



电商行业深度研究：21Q3 业绩前瞻：哪些公司线上表现或成亮点



行业观点

九月电商淡季，出行需求拉动户外运动品类增长

电商淡季，整体电商消费环比回落。9月天猫 GMV 增速-6.9%，京东 GMV 增速 12.6%，拼多多 GMV 增速 50.5%。

户外运动高景气，品类线上同比增速 48%。节假日周边游火热，本地和周边游占国庆长假出游订单近六成。露营及垂钓品类需求旺盛，消费者自卖自用相关产品，周边游需求频次有望提升。

黄金珠宝线上景气度回落，主要由于去年高基数叠加节假日导致今年部分消费行为转移至线下。剔除去年高基数影响，两年复合线上增速为 35%。

十月消费重点关注国庆及双十一电商大促对消费的提振

线下消费：国庆期间出行略逊，餐饮略强于去年。分省份看出行情况，长线旅行目的地海南、四川、甘肃和周边旅行目的地江浙沪、天津等地出行热度高。

线上消费：电商大促或成为“消费升级”的消费场①大促 GMV 增长弱化，预计今年关注点将聚焦直播电商及新品牌孵化，天猫新品策略预计将诞生超过 100 款销售过亿新品，1000 多款销售过千万新品以及 8000 多款销售过百万新品。②社区团购渠道以低价优势切入，电商大促或成为消费者“消费升级”的消费场，大促虹吸效应对品牌货的影响或更加明显。

21Q3 业绩前瞻：哪些公司线上表现或成为亮点

业绩增长型：线上渗透率持续提升带来新增量。此类公司业绩基本面较稳，21Q3 线上保持高增速或推动业绩持续增长。关注大家电深化渠道改革的公司海尔智家、老板、美的；啤酒中线上高增速的公司华润、珠江、燕京；纺织服装中户外品牌牧高迪；黄金珠宝品类的周大生。

渠道线上化型：此类公司线上销售额同比增速近三年逐年提升。线上渗透率提升过程中，或存在对原有渠道的蚕食，是否能触达更多增量用户或提升运营效率仍有待验证。渠道线上化趋势明显的公司在食品加工、酒类、家用电器几个行业更为突出。

风险提示

终端需求疲软，消费复苏不及预期；宏观经济不景气；行业竞争加剧，数据统计结果与实际情况偏差风险等。

关键词：古采 至今

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27646

