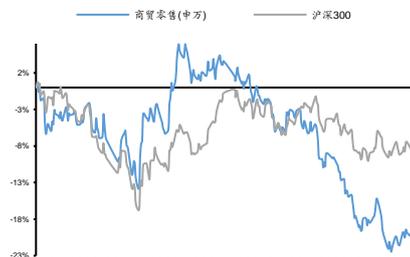


商业贸易行业周报 (07.24-07.30)

化妆品类社零高增，美容护理板块消费韧性凸显

强于大市(维持评级)

一年内行业相对大盘走势



投资要点:

➤ **化妆品类社零在高基数下依然实现高增。**据国家统计局数据，2023年6月化妆品类社零同增4.8%，在去年高基数下仍然保持高于总体的增速（社零总额同比增长3.1%），2023H1化妆品类社零同增8.6%，整体表现良好。从化妆品品牌结构来看，“成分党”观念升级带动具备良好原料复配的功效性护肤品需求高增，而雅诗兰黛等部分高端护肤品在疫后增速放缓，品牌结构变动明显。水羊股份发布2023年限制性股票激励计划，本次激励计划向包括公司董事、高管及核心员工在内的345人授予限制性股票合计326.89万股，占本激励计划草案公告时公司股本总额的0.84%。本激励计划的公司层面业绩考核为：第一个归属期2023年净利润不低于3.00亿元，第二个归属期2024年净利润不低于4.00亿元。本次激励计划有助于促进公司竞争力的提升以及激发核心人才的积极性。**本周推荐个股：具有较强爆品打造能力且副品牌增长强劲的珀莱雅；重组胶原蛋白龙头且品牌力快速提升的巨子生物。**

➤ **暑期旺季带来医美终端客流量边际增长。**从客流量的角度来说，7月暑期来临，对医美终端客流量有所利好，手术类医美和非手术类医美项目共振。从政策端来看，政策监管持续趋严，利好当前已获证企业。医美板块短期看好线下客流回升带来的业绩边际向好，长期看好渗透率提升下医美市场持续景气。**本周推荐个股：注射类产品管线布局完善+监管趋严下龙头集中度提升+股权激励计划三重共振的爱美客；不断拓展注射类和射频类家用美容仪产品，同时持续深化直销渠道的医美设备龙头复锐医疗科技。**

➤ **跨境电商行业发展势头良好，政策面、需求面均在不断改善。**7月13日根据海关总署新闻发言人吕大良介绍，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8210亿元，增长19.9%，进口2760亿元，增长5.7%，跨境电商行业发展保持了良好发展势头。2023年开始海运价格大幅下滑，叠加我国对跨境电商产业持续推出多种政策和配套措施，行业环境在不断改善。而AIGC技术在跨境电商的应用不断加深，短期在宣传、智能推荐、智能客服等环节有望带来降本增效，长期将有望提供创新升级的使用体验从而推动行业整体变革。**我们认为海外刚需叠加供给优化的背景下，积极布局AIGC的跨境电商公司将有望长期持续受益，建议关注标的：焦点科技、华凯易佰、吉宏股份等。**

➤ **风险提示：**疫情影响消费复苏、宏观经济波动影响消费水平、食品安全风险、政策风险、经销商资金链问题抛售产品损害品牌、原材料成本大幅波动。

团队成员

分析师 刘畅
执业证书编号：S0210523050001
邮箱：lc30103@hfzq.com.cn

分析师 高兴
执业证书编号：S0210522110002
邮箱：gx3970@hfzq.com.cn

相关报告

- 1、《【华福商业】黄金珠宝领跑行业增长，政策催化零售估值修复》— 2023.07.24
- 2、《【华福商业】暑期持续催化，酒店旅游板块有望超预期修复》— 2023.07.17
- 3、《暑期旺季开启，旅游酒店有望超预期恢复》— 2023.07.10

