



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

23H1 电商渗透率持续提升，阿里 2023 财年营收增长 2%

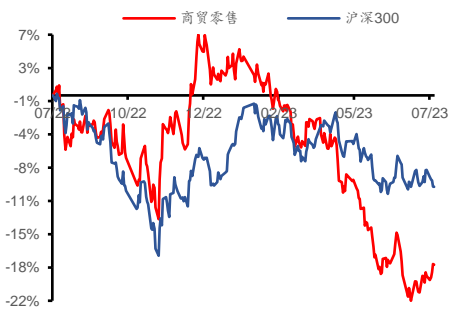
——行业周报（20230717-0721）

增持（维持）

行业： 商贸零售
日期： 2023年07月23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：

《23H1 社零同比增长 8.2%，单 6 月同比增长 3.1%》

——2023 年 07 月 19 日

《平台企业座谈会召开，支持平台经济健康发展》

——2023 年 07 月 16 日

《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

■ 周度核心观点：

电商：

23H1 电商渗透率持续提升，阿里 2023 财年营收增长 2%。23H1 全国网上零售额同比增长 13.1%，其中实物商品网上零售额增长 10.8%，占社会消费品零售总额的比重为 26.6%（环比+1.0pct），线上仍然优于线下消费，电商渗透率持续提升。我们推算单 6 月实物商品网上零售额同比增长 6.73%（较 5 月-4.04pct），两年复合增速为 7.4%。商务部重点监测电商平台 23H1 累计直播销售额 1.27 万亿元，累计直播场次超 1.1 亿场，直播商品数超 7000 万个，活跃主播数超 270 万人。阿里发布 2023 财年报告，2023 财年实现营收 8686.87 亿元，与 2022 财年的 8530.62 亿元相比增长 2%；净利润为 655.73 亿元，与 2022 年财年的 470.79 亿元相比增长 39%；非公认会计准则净利润为 1413.79 亿元，与 2022 年财年的 1363.88 亿元相比增长 4%。新零售业态盒马，线下门店已超 300 家，2023 财年线上交易对盒马 GMV 的贡献超过 65%，盒马整体 GMV 超过 550 亿元，同期经营一年以上的盒马鲜生自营门店中有超过 90%实现了正现金流，我们持续看好即时零售业态的发展。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：

6 月社零同比增长 3.1%，社会消费温和复苏。2023 年 6 月，我国社零总额为 4 万亿元，同比+3.1%（前值为 12.7%），两年复合增速+3.1%；上半年社零总额为 22.76 万亿元，同比+8.2%，两年复合增速+3.6%。我们推算 6 月线下零售额（社零总额-实物网上商品零售额）为 2.74 万亿元，同比增长 1.54%（较 5 月-11.93pct），两年复合增速为 1.3%；推算 23H1 线下零售整体增长 7.07%，限额以上零售业单位中便利店、专业店、品牌专卖店、百货店零售额同比分别增长 8.2%、5.4%、4.6%、9.8%，超市零售额同比下降 0.4%。今年上半年，山姆新开了 3 家门店，分别是上海真如店、福州仓山店和深圳前海店，下半年即将新开武汉汉阳店、上海嘉定店、成都武侯店等三家，截至目前山姆在中国共有 45 家门店，通过电商平台覆盖全国绝大部分地区，中国付费会员数量已经超过 400 万，截至 2023 年年底，山姆将在全国拥有 48 家门店。高鑫零售宣布旗下 M 会员商店将在南京、常州新开两家门店，南京店预计将在 2024 年 1 月，常州店将于 2023 年 12 月正式

开业。我们认为社会消费延续复苏态势，实体店零售逐步改善，新消费模式不断拓展，仓储会员业态如火如荼，传统零售商纷纷入局，消费回升态势有望持续。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。6月限额以上单位金银珠宝零售额同比增长 7.8%，增速环比 5 月份-16.6pct；上半年金银珠宝同比增长 17.5%，增速环比-2pct。黄金珠宝板块在 520、母亲节等节日催化下，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（2023.07.17-2023.07.21），商贸零售（中信）指数上涨 2.70%，跑赢沪深 300 指数 4.67pct，本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 2 位，商贸零售板块涨幅排名靠前的子行业分别为超市及便利店、医疗美容和百货。

