



零售行业直击电商之十七： 社区电商迈入新阶段



社区电商：满足下沉市场到家需求线下业态和线上 B2C 平台、以及一二线到家平台等业态均发展完善的格局下，社区电商仍能爆发，其核心是满足了新诞生的巨大需求场景：下沉市场价格敏感度较高用户的到家需求。社区电商客群主要集中于三四线城市的 25-40 岁女性为主，一方面是出于工作或者需要照顾家庭的状态，时间较紧张，存在蔬菜水果及日用品到家的需求，另一方面三四线客群难以支付半小时到家的较高费用，需要新模式来降低费用。社区电商通过预售+限定 SKU+集中配送到站点的相对集成的配送方式，将配送成本大幅降低，减少了家庭到超市或菜场的时间，从而能够以高效率的方式满足低线市场的到家需求。

核心变化：用户拓展到复购率提升

社区电商企业经历过去一年多时间快速拓展市场，截至目前部分平台基于经营和资金问题已经战略性的退出或收缩业务，而处于发展中的头部企业当前市场覆盖也已经达到较高水平，未来的战略重心逐渐从市场拓展到提高用户粘性，提高消费者的购买频次和客单价。从近期社区电商企业的战略调整来看，类似于多多买菜、京喜拼拼、兴盛优选以及淘菜菜等平台均开始强调聚焦、优化商品供应链、提高服务品质等措施，其中淘菜菜借助阿里体系内已有的供应链、物流资源及流量支持，实现丰富的商品供给，更高效的配送效率，以及更高品质且价格更有优势的生鲜供应，从而能够在较快的时间内做到日均单量达 1300 万件，目前已经仅次于美团优选、多多买菜，订单量排名进入行业第三。

衍生影响：持续发展下的品牌格局

随社区电商逐渐进入理性发展阶段，其将作为居民生活中重要的渠道组成，且其主要布局于下沉市场，或对于原有下沉市场的渠道体系带来影响，对应的或将对想下沉市场的品牌企业经营形成影响，其中乳制品由于功能性识别相对较难且对于安全性要求较高，整个行业的品牌集中度相对较高，对应的主要社区电商平台上版面布局排名较靠前的还是以头部大品牌为主；休闲零食以味道好为最重要的决策因素，在社区电商平台存在更多定位个性化需求的小众零食品牌布局排名较靠前，如果产品质量和整体产品宣传能够同时保障的情况下，或存在借助社区电商流量崛起的可能。

当前观点：精选成长龙头，关注低估值边际改善机会短期建议从低估值边际改善维度，重点关注：1) CPI 潜在上行且客流逐渐恢复助力的超市企业：红旗连锁、家家悦、永辉超市；2) 明年资本开支降低且客流逐步恢复的百货龙头：鄂武商、天虹股份等。中长期建议把握细分景气领域中具有较强实力的龙头企业，重点推荐：1) 具有一定品牌基础且市场开拓能力较强的低估值黄金珠宝龙头周大生和老凤祥；2) 产品迭代能力较强且渠道布局基础较好的化妆品及医美龙头爱美客、贝泰妮、上海家化和珀莱雅；3) 具有新渠道和新品类开拓能力保持稳增长的代运营龙头壹网壹创；4) 具有较强品牌力基础并形成高效多品类开拓中台能力的跨境电商龙头安克创新。

风险提示

1、新技术或需求出现带来新的渠道影响；

2、资本投入继续加大带来行业企业间竞争加剧。

关键词：物流 跨境电商 黄金

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_35740