正文目录

1	商贸零售走弱于大盘，同比上涨 3.34%.....	3
2	行业观点：化妆品类社零高增，美容护理板块消费韧性凸显.....	5
3	行业动态梳理.....	9
4	公司公告梳理.....	11
5	风险提示	12

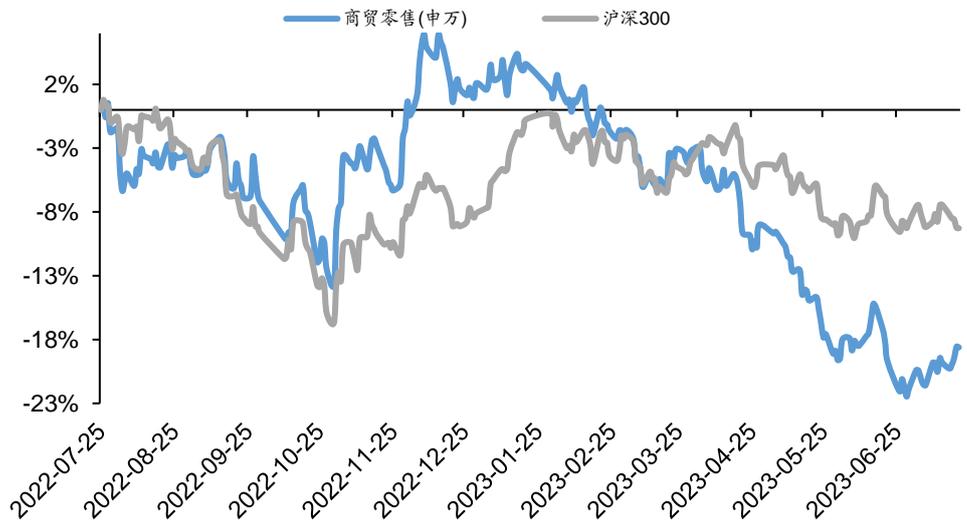
图表目录

图表 1: 商贸零售本周走弱于沪深 300.....	3
图表 2: 商贸零售本周表现强劲，走弱于上证综指，走强于中小板指和创业板指.....	3
图表 3: 美容护理表现佳，周涨幅为 4.59%	4
图表 4: 化妆品表现佳，周涨幅为 4.73%.....	4
图表 5: 本周表现最佳的标的为重庆百货、老凤祥、雍禾医疗、名创优品、美丽田园... 4	
图表 6: 本周表现不佳的标的为六福集团、焦点科技、人人乐、孩子王、吉宏股份	5
图表 7: 本周公司公告梳理	12

1 商贸零售走弱于大盘，同比上涨 3.34%

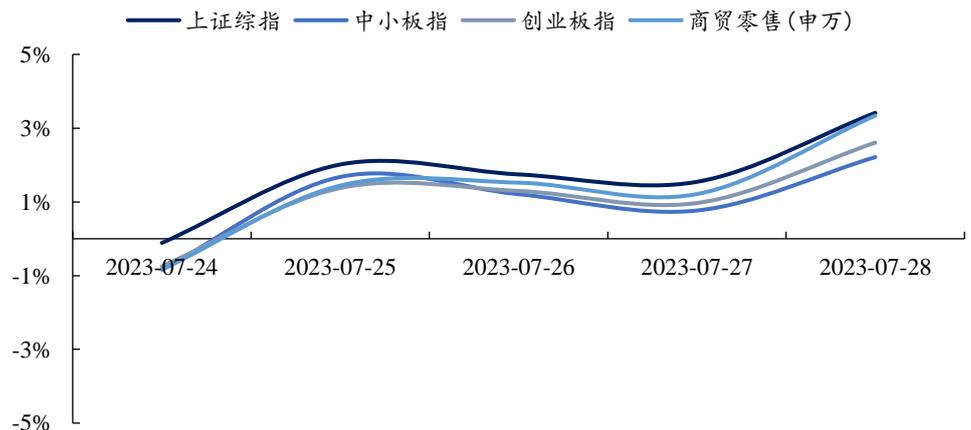
商贸零售走弱于大盘。本周上证综指上涨 3.42%，报 3275.93，中小板上涨 2.22%，报 7145.41，创业板上涨 2.61%，报 2219.54。商贸零售同比上涨 3.34%，报 2361.41，表现弱于上证 0.07 个 pct，强于中小板 1.13 个 pct，强于创业板 0.73 个 pct。

