



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

# 平台企业座谈会召开，支持平台经济健康持续发展

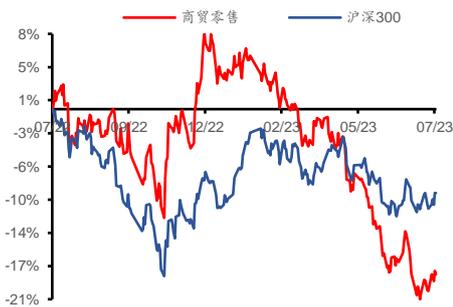
——行业周报（20230710-0714）

## 增持（维持）

行业： 商贸零售  
日期： 2023年07月16日

分析师： 彭毅  
Tel: 021-53686136  
E-mail: pengyi@shzq.com  
SAC 编号: S0870521100001  
分析师： 张洪乐  
Tel: 021-53686159  
E-mail: zhanghongle@shzq.com  
SAC 编号: S0870523040004

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《关注近期披露中报业绩预增公告的超预期标的》

——2023 年 07 月 08 日

《关注业绩稳健增长的低估值标的》

——2023 年 07 月 01 日

《“618”综合电商发展趋缓，直播电商增速较快》

——2023 年 06 月 24 日

### ■ 周度核心观点：

#### 电商：

平台经济政策持续释放积极信号，支持平台经济健康持续发展。2023 年 7 月 12 日中共中央政治局常委、国务院总理李强主持召开平台企业座谈会，听取对更好促进平台经济规范健康持续发展的意见建议。美团、小红书、阿里云、抖音等企业负责人在座谈会上发言，拼多多、京东等企业负责人提交书面发言。总理李强在会上指出，平台经济为扩大需求提供了新空间，为创新发展提供了新引擎，为就业创业提供了新渠道，为公共服务提供了新支撑，在发展全局中的地位和作用日益突显；鼓励广大平台企业赋能实体经济发展，通过优化发展消费互联网平台进一步激发内需潜力，通过大力发展工业互联网平台有效带动中小企业联动创新；此外各级政府应着力营造公平竞争的市场环境，完善投资准入、新技术新业务安全评估等政策，健全透明、可预期的常态化监管制度，降低企业合规经营成本，促进行业良性发展，建立健全与平台企业的常态化沟通交流机制，推动平台经济规范健康持续发展。2023 年以来支持平台经济健康发展也成为各地政府“重头戏”，政策边际转暖或将有效提振市场对行业发展的信心，同时促进行业规范健康有序发展、竞争格局趋于良性及多元化、各电商平台聚焦主业，未来有望进一步迎来估值修复。建议关注：阿里巴巴、京东集团、美团、拼多多、唯品会；焦点科技、返利科技、值得买、新华都。

#### 传统零售：

关注中报业绩超预期的标的。小商品城预计 23H1 实现归母净利润与上年同期相比，将增加 7.33 亿元到 7.94 亿元，同比增加 60%到 65%。公司看点如下，1) 23H1 市场景气度显著提升，根据义乌海关发布的最近一期相关数据，义乌市 1-5 月进出口总值 2173.6 亿元，同比增长 18.7%；2) 公司持续迭代线上平台功能，强化数字贸易服务能力，主营业务毛利率有效提升。23H1chinagoods 平台 GMV320 亿元，同比增长 210.83%；3) 公司自有支付品牌“义支付 Yiwu Pay”自 2023 年 2 月 21 日正式上线以来，实现跨境人民币业务服务客户数 1.1 万余户，跨境清算资金超人民币 6 亿元。永辉超市 23H1 净利润实现扭亏为盈，预计 23H1 归母净利润 3.9 亿元，与上年同期归母净利润-1.1 亿元相比增加 5.0 亿元，公司积极推动门店调优、关闭部分长期亏损门店，推

进数字化，内部通过考核及宣导实现降本增效。我们认为 2023 年各项促消费政策进一步显效发力，新消费模式不断拓展，消费回升态势有望持续，或将带动经济整体好转。建议关注：永辉超市、家家悦、红旗连锁、高鑫零售、孩子王。

#### 黄金珠宝：

黄金珠宝是今年以来销售增长以及景气度最高的细分行业，行业整体消费复苏优于预期，需求补释放+金价上行+黄金新工艺驱动共同催化，关注中报业绩超预期个股。周大福 FY2024Q1 单季度零售值同比增长 29.4%，其中中国内地零售值同比增长 25.2%，港澳及其他市场同比增长 64.0%。FY2024Q1 内地及港澳地区同店销售均呈现上升趋势，黄金品类拉动明显，主要随着内地防疫措施转变，内地及港澳地区均受益于人员流动及零售活动持续复苏。菜百股份 23H1 预计实现归母净利润 3.8 亿元到 4.3 亿元，同比增长 52.90%到 73.01%（追溯调整后），公司业绩预增的原因主要系受经济复苏和消费需求释放影响，消费者购买黄金珠宝产品的意愿增强，公司整体销售情况向好，以及公司积极拓展营销网络，门店数量较同期有所增加，实现销售增量所致。豫园股份预计 23H1 实现归母净利润 218,000 万元到 225,000 万元之间，同比增加 189%到 198%之间，业绩预增主要系公司珠宝时尚等核心业务持续增长以及“产业运营+产业投资”的双轮驱动战略密切相关，23H1 公司核心珠宝时尚业务通过优化市场布局和品类升级，营业渠道持续扩张，产品竞争力和市场占有率不断提升，珠宝时尚业绩实现超预期增长。老庙的古韵金系列 23Q1 销售超过 30 亿元，同比增幅达到 72.47%，我们预计中报销售表现优异。黄金珠宝板块在 520、母亲节、618、端午节等节日催化下，送礼等消费需求释放，我们认为行业景气度仍可延续，建议关注积极拓店与产品工艺较强的头部品牌商。建议关注：周大生、老凤祥、潮宏基。

