19 日，物美集团表示，多点极致（多点 Max）作为物美商业批发配送品牌，将继续为小 B 客户提供产地直采服务。而物美旗下麦德龙的采购业务也将继续为大 B 客户提供强有力的后勤保障。物美集团新闻发言人表示，物美将采用“大 B+小 B”的“双 B 模式”为 B 端商家提供采购服务，解决特殊时期中小商家采购难的问题。（来源：零售世界杂志）

【618 数据】618 美妆个护全网卖了 434.72 亿，完美日记夺美妆销冠

6 月 19 日，星图数据发布的 2020 年 618 购物节报告显示，美妆类目不管是在全网还是在各平台上，都表现得相当抢眼。该报告信息显示，6 月 1 日-18 日，美妆个护以全网 434.72 亿元的总成交额位列各品类榜第三名。其中，美妆品类在全网总成交额为 82.58 亿元，完美日记跻身美妆品类全网销量 TOP1，另外四席由 YSL、兰蔻、花西子和阿玛尼占领。（来源：化妆品观察）

四、重点公司公告

【珀莱雅】公司发布调整 2018 年限制性股票激励计划中 2020 年公司层面业绩考核指标的公告，拟将激励计划中 2020 的营业收入考核目标，由同比 2017 年增长率不低于 132.61%调减为不低于 110.22%，对应同比 2019 年增长率不低于 32.78%调减为不低于 20.00%，净利润考核目标不变。

【云集】云集 Q1 财报：GMV 增至 70 亿，连续两季度盈利

会员电商平台云集（NASDAQ:YJ）发布了 2020 年第一季度未经审计的财务报告。GMV 增至 70 亿元人民币（合 10 亿美元），调整后的净盈利为 2610 万元人民币，已经连续两个季度实现了盈利。

【如涵控股】如涵控股 Q4 营收 2.282 亿元，同比下降 4%

如涵控股发布 2019 年第四季度及全年财报。数据显示，如涵控股 Q4 营收 2.282 亿元，同比下降 4%；净亏损 2640 万元，同比收窄 6%。如涵控股 2019 年全年净营收为 12.959 亿元，同比增长 19%；净亏损 9250 万元。

免责声明

本研究报告中所提供的信息仅供参考。报告根据国际和行业通行的准则，以合法渠道获得这些信息，尽可能保证可靠、准确和完整，但并不保证报告所述信息的准确性和完整性。本报告不对外公开发布，只有接收客户才可以使用，且对于接收客户而言具有相关保密义务。

本报告不能作为投资研究决策的依据，报告中的信息或所表达观点不构成所涉证券买卖的出价或询价，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证，无论是否已经明示或者暗示。客户不应以本报告取代其独立判断或仅根据本报告做出决策。

本报告发送给某客户是基于该客户被认为有能力独立评估投资风险、独立行使投资决策并独立承担相应风险。本公司不对因使用本报告的内容而引致的损失承担任何责任，除非法律法规有明确规定。本报告的内容、观点或建议并未考虑个别客户的特定状况，不应被视为对特定客户关于特定证券或金融工具的投资建议。本报告旨在发送给特定客户及其它专业人士，未经本公司事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用，否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、刊登、转载和引用者承担。

本报告所载观点并不代表本公司，或任何其附属或联营公司的立场，且报告所载资料、意见及推测仅反映研究人员于发出本报告当日的判断，可随时更改且不予通告，本公司可能发表其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。

上海

地址：上海市浦东新区花园石桥路66号东亚银行大厦7楼702室。邮编：200120

北京

地址：北京市东城区东长安街1号东方广场E1座18层1803室。邮编：100738

纽约

Address：110 Wall St., New York, NY 10005, United States

业务咨询：sales.list@cebm.com.cn