图表 1：商贸零售本周走弱于沪深 300



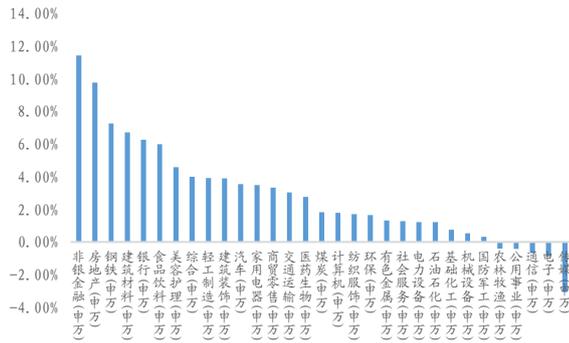
数据来源：Wind、华福证券研究所

图表 2：商贸零售本周表现强劲，走弱于上证综指，走强于中小板指和创业板指

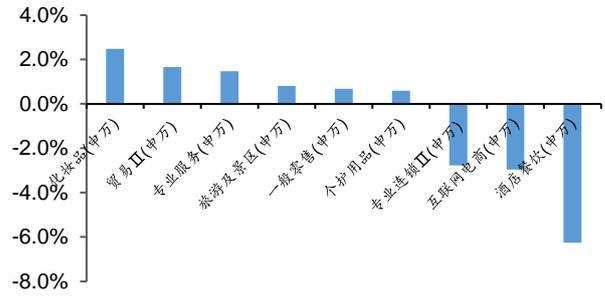


数据来源：Wind、华福证券研究所

美容护理表现佳，社会服务较疲软。本周美容护理表现较优，周涨幅为 4.59%，为申万一级 31 个行业中第 7 名，商贸零售表现弱于美容护理，周涨幅为 3.34%，排名为第 13 名，社会服务表现较弱，周涨幅为 1.27%，排名为第 21 名。细分来看，化妆品表现最优，周涨幅为 4.73%，互联网电商表现最弱，周涨幅为-1.36%。

图表 3: 美容护理表现佳, 周涨幅为 4.59%


数据来源: Wind、华福证券研究所

图表 4: 化妆品表现佳, 周涨幅为 4.73%


数据来源: Wind、华福证券研究所

关注中报业绩超预期的标的。本周表现最佳的五个标的为水羊股份、医思健康、名创优品、贝泰妮、泡泡玛特, 涨幅分别为 20.29%/14.91%/12.41%/10.96%/9.66%, 表现不佳的五个标的为曼卡龙、星徽股份、名臣健康、华凯易佰、跨境通, 跌幅分别为 -7.94%/-7.75%/-6.63%/-6.58%/-5.46%。

图表 5: 本周表现最佳的标的为重庆百货、老凤祥、雍禾医疗、名创优品、美丽田园

周涨幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	300740.SZ	水羊股份	18.97	20.29
2	2138.HK	医思健康	4.70	14.91
3	9896.HK	名创优品	40.75	12.41
4	300957.SZ	贝泰妮	104.71	10.96
5	9992.HK	泡泡玛特	21.45	9.66

月涨幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	002336.SZ	人人乐	16.96	37.66
2	9896.HK	名创优品	40.75	23.30
3	9992.HK	泡泡玛特	21.45	23.13
4	300740.SZ	水羊股份	18.97	22.39
5	832419.BJ	路斯股份	8.16	18.26