#### ■ 本周行情回顾：

本周（2023.07.10-2023.07.14），商贸零售（中信）指数上涨 0.97%，跑输沪深 300 指数 0.95pct，本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 13 位，商贸零售板块涨幅排名靠前的子行业分别为综合业态、家电 3C 和珠宝首饰及钟表。

#### ■ 行业动态跟踪：

**传统零售：**深圳商超零售首启无人机配送天虹携手美团从而 15 分钟“万物到家”；2022 中国商业零售百强销售规模同比下降 4.2%；商务部等 13 部门全面推动城市一刻钟便民生活圈建设；第四届“五五购物节”上海日均网络零售额达 47.7 亿元，同比增长 16.6%；宜家上海静安城市店年底关停且上年已关闭 2 家店。

**电商：**TikTok 在英国开设快闪店展示平台所销售的商品和品牌；盒马

上海供应链营运中心正式全面投产；拼多多打通办公社交 App “Whalek”；3 月以来近 3000 家浙江中小外贸企业涌入阿里巴巴国际站；支付宝今日起开启境外小程序管控；美团“五五购物节”期间生活服务消费订单量同比增 36%，且美团开始灰度测试直播一级入口；赛维时代在创业板上市，总市值超百亿；京东千亿级言犀大模型计划在 2024 年上半年开放能力，且京东推出物流大模型应用。

**黄金珠宝：**我国 6 月黄金储备约 2113.48 吨，实现八连增。

#### ■ 投资建议：

**维持商贸零售行业“增持”评级。**

**投资主线一：**建议关注以零售为王，重履约效率，倡“以实助实”，以供应链优势高筑护城河的京东集团；国内电商基本盘稳健，全球化战略持续推进的阿里巴巴；盈利持续改善，重农长线发展，积极布局出海的拼多多；本地生活龙头地位稳固，新零售业务打开第三增长曲线的美团；聚焦品牌特卖的折扣电商龙头唯品会。

**投资主线二：**建议关注短期基本面边际改善的超市龙头，具有生鲜供应链壁垒与规模经济优势的永辉超市；加速省外突破进行全国化布局的家家悦；践行密度经济的区域便利店龙头红旗连锁；估值水平偏低且完善生鲜供应链与线上布局的高鑫零售；深耕单客经济，致力于建立本地生活母婴生态的孩子王。

**投资主线三：**建议关注疫后复苏弹性较大的黄金珠宝龙头，全渠道布局，加速拓店的周大生；百年黄金品牌且经营稳健的老凤祥；产品渠道共同发展的时尚珠宝品牌潮宏基。

#### ■ 风险提示：

经济复苏不及预期；政策趋严；行业竞争加剧；门店扩张不及预期；新业态转型不及预期

## 目 录

<b>1 本周行情回顾</b> .....	<b>5</b>
1.1 板块行情.....	5
1.2 个股行情.....	6
<b>2 行业动态跟踪及大事提醒</b> .....	<b>7</b>
2.1 行业要闻回顾.....	7
2.2 行业资本动态.....	13
2.3 上市公司动态跟踪.....	14
2.4 下周大事提醒.....	15
<b>3 风险提示</b> .....	<b>15</b>

### 图

图 1: 本周主要指数涨跌幅.....	5
图 2: 今年以来主要指数涨跌幅.....	5
图 3: 本周中信一级行业指数区间涨跌幅对比.....	5
图 4: 本周零售子板块涨跌幅.....	6
图 5: 今年以来零售子板块涨跌幅.....	6

### 表

表 1: 本周零售行业涨幅前五名个股.....	6
表 2: 本周零售行业跌幅前五名个股.....	6
表 3: 本周商贸零售上市公司重点公告.....	14
表 4: 下周大事提醒.....	15

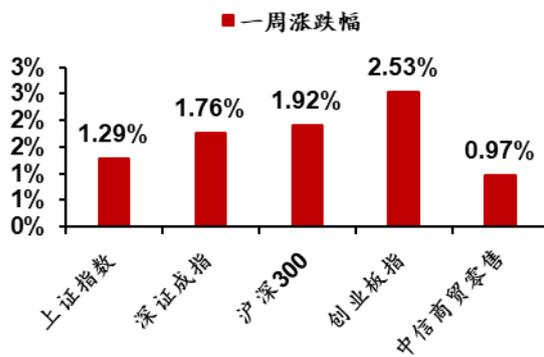
## 1 本周行情回顾

### 1.1 板块行情

本周（2023.07.10-2023.07.14），商贸零售（中信）指数上涨 0.97%，跑输沪深 300 指数 0.95pct。年初至今，商贸零售板块下跌 4.82%，跑输沪深 300 指数 5.53pct。

