



# 2021Q2 互联网电商业绩总结： 加大新业务投资 利润阶段性 承压



本期投资提示：

线上消费高基数下强劲复苏，电商渗透率持续提升。2021年1—6月社零售总额 211,904 亿元，同比增长 23.2%，两年平均增速为 4.4%，整体消费延续了稳步复苏的态势。同期全国网上零售额 61,133 亿元，同比+23.2%，实物商品网上零售额 50,263 亿元，同比+18.7%。电商渗透率达到 23.7%，环比+1.1pct。同时，二次季度全国快递业务量累计 274.6 亿件，同比+28.6%，快递均价持续下降，同比-11.8%至 9.40 元。

持续渗透下沉市场，电商平台用户稳步攀升。2021Q2 网上零售总额达 3.30 万亿元，同比增长 12.64%，农村网络零售额达 1.22 万亿元，同比增长 14.32%，下沉市场推动了网购规模持续扩大。流量增长瓶颈的背景下，“性价比”成为电商挖掘新流量的主流策略，不同平台根据自身平台优势资源、制定下沉市场的发展定位，如阿里推出主打“低价+品类”

的淘特，京东推出“特价+多场景触达”的京喜，拼多多天生具备下沉市场属性的“社交+拼团”模式，以及美团探索社区电商的美团优选，不同平台都在差异化布局下沉市场电商平台生态。

社区电商行业加速洗牌出清，平台加大履约供应链投入。社区电商初期，各平台依靠补贴以及小程序的社交裂变迅速实现用户流量积累，但随着补贴退烧、监管加强以及夏季高温天气，各平台的流量规模已逐步趋于稳定。同时行业加速洗牌，部分腰部企业出局，流量向头部平台汇拢。美团优选、多多买菜等头部玩家已基本实现全国地级市全覆盖，营收和单量

齐升。目前各头部平台均加大了履约和供应链的投入，并针对高温天气在冷链基础设施环节重点投入，加速履约仓配模式迭代。

主流电商业绩保持强劲增长，加大新业务投入利润端短期承压。21Q2 头部电商用户规模仍在持续攀升，拼多多、阿里巴巴、美团和京东活跃用户规模达到 8.50 亿/8.28 亿/6.28 亿/5.32 亿人，环比净增长 2610/1700/5910/3210 万人，单季营收增速高达 89%/34%/77%/26%，高基数下依然保持强劲。同时各平台续加码新业务投入，短期内利润水平有所降低。

2021 年电商行业展望及投资建议。21Q2 电商总体保持较高增长，品类出现结构性分化，部分平台用户红利边际下降。电商平台加大新业务、新渠道投入，不断完善平台生态，利润阶段性承压。我们认为：电商渗透仍有进一步提升空间，电商通过下沉市场渗透、垂直领域延伸，打造更完善生态体系增加用户心智。同时电商平台通过供应链以及履约投资有望实现更多社会价值。在监管常态下，竞争将更加公平有序，有助于行业长期健康发展。

推荐优质龙头企业：阿里巴巴、京东、拼多多、美团。

风险提示：行业竞争加剧、市场监管趋严、新业务投资不及预期。

关键词：冷链 阿里巴巴

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\\_34798](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34798)