■ 行业动态跟踪：

传统零售：美国线下零售闭店 2285 家；全家便利店推出第五代店型；沃尔玛今年将关闭全美 22 家零售店；罗森中国两年来首次盈利；山姆加速拓展，下半年将开 3 家新店；中百仓储旗下小百零食铺再拓新店；美宜佳门店突破 32000 家，半年新增超 2000 家门店；高鑫零售将新开两家 M 会员商店。

电商：淘宝直播开启打赏内测，利好内容型主播；阿里巴巴国际站上半年海外线上需求同比增长 33%；PingPong 成为 AliExpress 速卖通跨境收款外部合作伙伴；TikTok 推出精简版 TikTok Lite；美团 APP 支持用户拍摄上传短视频；微信旗下外卖项目“门店快送”运营城市增至 14 个；拼多多 Temu 在美起诉 SHEIN 指控后者涉嫌市场垄断行为；Shein 筛选高质量卖家，自主运营卖家年销售额需达 200 万美元；拼多多在其 APP 内上线“本地生活”入口；今年 1-6 月上海跨境电商进出口 1419.6 亿元；商务部数据显示上半年重点监测电商平台累计直播销售额 1.27 万亿元；

黄金珠宝：上半年金银珠宝零售增速仅低于餐饮类零售总额增速，位居第二；2023 年 1-6 月上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量同比上升 10.55%。

■ 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

| | |
|----------------------------|-----------|
| 1 本周行情回顾 | 5 |
| 1.1 板块行情..... | 5 |
| 1.2 个股行情..... | 6 |
| 2 行业动态跟踪及大事提醒 | 7 |
| 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 |
| 3 风险提示 | 15 |

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 |

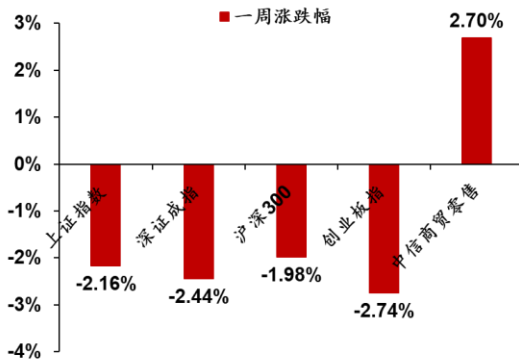
1 本周行情回顾

1.1 板块行情

本周（2023.07.17-2023.07.21），商贸零售（中信）指数上涨 2.70%，跑赢沪深 300 指数 4.67pct。年初至今，商贸零售板块下跌 2.26%，跑输沪深 300 指数 0.97pct。

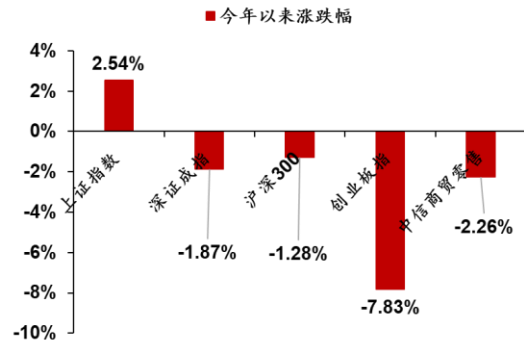
本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 2 位，其中 8 个行业上涨，房地产（+3.66%）、商贸零售（+2.70%）、建材（+2.46%）领涨。