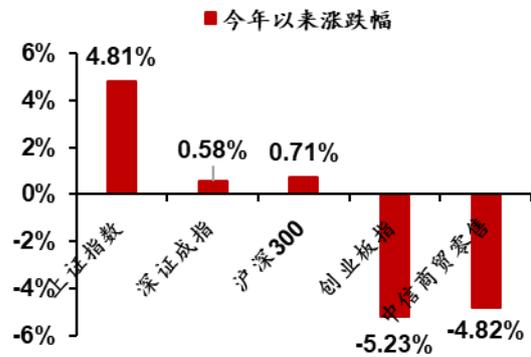
本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 13 位，其中 24 个行业上涨，石油石化（+3.33%）、食品饮料（+3.02%）、传媒（+2.83%）领涨。

图 1：本周主要指数涨跌幅



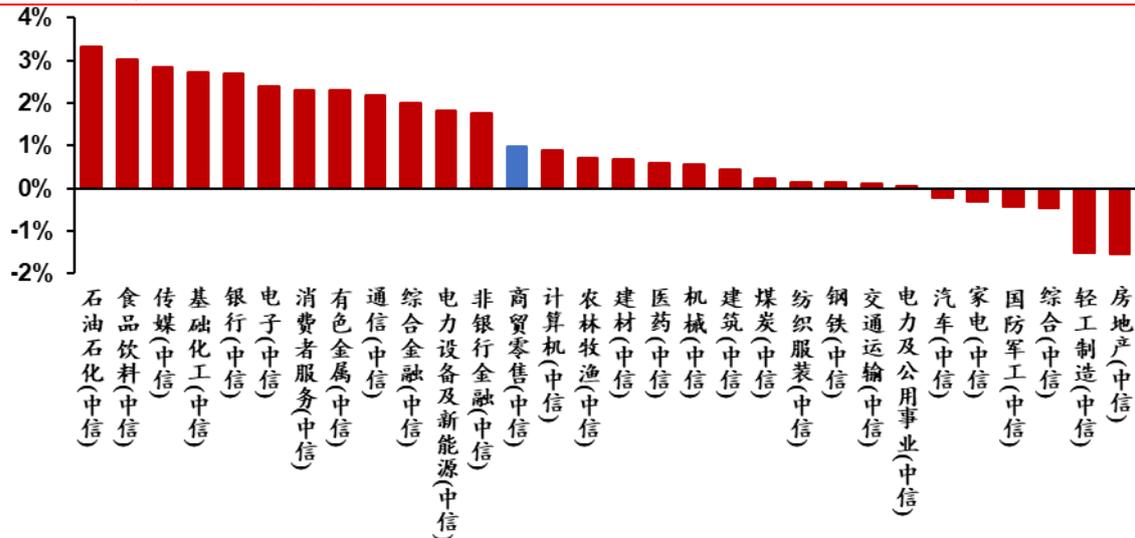
资料来源：Wind，上海证券研究所

图 2：今年以来主要指数涨跌幅



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 3：本周中信一级行业指数区间涨跌幅对比



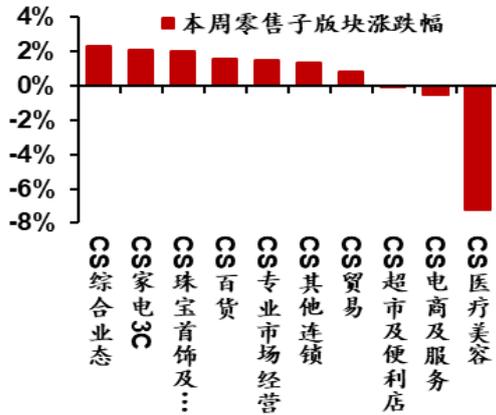
资料来源：Wind，上海证券研究所

商贸零售板块子行业表现：本周涨幅排名靠前的子行业分别为综合业态、家电 3C 和珠宝首饰及钟表，涨幅分别为 2.30%、

请务必阅读尾页重要声明

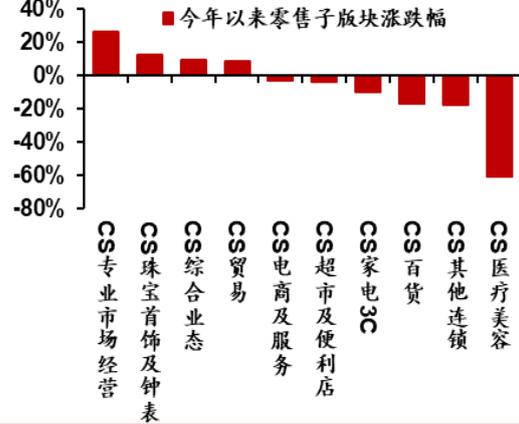
2.10%和 2.02%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别为专业市场经营、珠宝首饰及钟表和综合业态，涨幅分别为 26.77%、12.34%和 9.77%。

