



可选消费行业年度策略：聚焦创新与变革 掘金新消费



2022 年零售保持分化行情，关注变革中诞生的新机遇在总量平稳、疫情反复、贸易摩擦背景下，我国供给端不断寻求变革、推陈出新。展望 2022 年，我们预计零售行业将继续呈分化行情。建议关注三条相对景气赛道，并前瞻指出赛道发展机遇点与不确定性：1) 珠宝行业：建议关注快速展店、不断产品创新的珠宝龙头，推荐周大生、老凤祥，同时建议关注龙头培育钻石布局动态；2) 跨境电商：竞争加剧、运营成本增长背景下，建议关注具备品牌、供应链、产品优势的领先出海企业，推荐安克创新；3) 代运营：流量快速变迁，新渠道、新品牌涌现，具备跨平台、跨品类运营能力的龙头有望受益，推荐壹网壹创。

培育钻石处于珠宝行业风口，供需共振进入快速发展阶段得益于培育钻石技术的快速发展，全球培育钻石的产量快速提升、成本不断下降，已有包括戴比尔斯在内的国际珠宝集团布局培育钻石品牌。从供应链看，我国在培育钻石的生产上处于世界领先地位（主要以高温高压法为主），但零售端尚未跑出知名的国产品牌。伴随消费者对培育钻石的认知提升、行业组织加强行业规范化，我们认为培育钻石在我国有较大的成长空间，发展机遇将由生产端向零售端逐步传递。

跨境电商相对景气，但原料、物流价格上涨拖累盈利能力据海关总署，2021 年 1-9 月，我国跨境电商进出口单量同比增长 20.1%。

得益于欧美消费需求旺盛、海外订单转移、以及欧美供给修复慢，我国跨境出口电商短期仍保持相对景气。但一方面我们观察到跨境电商卖家

加速进入行业，竞争已明显加剧；另一方面海外渠道布局模式也产生深度变革，亚马逊封禁违规刷评卖家，加速出清不规范经营企业，我们认为行业正加速进入洗牌阶段。

代运营受益于渠道变革，新渠道、新品牌需求支撑行业 β 短视频 app 自 20Q2 开始取代即时通信成为日均使用时长最多的 APP，且优势不断扩大。短视频 APP 引领的直播电商生态欣欣向荣，据网经社《2021 年(上)中国直播电商市场数据报告》，2021 年我国直播电商市场规模预计达 2.35 万亿元。伴随直播电商生态成熟，运营日益精细化，传统品牌与创新品牌不断有代运营需求释放。同时，我国二手经济也迎来发展红利期，二手电商中 C2B2C 电商也将释放代运营需求。

行业维持分化行情，优选景气赛道、领先龙头

珠宝行业：建议关注保持较快展店、积极产品创新的黄金珠宝龙头，推荐周大生、老凤祥，同时建议关注领先品牌布局培育钻石动态；跨境电商：保持相对景气，但竞争加剧、行业加速优胜劣态，推荐坚守长期主义、持续产品创新的精选型跨境出口电商龙头安克创新；代运营：渠道变革，直播电商保持快速发展，持续释放代运营需求，推荐拓品类、拓平台、拓业务的领先代运营服务商壹网壹创。

风险提示：疫情控制不力、宏观经济增长不及预期、贸易摩擦加剧。

关键词: 物流 疫情 直播 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_29475