图 1：本周主要指数涨跌幅



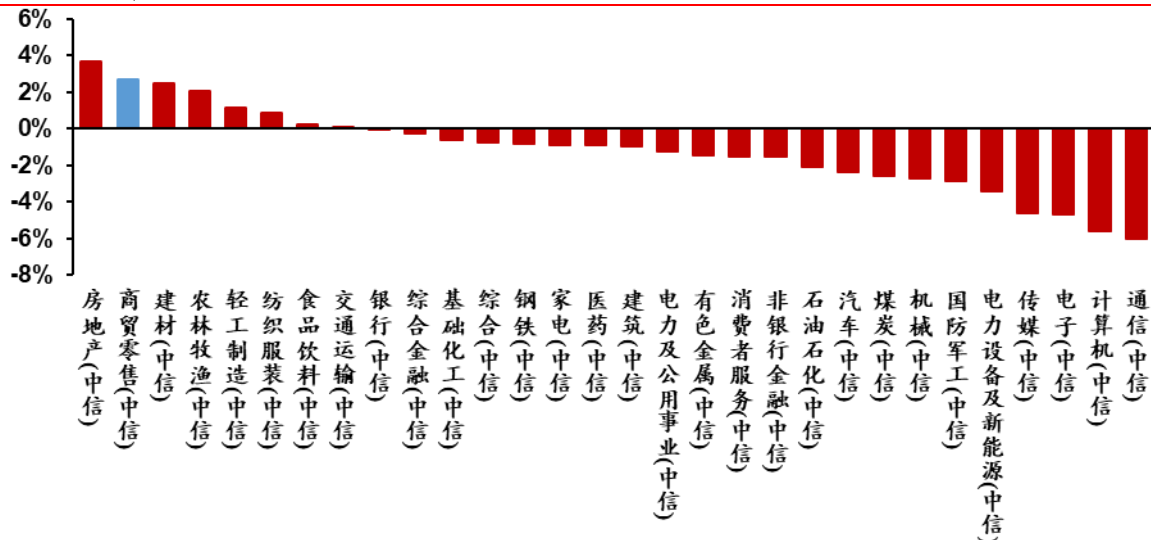
资料来源：Wind，上海证券研究所

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



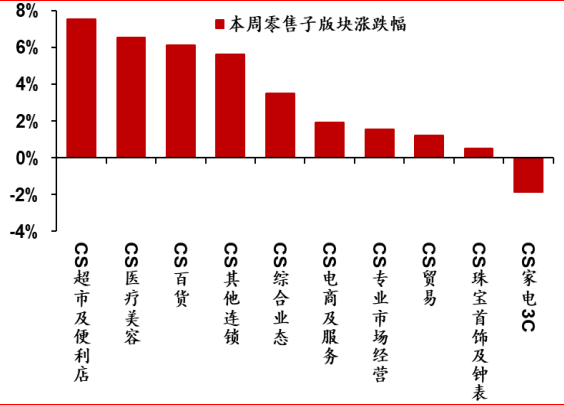
资料来源：Wind，上海证券研究所

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超市及便利店、医疗美容和百货，涨幅分别为 7.53%、6.56%和 5.56%。

请务必阅读尾页重要声明

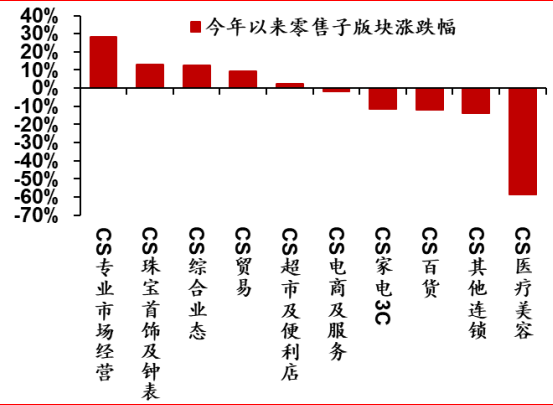
6.13%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别为专业市场经营、珠宝首饰及钟表和综合业态，涨幅分别为 28.32%、12.92%和 12.37%。

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，81 家公司上涨，28 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：中央商场（+61.4%）、国光连锁（+29.9%）、人人乐（+29.3%）；跌幅较大的个股为：上海物贸（-8.4%）、物贸 B 股（-3.7%）、金开新能（-3.5%）。

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 | 600280.SH | 中央商场 | 61.4 | 52 |
| 2 | 605188.SH | 国光连锁 | 29.9 | 56 |
| 3 | 002336.SZ | 人人乐 | 29.3 | 76 |
| 4 | 601086.SH | 国芳集团 | 15.4 | 35 |
| 5 | 000679.SZ | 大连友谊 | 14.4 | 21 |

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 | 600822.SH | 上海物贸 | -8.4 | 54 |
| 2 | 900927.SH | 物贸 B 股 | -3.7 | 8 |
| 3 | 600821.SH | 金开新能 | -3.5 | 131 |
| 4 | 605266.SH | 健之佳 | -2.8 | 72 |
| 5 | 002574.SZ | 明牌珠宝 | -2.8 | 36 |