图 4：本周零售子板块涨跌幅



资料来源：Wind，上海证券研究所

图 5：今年以来零售子板块涨跌幅



资料来源：Wind，上海证券研究所

## 1.2 个股行情

商贸零售行业重点公司市场表现：本周，商贸零售行业的主要 116 家上市公司中，74 家公司上涨，31 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：丽尚国潮 (+14.4%)、合肥百货 (+9.2%)、中央商场 (+9.2%)；跌幅较大的个股为：健之佳 (-6.5%)、潮宏基 (-5.9%)、鄂武商 A (-5.3%)。

表 1：本周零售行业涨幅前五名个股

涨幅 TOP5	证券代码	证券简称	区间涨跌幅 (%)	最新市值 (亿元)
1	600738.SH	丽尚国潮	14.4	45
2	000417.SZ	合肥百货	9.2	41
3	600280.SH	中央商场	9.2	32
4	600778.SH	友好集团	7.8	23
5	002721.SZ	金一文化	7.6	37

资料来源：Wind，上海证券研究所

表 2：本周零售行业跌幅前五名个股

跌幅 TOP5	证券代码	证券简称	区间涨跌幅 (%)	最新市值 (亿元)
1	605266.SH	健之佳	-6.5	74
2	002345.SZ	潮宏基	-5.9	61
3	000501.SZ	鄂武商 A	-5.3	72
4	002740.SZ	爱迪尔	-4.6	13
5	600306.SH	*ST 商城	-4.6	18

资料来源：Wind，上海证券研究所

## 2 行业动态跟踪及大事提醒

### 2.1 行业要闻回顾

#### 1. 传统零售动态跟踪

**【深圳商超零售首启无人机配送天虹携手美团，15分钟“万物到家”】**在配送业务的探索上，早在2022年1月，天虹就在深圳坪山推出了无人车配送服务，同年8月正式接入美团无人机送餐服务。同时，依托天虹APP/小程序，天虹大力推进极速达、次日达、全国配等多个配送业务。此次天虹超百零售的商品支持上线无人机配送，亦是深圳商超零售业态依托科技变革，在营运效率上的新探索。据了解，自2022年8月天虹与美团开启战略合作，双方就无人机配送服务达成一致，目前已经开通基于天虹龙华购物中心为起点，北站壹号、鸿荣源天俊、融创智汇大厦、HBC汇隆中心为终点的四条无人机配送航线，为周边3公里居民提供15分钟万物到家服务。未来，双方还将共同完善无人机配送生态，探索更多业务可能性。（2023-07-11，新浪财经）

**【2022中国商业零售百强销售规模同比下降4.2%】**中国商业零售百强企业销售规模增速低于社会消费品零售总额增速。2022年我国经济发展遇到疫情等国内外多重超预期因素冲击，终端消费也直接受到冲击。根据中国商业联合会和中华全国商业信息中心的统计数据，2022年中国商业零售百强企业（以下简称百强企业）的销售规模为3.3万亿元，同比下降了4.2%（按可比口径计算），与社会消费品零售总额增速相比，百强企业增速低于社会消费品零售总额增速4.0个百分点。从销售规模分布来看，超过1000亿元销售规模的企业有5家，销售规模同比下降4.2%。超过500亿元的企业有8家，销售规模同比下降2.6%。在100亿到500亿元之间的有39家企业，销售规模同比下降3.9%。销售规模100亿元以下的企业有48家，销售规模同比下降8.2%。从集中度来看，前三家企业的销售规模合计为1.3万亿元，占百强企业总销售规模的比重为39.4%。前十家企业的销售规模合计为1.9万亿元，占百强企业总销售规模的比重为58.8%。前二十家企业的销售规模合计为2.4万亿元，占百强企业总销售规模的比重为72.1%。（2023-07-11，联商网）

**【商务部等 13 部门：全面推动城市一刻钟便民生活圈建设】**商务部等 13 部门研究制定的《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划》对外发布。其中提出，按照“十四五”时期每年选取试点、打造“百城千圈”的总体目标，到 2025 年，在全国有条件的地级以上城市全面推开，推动多种类型的一刻钟便民生活圈建设，形成一批便民生活圈，服务水平进一步提升，对恢复和扩大消费的支撑作用更加明显，居民综合满意度达到 90% 以上。计划提出五方面实施重点，包括系统谋划设计，优化社区商业布局；改善消费条件，丰富居民消费业态；创新消费场景，增强多元消费体验；推动技术赋能，提升智慧便捷水平；促进就业创业，提高社区居民收入。（2023-07-12，CCFA）

**【第四届“五五购物节”上海日均网络零售额同比增长 16.6%】**第四届上海“五五购物节”成绩单日前出炉。据消费市场大数据实验室（上海）监测，上海全市线下消费日均 71.3 亿元，较去年购物节同期增长 16.2%。上海全市网络零售额日均 47.7 亿元，较去年购物节同期增长 16.6%。美团上海生活服务消费指数（基期为 2021 年）日均为 129.7%，较去年购物节同期上升 29.6 个百分点。本届购物节首月上海社零占全国社零的比重达到 4.14%，超过首届购物节（4.04%）和第三届购物节（3.85%），与第二届购物节持平。作为全国首创，“五五购物节”带动了消费复苏，今年前 5 个月，上海市社会零售总额同比增长 27.5%。（2023-07-13，上海商务）