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

【美国线下零售闭店 2285 家】经对美国大型零售商 2023 年宣布的闭店消息进行统计发现，全美有多达 2285 家商店将关闭，涉及十几家知名的大型零售商，如亚马逊、沃尔玛和百思买。理由各不相同：一些是因为正在办理破产程序，一些则表示是为了“削减成本”，还有部分则声称是在调整商店业态，以满足不断变化的购物趋势。其中，家居零售品牌 Bed Bath & Beyond 因破产关闭了 896 家门店，位居闭店数量榜首。紧随其后的是运动服饰零售商 Foot Locker，该公司计划到 2026 年关闭 545 家门店，作为开启“重置”计划的一部分。（2023-7-17，联商网）

【家乐福收购 Louis Delhaize 在法国 175 家门店】家乐福以 10.5 亿欧元收购了 Louis Delhaize 集团旗下 60 家 Cora 大卖场和 115 家 Match 超市，这些店铺的年销售额高达 52 亿欧元。对于家乐福来说，这笔交易意义重大，因为它在地理上与 Cora 和 MATCH 非常互补：Cora 和 MATCH 在靠近比利时边境的北部地区非常强大，而家乐福在这个地区相对较弱。家乐福希望这次合并将带来每年 1.1 亿欧元的协同效益。其中一半将来自优化全渠道成本，另一半将来自更好的分销和营销成本优化。法国竞争当局仍需批准这一收购。如果获得批准，两家零售商希望在明年夏天完成收购。（2023-7-17，联商网）

【全家便利店推出第五代店型】全家便利店第一家五代店在上海法华镇路店亮相。第五代门店相比第四代门店，全面升级了热气小灶、哈妮烘焙家、湃客咖啡、EMO 深夜食堂等子品牌，新店型将鲜食吧台面积加大并独立成区，同时新增设了无线充电、复印等服务。此外，全家增设了社区服务、福利服务等自助服务区。（2023-7-17，联商网）

【沃尔玛今年将关闭全美 22 家零售店】沃尔玛今年将关闭全美 22 家零售店，其中包括芝加哥的 4 家，理由是每家店的财务业绩不佳。此外，沃尔玛今年结束了在伊利诺伊州和阿肯色州的两家

仅限自提的店面的九年试验，并确认将在全美五家电子商务履行中心裁员数百人。（2023-7-17，联商网）

【罗森中国两年来首次盈利】日本罗森公布 2023 年 3 月至 5 月期间业绩报告。其中，海外便利店业务扭亏为盈，推动利润大幅增长；占海外网点 90%的中国市场销售额恢复，两年来首次实现盈利，营业利润达到 2 亿日元(折合人民币约 1030 万元)。截至 5 月底，罗森在中国的门店数量达 5788 家，比 2 月底增加 168 家店。（2023-7-17，联商网）

【温州山姆会员店正式开建】温州山姆会员店项目正式开工建设。该项目选址温州市中心吴桥单元 B-07 地块，该地块将打造数字经济产业园建设项目。该数字经济产业园的总建筑面积为 13.82 万 m^2 ，其中地上建筑面积约 7.92 万 m^2 ，二层地下室面积约 5.9 万 m^2 ，由商超和商办两幢建筑物组成，总投资概算约 13 亿。（2023-7-17，联商网）

【山姆加速拓展，下半年将开 3 家新店】今年上半年，山姆已经新开了 3 家门店，分别是上海真如店、福州仓山店和深圳前海店。除了武汉汉阳店、上海嘉定店、成都武侯店等三家即将于下半年开业的门店之外，山姆在建门店还包括深圳宝安店、西安经开和雁塔店、天津滨海店、南京浦口店、温州鹿城店等。截至目前，山姆在中国共有 45 家门店，通过电商平台覆盖全国绝大部分地区，中国付费会员数量已经超过 400 万。按照计划，截至 2023 年年底，山姆将在全国拥有 48 家门店。（2023-7-18，联商网）

【中百仓储旗下小百零食铺再拓新店】中百仓储旗下新业态小百零食铺再拓新店。7 月 16 日，小百零食铺折扣店博学仕府店在武汉硚口区开业。这是继 5 月 20 日东西湖区庭悦荟首店之后，小百零食铺折扣店拓展的第二家门店。据中百仓储相关负责人介绍，新开业的“小百零食铺折扣店”商品数近 1200 个，涵盖近百种类，所有商品售价均低于周边便利店同类商品价格。未来，零食店作为一种行业“新业态”，小百零食铺还将加快在武汉三镇的布局，不断满足消费者新的消费需求。（2023-7-20，联商网）

【美宜佳门店突破 32000 家，半年新增超 2000 家门店】美宜佳官方微信公众号宣布，全国门店总数已超 32000 家。据美宜

佳透露，截至今年5月，美宜佳全国门店总数已经突破32000家，仅仅半年时间就新增超2000家门店，日均新增门店超10家。目前，美宜佳已在江浙沪区域开出门店1000+，覆盖23+城市，150+区域，二店率达到30%以上。（2023-7-22，中国连锁经营协会）

【高鑫零售将新开两家M会员商店】高鑫零售宣布，旗下M会员商店将在南京、常州新开两家门店。南京店预计将在2024年1月，常州店将于2023年12月正式开业。南京店位于南京建邺区应天大街866号，由大润发应天店进行升级改造，常州店位于天宁区兰陵北路301号，此前为大润发兰陵店，升级改造完成后将成为常州首个主城区仓储式会员制商店。（2023-7-22，中国连锁经营协会）

2. 电商行业动态跟踪

【抖音电商整治低价SKU混搭引流 加大停业清退的处置力度】抖音电商发布《关于低价SKU混搭引流专项治理公告》，称平台将对商家通过将非同类、瑕疵品、甚至说明性文字等作为低价SKU，同时混搭正常商品售卖，拉低正常商品的售卖展示价格，造成消费者产生商品价格预期不符问题，进行严肃处理。（2023-7-17，亿邦动力）

【淘宝直播开启打赏内测，利好内容型主播】淘宝直播和点淘app低调上线了“打赏”功能。目前尚处于内测阶段，在部分内容型主播直播间内开通，粉丝可购买礼物支持主播。和此前上线的“捧场购”模式不同，不需要下单相应商品，即可直接打赏主播以表心意。（2023-7-17，亿邦动力）

【阿里巴巴国际站：上半年海外线上需求同比增长33%】2023年上半年，阿里巴巴国际站上，海外线上需求同比增长33%。阿里国际站发布数字外贸半年报，显示在各个出口行业、外贸市场，数字化已成当前最大趋势。阿里国际站上半年90%行业线上出口快速增长，91%的海外市场线上流量上涨，不仅东南亚等新兴市场继续高速增长，欧美等传统外贸市场也回到了增长轨道。（2023-7-17，亿邦动力）

【1688启动产业带“造星”计划 让源头厂商月销售额破百万】

1688 宣布启动产业带“造星”计划，定向招募一批源头厂商并让商家在平台上实现月销售额破百万元。其中，在 C 端内容电商和兴趣电商平台上拥有店铺的源头厂商是重点招募对象。商家可通过“一键继承”工具，快速将电商主店铺的数字资产同步到 1688 店铺。7 月 19 日，“造星”计划首场招募活动将在山东临沂举办，近期落地的城市还包括广州、东莞、佛山、汕头、嘉兴、台州、温州、南通、亳州、保定和泉州。（2023-7-17，亿邦动力）

【PingPong 成为 AliExpress 速卖通跨境收款外部合作伙伴】为了给卖家提供安全、高效的跨境收款体验，AliExpress 与 PingPong 达成合作，并于 2023 年 6 月 29 日上线跨境收款产品。据了解，本次合作通过 API 直连模式实现，卖家可在 AliExpress 后台直接选择 PingPong 收款，完成账户绑定后，即可轻松实现海外销售回款，并支持离岸人民币、在岸人民币及其他多币种提现。与此同时，PingPong 用户也可通过在后台选择“AliExpress 平台”，待完成账户绑定，就能获得相应服务。（2023-7-17，亿邦动力）

【TikTok 推出精简版 TikTok Lite】TikTok 推出了一个衍生的新 APP，名为 TikTok Lite，类似于国内抖音的极速版。据官方介绍，TikTok Lite 旨在为用户提供最佳的视频观看体验，这有助于更好的自我表达和互动。根据体验，TikTok Lite 和 TikTok 在观看体验上没有太大区别，用户仍可以观看数百万以上的视频内容。但在部分服务上，做到了精简优化，比如在 TikTok Lite 没有电子商务，用户可以有着最纯粹观看体验，功能也更加简洁。整个安装包的数据更小，所以下载速度更快，更易安装。（2023-7-17，电商报）