**【宜家上海静安城市店年底关停，上年已关闭 2 家店】**宜家中国发布消息，经过对宜家在上海市场总体布局以及静安城市店的长期可行性的全面评估后，宜家决定结束静安城市店的试点，并计划于今年年底停止运营。宜家方面表示，为了确保宜家能够在快速变化的零售环境中，以灵活并富有韧性的方式调整自身，我们计划于今年年底停止上海静安城市店的运营。宜家静安城市店的试验完成并不意味着其将停止在上海和中国市场的新探索，面对深刻且快速变化的动态市场，零售行业需要在日常运营中不断复盘和灵活调整，以更高的效能响应顾客需求。而将借鉴其经验，更好地规划和继续部署更贴近顾客需求的新举措。（2023-07-13，联商网）

## 2. 电商行业动态跟踪

**【TikTok 在英国开设快闪店展示平台所销售的商品和品牌】**

TikTok 在伦敦开设了第一家快闪店，该店于 2023 年 6 月 30 日至 7 月 6 日开业，位于伦敦牛津街，借此在现实世界中展示 TikTok 平台上销售的各种商品和品牌。据官方信息，作为活动的一部分，有 TikTok 商家和内容创作者在该快闪店内进行相应的直播。TikTok 将新推出的快闪店视为平台商业产品的核心元素，其目的是鼓励品牌和商家被进一步的发现，且用户在不需要离开平台的情况下，就能获取到相应的产品。（2023-07-10，亿邦动力）

**【盒马上海供应链运营中心正式全面投产】**阿里巴巴集团旗下新零售平台盒马宣布，位于上海浦东新区的供应链运营中心 7 月正式全面投产。该项目集农产品及生鲜自动化加工中心、成品食材研发、半成品冷冻储藏、中央厨房及冷链物流配送中心于一体，总建筑面积约 10.35 万 m<sup>2</sup>，当中包括自动化立体冷库及双层冷库，冷库容量达约 47.9 万立方米，另外生产加工及中央厨房达约 3.6 万 m<sup>2</sup>。是盒马至今面积最大、科技含量最高、投资金额最大的单一项目，业务覆盖华东区域。盒马供应链项目负责人郝京彬透露，上海基地为盒马至今面积最大及投资金额最高的项目，透过“系统上云”可控制从仓储、生产至配送发货的全流程，服务上海逾 100 间门店，并覆盖至南京、苏州、杭州、合肥等整个华东地区。（2023-07-10，联商网）

**【拼多多 Tenu 强化海外生态建设，打通办公社交 App “Whalek”】**继 TEMU 出海后，拼多多又在海外推出了办公社交应用“Whalek”（鲸鱼），目前 TEMU 商家已经开始使用这款 App 进行社交聊天和商务办公。“Whalek”目前已经上架海外 Apple Store，例如美区和日区。这款 App 显示由 TEMU 开发，分类办公社交，定位“面向企业的沟通协作工具”。（2023-07-10，新浪财经）

**【2022 年中国商业零售企业百强公布京东居首】**根据中国商业联合会和中华全国商业信息中心的统计数据，2022 年中国商业零售百强企业的销售规模为 3.3 万亿元，同比下降了 4.2%。其中，京东以突出的销售表现荣登榜首，而大商集团、苏宁易购、沃尔玛中国和居然之家排名第二至第五位。（2023-07-11，搜狐新闻）

**【淘宝天猫拟放开会员运营机制：所有商家均可 0 门槛开通】** 2023 年 7 月开始，商家已经可以 0 门槛直接开通会员运营。商家后台信息显示，三步操作即可开启会员运营权限，同时，新开通商家还享有 0 元入会能力，升级进阶后还会持续加码开放详情入会、猜你喜欢入会能力。不少新开通商家表示，这一变化让会员运营更简单、更便捷。（2023-07-11，电商报）

**【快手本地生活推出首个服务品牌“信任购”】** 快手本地生活推出首个服务品牌“信任购”，包括“随时可退”、“过期自动退”、“极速退款”、“免预约”、“周末节假日通用”等五大服务权益。用户可在直播间、短视频、货架等下单全链路看到带有“信任购”标识的商品，由此降低决策成本，提升消费体验。当商品符合权益考核和经营指标考核时，系统会自动点亮信任购标签。其中，通用权益规定，商家需要同时满足“随时可退”、“过期自动退”、“免预约”、“周末节假日通用”、“极速退款”五项服务权益。商家还需要满足经营指标的考核，包括体验数据要求和经营行为要求两方面。体验数据要求商家差评率小于 24%；商品差评率小于 10%；商责退款率小于等于 12.5%。经营行为要求商家在近 30 天无描述与到店体验不符、商品/服务不符合市场标准的违规记录；近 30 天无不当核销、主观原因不接待的违规记录。（2023-07-11，联商网）

**【腾讯旗下电商产品“QQ 小店”将自 7 月 15 日期停止运营】** 根据官方消息，腾讯旗下电商产品“QQ 小店”将自 7 月 15 日期停止运营，实测发现目前该平台已关闭了新用户注册入口。（2023-07-11，界面新闻）

**【支付宝今日起开启境外小程序管控】** 支付宝小程序团队日前发布《关于支付宝开放平台境外小程序管控通知》（以下简称《通知》），要求境外小程序（指处理用户个人信息的服务器在中国境外）中涉及处理用户个人信息的，在绑定产品功能包、版本上架审核前，均需完善针对小程序运营主体的安全评估，并签署相应合作协议。具体来看，系统将自动识别小程序处理用户个人信息的服务器所在地，如果在中国境外（含：香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区），则需要个人信息使用安全评估，并签署《个人信息出境-合作协议》；请使用主账号登录开放平台，进入小程序，在小程序信息--基础设置--用户隐私信息使用评估菜单中，进行安全评估及签署《个

人信息出境-合作协议》。《通知》还显示，支付宝开放平台将于 2023 年 7 月 12 日开启境外小程序管控。（2023-07-12，亿邦动力）

**【美团“五五购物节”期间生活服务消费订单量同比增 36%】**  
2023 国际消费季暨第四届上海“五五购物节”落下帷幕。7 月 12 日，第四届“五五购物节”总结新闻通气会举行，邀请参加活动的企业一道，共商上海消费提振。作为平台企业代表，美团参加此次通气会，分享助力消费提振的有益经验。美团副总裁毛方透露，今年“五五购物节”期间，上海地区通过美团平台交易的生活服务消费订单量相比 2021 年增长 36%，呈现出节假日消费创新高、“万物到家”消费热、线下消费复苏势头良好、夜间消费潜力释放、高品质商户供给丰富等特点。（2023-07-12，上海证券报）

**【京东物流采用整列高铁快运动车组列车 服务覆盖川滇 40 城】**  
试点列车主要承运生鲜食品、商务急件、生物医药、电子产品等高时效、高货值货物，最大装载重量可达 55 吨以上。此线路单向总里程 1127 公里，跨越云南、四川两省，稳定、高效的物流运输服务可覆盖约 40 个城市。京东物流深度参与利用整列动车组开展高铁快运批量运输试点工作，以每日两班的固定频率持续进行货物运输，在四川、云南多个核心城市将实现稳定的次日达时效和更大的运能，更好满足了两地的货物需求。未来，京东物流还将进一步围绕高铁运输，构建与京东物流“亚洲一号”智能产业园、中心仓、卫星仓和分拣中心等物流基础设施相辅相成，仓储、转运、配送等各环节高度协同的一体化供应链物流网络，助力企业、行业降本增效与高质量发展。（2023-07-12，亿邦动力）

**【赛维时代在创业板上市 发行价格 20.45 元/股 总市值超百亿】**  
赛维时代（301381）在深圳证券交易所创业板上市，发行价格 20.45 元/股，发行市盈率为 47.4 倍。目前，赛维时代现报 31.58 元每股，总市值达 126.4 亿。招股书显示，2020 年-2022 年，赛维时代实现营业收入分别为 52.53 亿元、55.65 亿、49.09 亿元，对应净利润分别为 4.51 亿元、3.48 亿元、1.85 元。总体来看营收较上年是下滑的，利润下滑约五成。数据显示，2022 年，赛维时代的营业收入构成为：服饰配饰占比 67.25%，运动娱乐占比 15.03%，百货家居占比 12.89%，物流服务占比 2.92%，数码汽摩占比 1.68%。

(2023-07-12, 网经社)

**【3月以来近3000家浙江中小外贸企业涌入阿里巴巴国际站】**2023大居家行业高质量增长峰会现场消息称,今年3月以来,已有近3000家浙江新商家开通了阿里国际站,正式开启数字外贸之旅。刚刚过去的5月、6月,新入驻国际站的浙江商家数均实现了双位数的环比增长,6月份环比增长率更是达到了45%。(2023-07-13, 亿邦动力)

**【海关总署:上半年跨境电商进出口1.1万亿元,同比增长16%】**国新办就2023年上半年进出口情况举行发布会,海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良在会上介绍,据海关初步统计,今年上半年跨境电商在“买全球、卖全球”方面的优势和潜力继续释放,进出口1.1万亿元,同比增长16%。其中,出口8210亿元,增长19.9%,进口2760亿元,增长5.7%,继续保持了好的发展势头,有效助力了我国外贸稳规模优结构。(2023-07-13, 央视网)

**【京东千亿级言犀大模型计划在2024年上半年开放能力】**京东千亿级言犀大模型今日亮相,支持内容生成、人机对话、用户意图理解等。京东探索研究院院长何晓冬介绍,言犀大模型支持语言、语音、视觉、多模态等,70%通用域数据,结合30%的行业数据,实现基座模型+垂直领域模型的精调,可服务于零售、金融、教育、政务等领域。何晓冬透露,计划在2024年上半年全面开放大模型能力,向产业输出定制化模型。此外,京东也在探索从语言大模型走向多模态数字人交互,而具身智能也将是京东探索研究院未来重点探索方向。(2023-07-13, 新浪财经)

**【京东推出物流大模型应用:京东物流超脑】**新浪科技讯7月13日上午消息,京东在其云峰会上推出了物流大模型应用——京东物流超脑。其可以在交互、分析、决策上进行3D仓储布局,在运营异常时提供改善性建议以及为供应链计划进行辅助性决策。(2023-07-13, 新浪财经)