【抖音电商将搜索运营全新升级 公布“搜索诊断”功能】抖音电商将搜索运营全新升级，上线“搜索诊断”功能，新增商机补品、站内外营销&搜索广告，旨在以营销、新品、付费三大引擎带动品牌搜索运营效率；同时为品牌提供成熟的搜索增长路径指引，助力广大品牌看清搜索机会、找准运营方法、开辟增长路径。官方数据显示，抖音电商搜索日均用户超 1 亿；搜索成交 GMV 年同比增长 159%，平均转化率对比其他站内渠道高 30%。（2023-7-17，亿邦动力）

【美团 APP 支持用户拍摄上传短视频】美团 APP 中的短视频功能已支持用户自己拍摄/上传短视频，并提供简单的编辑功能，以及拍摄模板。短视频拍摄功能位于美团 APP 底部导航栏内的“短视频”

功能中，点开“短视频”功能后，即可在短视频界面的右上方发现“拍摄”按钮。总的来看，拍摄功能的出现，可以进一步丰富美团的短视频内容，为其短视频服务的发展提供内容支撑。

(2023-7-17, Tech 星球)

【快手电商美妆行业将携手海内外超 30 家品牌启动溯源带货】

快手电商美妆行业上线“溯源计划”，面向美妆行业主播及品牌发起邀约，计划邀请快手电商头部带货达人与海内外超 30 家品牌方联动，前往品牌工厂所在地进行溯源带货，打造超 40 场品牌溯源专场直播带货。此次快手电商“溯源计划”与主站、商业化等业务部门实现联动，将提供亿万量级流量资源支持达人带货，同时将为达人及商家提供分销补贴奖励，单商家奖励最高可达 80 万。(2023-7-18, 亿邦动力)

【微信旗下外卖项目“门店快送”运营城市增至 14 个】

微信旗下小程序外卖项目“门店快送”将于近日在第二批 12 个城市正式上线提供服务，分别是北京、上海、成都、重庆、南京、苏州、杭州、温州、武汉、福州、佛山和东莞。至此，微信门店快送上线运营城市增至 14 个，另有多个城市正在拓展招商。据了解，基于此前的合作基础，顺丰同城已经接入微信门店快送城市服务中，提供即时物流体验，与微信携手共建本地生活服务新生态。

(2023-7-18, 新浪财经)

【拼多多 Temu 在美起诉 SHEIN 指控后者涉嫌市场垄断行为】

拼多多跨境电商平台 Temu 在美国波士顿联邦法院提起新诉讼，指控快时尚跨境电商 SHEIN 违反美国反垄断法，加剧了争夺快时尚市场主导地位的法律冲突。(2023-7-18, 亿邦动力)

【阿里妈妈万相实验室上线】

阿里妈妈万相实验室上线。据介绍，万相实验室，是阿里妈妈面向商家、专注电商领域的 AI 创意生产工具。通过 AI 技术，阿里妈妈万相实验室将助力百万商家 0 成本上新，可实现“0 成本适配模特、0 成本创造场景、30s 批量创造高规格商品图”，解决素材生产难、产图速度慢、上新结果差等问题。(2023-7-19, 亿邦动力)

【Shein 筛选高质量卖家 自主运营卖家年销售额需达 200 万美元】

快时尚巨头 Shein 正在积极寻求第三方卖家，并推出 Marketplace 模式，将产品范围扩大至服装以外的领域，包括家

用电器、厨房用具、园艺用品等类别。Shein 的战略主管 Peter Pernot-Day 表示“第三方卖家将补充我们的产品，这些产品将与我们的客户群产生共鸣。”同时，Shein 将会给那些符合条件的商家提供大量的激励措施，包括免费的广告和前三个月免佣金的福利。这意味着，如果商家能够成功入驻，不仅能够获得 Shein 在全球市场上的品牌影响力，还能享受其这些年大力建设的一站式交付履约体系。（2023-7-19，亿邦动力）