**【美团开始灰度测试直播一级入口】**美团APP首页针对直播固定入口和聚合页开始进行ab测试,部分用户已经可以在美团APP首页看到直播入口。进入美团直播板块可以看到,除了美团外卖官方直播间“神枪手”以外,美团买菜、美团买药、美团旅行业务

均已开始了直播带货。此外，美团也开始尝试商家外卖自播。  
(2023-07-13, 36 氪)

### 3. 黄金珠宝行业动态跟踪

**【我国 6 月黄金储备约 2113.48 吨，实现八连增】**央行发布数据，我国 6 月末黄金储备约 2113.48 吨（6795 万盎司），增持黄金约 21.15 吨（68 万盎司）。5 月末黄金储备为 2092.33 吨（6727 万盎司）。自上年 11 月央行开启本轮增持黄金以来，这已经是央行黄金储备连续第 8 个月增加，累计增持规模约为 165 吨（531 万盎司）。与此同时，世界黄金协会最新发布的《2023 年央行黄金储备调查》显示，24% 的受访央行打算在未来 12 个月内增加黄金储备；各国央行认为黄金作为储备资产的前景略好于上年，71% 的受访央行认为全球央行的黄金持有量将在未来 12 个月增加，而上年这一比例为 61%。（2023-07-10，中国黄金协会）

## 2.2 行业资本动态

**【2023 上半年零售资本复盘：融资数量砍半，他们却盆满钵满】**据 IT 桔子数据，今年上半年，在电商零售、本地生活、元宇宙、文娱传媒、体育运动、物流、社交网络、广告营销、企业服务等零售消费相关领域共发生 297 起融资。而 2022 年同期，对应相关领域的融资数量为 662 起，同比数量明显减少。按照企业性质划分，其中，电商平台融资 54 起，品牌企业融资 55 起，实体零售类企业融资 67 起，服务商则完成了 121 笔融资。（2023-07-11, 36 氪）

**【零食青蛙获得 2000 万天使轮融资，开启扩张计划，今年将开设 200 家门店】**2023 年，零食集合店（或称“零食折扣店”“量贩零食店”）正不断发力。由于零食集合迎合了消费者对零食多方面的需求，近年来全国各地涌现大量量贩零食连锁品牌，同时也吸引了休闲零食行业成熟参与者的争相布局。零食集合店如雨后春笋般地涌现，成为一大热门风口。仅仅是上半年，就先后有“赵一鸣零食”“零食有鸣”等零食集合店品牌赢得资本青睐。其中，在 5 月就有“邻食魔法”宣布已获近千万元天使轮融资，“零食有鸣”宣布获得 B+ 轮融资。量贩型休闲零食品牌零食青蛙宣布获得了由亿农资本领投的 2000 万天使轮融资。这一融资事

件标志着零食青蛙进一步巩固了品牌地位，并在快速发展的中国零食市场迎来了市场火热期。（2023-07-12，浪潮新闻）

**【网经社发布《2023年（上）中国电子商务投融资数据报告》】**  
 2023年上半年以来，电商各领域的资本投入有明显的缩减，且呈现持续下滑趋势。《报告》数据显示，2023上半年全国电子商务融资事件为77起，较上年同期135起下降42.96%；融资金额88.1亿元，同比上年同期109.8亿元下降19.03%。金额、融资数均创近五年新低。（2023-07-12，搜狐）

### 2.3 上市公司动态跟踪

表3：本周商贸零售上市公司重点公告

公告时间	代码	上市公司	公告内容
07.10	1929.HK	周大福	截至2023年6月30日止三个月未经审核主要经营数据。于第一季度，中国内地（“内地”）以及香港及澳门的业务均受惠于人员流动及零售活动的持续复苏。随著内地防疫措施转变，内地以及香港及澳门的同店销售增长均呈现上升趋势。内地同店销售录得8.5%升幅，并自过去两个季度起稳定增长，走势持续改善。内地边境口岸重开后，香港及澳门的同店销售于季内显著增加64.2%，其中香港增长64.9%，而澳门则上升62.1%。
07.11	600415.SH	小商品城	2023年半年度业绩预增公告。预计2023年半年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，将增加7.33亿元到7.94亿元，同比增加60%到65%。预计2023年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与上年同期相比，将增加5.91亿元到7.09亿元，同比增加50%到60%。
07.11	002419.SZ	天虹股份	关于持股5%以上股东减持股份比例变动1%暨股份减持数量过半的公告。五龙贸易有限公司持有天虹股份191,908,453股（占天虹股份总股本比例16.42%），计划自上述公告披露之日起15个交易日后的6个月内以集中竞价、大宗交易等方式减持天虹股份不超过46,753,910股股份（占天虹股份总股本比例4%）。
07.12	603900.SH	莱绅通灵	关于持股5%以上股东减持股份计划的公告。沈东军先生减持前持有股份39,400,262股，持股比例为11.44%，因自身资金需要，计划于2023年8月2日至2024年2月1日通过集中竞价交易减持公司股份不超过6,886,476股，即不超过公司总股本的2%。
07.12	002264.SZ	新华都	“领航员计划（四期）”员工持股计划。以董事会审议本次员工持股计划之日前一个交易日公司股票收盘价即6.27元/股测算，本次员工持股计划所持有的公司股票总数不超过983.07万股，占公司总股本的1.37%。本计划持有人的具体人数和持有份额以参加对象最后缴纳的实际出资为准。
07.13	000501.SZ	武商集团	2023年半年度业绩预告。2023年上半年，公司净利润同比下降的主要原因为：一是受市场消费需求不足、行业竞争日益加剧以及市场分流等因素的影响；二是武商梦时代、南昌武商MALL在建项目完工转入固定资产，折旧、摊销费用增加；三是武商梦时代、南昌武商MALL等新开业项目，尚处于市场培育期。
07.14	605599.SH	莱百股份	2023年半年度业绩预增公告。预计2023年半年度实现归属于上市公司股东的净利润为38,000万元到43,000万元，与上年同期（追溯调整前）相比，预计增加13,183.41万元到18,183.41万元，同比增长53.12%到73.27%；与上年同期（追溯调整后）相比，预计增加13,146.44万元到18,146.44万元，同比增长52.90%到73.01%。
07.15	601933.SH	永辉超市	2023年半年度业绩预盈公告。本业绩预告期间，公司净利润实现扭亏为盈。公司预计2023年半年度归属于上市公司股东的净利润3.9亿元，与上年同期归属于上市公司股东

			的净利润-1.1 亿元相比增加 5.0 亿元。公司预计 2023 年半年度归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润 1.0 亿元，与上年同期归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润 0.9 亿元相比增加 0.1 亿元。
07.15	600655.SH	豫园股份	<b>2023 年半年度业绩预增公告。</b> 预计 2023 年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为 218,000 万元到 225,000 万元之间，与上年同期（法定披露数据）相比，预计将增加 142,570 万元到 149,570 万元之间，同比增加 189%到 198%之间。扣除非经常性损益事项后，公司预计 2023 年上半年归属于上市公司股东净利润为 4,500 万元到 8,500 万元之间，同比减少 18,089 万元到 22,089 万元之间。

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

## 2.4 下周大事提醒

表 4：下周大事提醒

2023/07/17 周一	2023/07/18 周二	2023/07/19 周三	2023/07/20 周四	2023/07/21 周五	2023/07/22 周六	2023/07/23 周日
		中国黄金 (600916.SH) 股东大会	步步高 (002251.SZ) 股东大会			

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

## 3 风险提示

- 经济复苏不及预期：**宏观经济影响国内居民消费，若经济增速放缓，可能导致居民消费信心下降，消费需求受抑制，零售行业复苏承压。
- 政策趋严风险：**国内反垄断与数据安全监管相关政策陆续出台，限制部分企业投融资及加速扩张，加剧企业后续经营的不确定性。
- 行业竞争加剧：**若行业竞争加剧，使得市场空间进一步被切割，可能对企业战略转型及业绩增长造成压力。
- 门店扩张不及预期：**黄金珠宝和线下超市板块，公司依托门店扩张带动营收规模增长，若新开和改造门店不达预期，可能导致公司营收增速放缓。
- 新业态转型不及预期：**线下超市和平台经济积极创新，试水新业态，创新业务是否能创造可观利润仍有待市场检验。

### 分析师声明

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询资格或相当的专业胜任能力，以勤勉尽责的职业态度，独立、客观地出具本报告，并保证报告采用的信息均来自合规渠道，力求清晰、准确地反映作者的研究观点，结论不受任何第三方的授意或影响。此外，作者薪酬的任何部分不与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

### 公司业务资格说明

本公司具备证券投资咨询业务资格。

### 投资评级体系与评级定义

<b>股票投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据公司基本面及（或）估值预期以报告日起 6 个月内公司股价相对于同期市场基准指数表现的看法。
买入	股价表现将强于基准指数 20%以上
增持	股价表现将强于基准指数 5-20%
中性	股价表现将介于基准指数±5%之间
减持	股价表现将弱于基准指数 5%以上
无评级	由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级
<b>行业投资评级：</b>	分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及（或）估值对所研究行业以报告日起 12 个月内的基本面和行业指数相对于同期市场基准指数表现的看法。
增持	行业基本面看好，相对表现优于同期基准指数
中性	行业基本面稳定，相对表现与同期基准指数持平
减持	行业基本面看淡，相对表现弱于同期基准指数
相关证券市场基准指数说明：A 股市场以沪深 300 指数为基准；港股市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 或纳斯达克综合指数为基准。	

#### 投资评级说明：

不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准，投资者应区分不同机构在相同评级名称下的定义差异。本评级体系采用的是相对评级体系。投资者买卖证券的决定取决于个人的实际情况。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，投资者不应以分析师的投资评级取代个人的分析与判断。

### 免责声明

。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。

本报告版权归本公司所有，本公司对本报告保留一切权利。未经书面授权，任何机构和个人均不得对本报告进行任何形式的发布、复制、引用或转载。如经过本公司同意引用、刊发的，须注明出处为上海证券有限责任公司研究所，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

在法律许可的情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券或期权并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供多种金融服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见和推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值或投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见或推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本报告中的内容和意见仅供参考，并不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负责，投资者据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或关联机构无关。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为投资决策的唯一参考因素，也不应当认为本报告可以取代自己的判断。