【拼多多在其 APP 内上线“本地生活”入口】拼多多在其 APP 内上线了“本地生活”入口，位置较深，位于首页的“充值中心”内，目前主要售卖美食相关的特惠餐饮券，以及代下单服务，由商家提供。体验后发现，目前，拼多多的本地生活服务主要包括售卖美食餐饮券、代下单到店自取等功能。售卖的商品主要集中在沃尔玛、肯德基、麦当劳、星巴克、瑞幸咖啡、汉堡王、必胜客、DQ、喜茶、哈根达斯等连锁餐饮品牌。（2023-7-19，亿恩网）

【今年 1-6 月上海跨境电商进出口 1419.6 亿元】据统计，今年 1-6 月，上海市跨境电商进出口 1419.6 亿元，同比增长 84.0%。国际性跨境电商平台、本土电商平台、自建站加速发展，跨境电商相关物流、支付和运营等专业服务体系完备。全市企业累计建设海外仓超 138 个、建设面积达 179 万平方米。为进一步发挥跨境电商对外贸创新发展的支撑带动作用，上海市商务委制定形成了《上海市推进跨境电商高质量发展行动方案（2023-2025 年）》。（2023-7-20，亿恩网）

【商务部：上半年重点监测电商平台累计直播销售额 1.27 万亿元】商务部电子商务司负责人介绍，2023 年上半年，我国网络零售市场规模总体呈稳步增长态势。在线服务消费增势较好。上半年，在线餐饮销售额同比增长 27.9%。在线旅游产品和景点门票、在线文娱销售额同比分别增长 272.4%和 69.8%，比一季度分别加快 156.6 和 50.6 个百分点。重点监测电商平台累计直播销售额 1.27 万亿元，累计直播场次数超 1.1 亿场，直播商品数超 7000 万个，活跃主播数超 270 万人。（2023-7-20，亿恩网）

【阿里巴巴国际站：上半年九成行业线上出口快速增长】阿里国际站日前发布了数字外贸半年报。报告显示，上半年阿里国际站 90%行业线上出口快速增长，91%的海外市场线上流量上涨，不仅

东南亚等新兴市场继续高速增长，欧美等传统外贸市场也回到了增长轨道。“随着新技术的推动，海外企业的采购习惯正在快速向线上转移。数字外贸已经成为全球贸易的必选项和不可逆转的大趋势。”阿里国际站行业与商家业务负责人秦奋说。海关总署的数据显示，今年上半年跨境电商进出口 1.1 万亿元，同比增长 16%；其中出口增长 19.9%，进口增长 5.7%，有效助力了我国外贸稳规模优结构。（2023-7-20，亿邦动力）

3. 黄金珠宝行业动态跟踪

【上半年金银珠宝零售增速仅低于餐饮类零售总额增速，位居第二】国家统计局最新数据显示，2023 年 6 月份，限额以上金银珠宝零售总额为 267 亿元，同比（名义）增长 7.8%。6 月份，社会消费品零售总额 39951 亿元，同比增长 3.1%。数据显示，今年上半年，限额以上金银珠宝零售总额为 1689 亿元，同比增长 17.5%。上半年，社会消费品零售总额 227588 亿元，同比增长 8.2%。从所有限额以上单位商品零售统计数据中可以看出，今年上半年，文化办公用品类、建筑及装潢材料类消费品零售总额有一定程度下降，其他各类消费品零售总额均呈现同比增长态势，且金银珠宝零售增速仅低于餐饮类零售总额增速，位居第二，显示出较强的发展劲头。（2023-7-17，中国黄金珠宝公众号）

【2023 年 1-6 月上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量同比上升 10.55%】2023 年 1-6 月，上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量单边 10656.404 吨（双边 21312.808 吨），同比上升 10.55%，累计成交额单边 4.5968 万亿元（双边 9.1937 万亿元），同比上升 21.66%。2023 年 1-6 月，上海期货交易所全部黄金期货期权累计成交量单边 29734.671 吨（双边 59469.342 吨），同比上升 34.02%。累计成交额单边 11.2478 万亿元（双边 22.4956 万亿元），同比上升 40.91%。（2023-7-18，中国黄金协会）

2.2 行业资本动态

【美团入股大模型公司智谱 AI】中文认知大模型平台智谱 AI 关联公司北京智谱华章科技有限公司发生工商变更，股东新增美团旗下天津三快科技有限公司，注册资本由约 1480.69 万人民币增至约 1652.86 万人民币。北京智谱华章科技有限公司成立于 2019 年 6 月，法定代表人为刘德兵，经营范围含技术服务、人工智能

基础软件开发、数据处理和存储支持服务、科技中介服务等。
 (2023-7-19, 亿邦动力)

【跨境电商售后运营服务商愚公科技完成近千万元 PreA 轮融资】
 跨境电商售后运营服务商深圳市愚公科技有限公司（以下简称愚公科技）于日前宣布完成老股东增资的近千万元 Pre-A 轮融资，TSN 资本担任独家财务顾问。据介绍，该资金主要用于市场推广、模型训练和产品迭代。（2023-7-19, 亿邦动力）

【阿里再向 Lazada 注资 8.45 亿美元，继续扶持本土卖家】新加坡会计和企业管制局（ACRA）公布的一份文件显示，阿里巴巴在最新一轮注资中，向旗下东南亚电商平台 Lazada 注入了 8.45 亿美元（约 60.67 亿元人民币）的资金，预计将用于加强扶持平台本地商家，以应对当地市场的激烈竞争。这是自 3 月阿里宣布组织变革，成立阿里国际数字商业集团后，Lazada 再次获得阿里注资。（2023-7-20, 跨通社）

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 |
|-------|-----------|------|--|
| 07.20 | 301078.SZ | 孩子王 | 向不特定对象发行可转换公司债券发行公告。 本次可转债发行原股东优先配售日与网上申购日同为 2023 年 7 月 24 日（T 日），申购时间为 T 日 9:15-11:30, 13:00-15:00。原股东在 2023 年 7 月 24 日（T 日）参与优先配售时需在其优先配额度之内根据优先配售的可转债数量足额缴付资金。原股东及社会公众投资者在 2023 年 7 月 24 日（T 日）进行网上申购时无需缴付申购资金。 |
| 07.20 | 301177.SZ | 迪阿股份 | 2023 年半年度业绩预告。 报告期内，公司预计实现营业收入 12.26 亿元至 12.44 亿元，较上年同期下降 40.37%至 41.22%，一方面主要系上半年国内经济虽呈恢复态势，但恢复基础尚不稳固，消费环境依然面临压力，可选消费增长乏力，钻石镶嵌市场短期内需求仍显不足；此外，外部环境的不确定性使得作为重要避险工具的黄金需求显著提升，对钻石镶嵌类产品也造成一定程度的影响，钻石镶嵌行业呈现周期性调整；另一方面，2022 年公司战略性扩张，门店数量大幅增长，但品牌势能、品牌形象、渠道运营能力仍需大力提升。公司目前系全自营销模式且以钻石镶嵌产品为主，在上述背景下公司销售同比下滑较大。 |
| 07.21 | 300945.SZ | 曼卡龙 | 向特定对象发行股票上市公告书。 股票上市数量：0.57 亿股。股票上市时间：2023 年 7 月 24 日（上市首日），新增股份上市日公司股价不除权，股票交易设涨跌幅限制。本次向特定对象发行股票的限售期为自本次发行股份上市之日起 6 个月，自 2023 年 7 月 24 日（上市首日）开始计算。 |
| 07.21 | 09988.HK | 阿里巴巴 | 2023 财务年度报告。 公司总收入从 2021 财年的人民币 7172.89 亿元增长 19%至 2022 财年的人民币 8530.62 亿元，并进一步增长 2%至 2023 财年的人民币 8686.87 亿元（1264.91 亿美元）。公司净利润从 2021 财年的人民币 1432.84 亿元减少 67%至 2022 财年的人民币 470.79 亿元，并增长 39%至 2023 财年的人民币 655.73 亿元（95.48 亿美元）。 |

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

请务必阅读尾页重要声明

14

2.4 下周大事提醒

表 4：下周大事提醒

| 2023/07/24 周一 | 2023/07/25 周二 | 2023/07/26 周三 | 2023/07/27 周四 | 2023/07/28 周五 | 2023/07/29 周六 | 2023/07/30 周日 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------------------|------------------|------------------|
| 曼卡龙 (300945.SZ) 定增股份上市 | | | | 曼卡龙 (300945.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

- 1) **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。
- 2) **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。
- 3) **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。
- 4) **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。
- 5) **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

| | |
|--|---|
| 股票投资评级： | 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 |
| 行业投资评级： | 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。