年涨幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	002315.SZ	焦点科技	36.16	109.13
2	9896.HK	名创优品	40.75	94.98
3	300592.SZ	华凯易佰	25.99	71.55
4	600612.SH	老凤祥	63.71	52.30
5	600729.SH	重庆百货	33.80	46.29

数据来源: Wind、华福证券研究所

图表 6: 本周表现不佳的标的为六福集团、焦点科技、人人乐、孩子王、吉宏股份

周跌幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	300945.SZ	曼卡龙	15.54	-7.94
2	300464.SZ	星徽股份	6.43	-7.75
3	002919.SZ	名臣健康	35.32	-6.63
4	300592.SZ	华凯易佰	25.99	-6.58
5	002640.SZ	跨境通	3.81	-5.46
月跌幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	002919.SZ	名臣健康	35.32	-21.69
2	2373.HK	美丽田园	19.58	-17.38
3	2279.HK	雍禾医疗	6.7	-12.99
4	002315.SZ	焦点科技	36.16	-9.60
5	002803.SZ	吉宏股份	18.56	-9.29
年跌幅 Top5	证券代码	证券简称	收盘价	涨跌幅 (%)
1	2279.HK	雍禾医疗	6.70	-44.07
2	2138.HK	医思健康	4.70	-41.47
3	301177.SZ	迪阿股份	36.80	-40.11
4	2373.HK	美丽田园	19.58	-32.87
5	300957.SZ	贝泰妮	104.71	-29.23

数据来源: Wind、华福证券研究所

2 行业观点: 化妆品类社零高增, 美容护理板块消费韧性凸显

化妆品

水羊股份发布 2023 年限制性股票激励计划, 本次激励计划向包括公司董事、高管及核心员工在内的 345 人授予限制性股票合计 326.89 万股, 占本激励计划草案公告时公司股本总额的 0.84%。本激励计划的公司层面业绩考核为: 第一个归属期 2023 年净利润不低于 3.00 亿元, 第二个归属期 2024 年净利润不低于 4.00 亿元。本次激励计划有助于促进公司竞争力的提升以及激发核心人才的积极性。

据国家统计局数据, 2023 年 6 月化妆品类社零同增 4.8%, 在去年高基数下仍然保持高于总体的增速(社零总额同比增长 3.1%), 2023H1 化妆品类社零同增 8.6%, 整体表现良好。

从化妆品品牌结构来看, “成分党”观念升级带动具备良好原料复配的功效性护肤品需求高增, 而雅诗兰黛等部分高端护肤品在疫后增速放缓, 品牌结构变动明显。**本周推荐个股: 具有较强爆品打造能力且副品牌增长强劲的珀莱雅; 重组胶原蛋白龙头且品牌力快速提升的巨子生物。**

医美

据公司公告, 复锐医疗科技向美国市场推出 Alma Veil 产品, 该产品将 532 纳米激光、1064 纳米激光和 Micropulse 相结合, 对各种血管及皮肤病具有显著疗效。

从客流量的角度来说, 7 月暑期来临, 对医美终端客流量有所利好, 手术类医美和非手术类医美项目共振。从政策端来看, 政策监管持续趋严, 利好当前已获证企业。

医美板块短期看好线下客流回升带来的业绩边际向好，长期看好渗透率提升下医美市场持续景气。本周推荐个股：注射类产品管线布局完善+监管趋严下龙头集中度提升+股权激励计划三重共振的爱美客；不断拓展注射类和射频类家用美容仪产品，同时持续深化直销渠道的医美设备龙头复锐医疗科技。

黄金珠宝

据 wind，本周（7.24-7.28）伦敦现货黄金价格环比上周下调 0.32%至 1954.25 美元/盎司，上海金交所黄金现货收盘价环比上周下调 0.58%至 455.68 元/克，金价持续高位震荡。

据世界黄金协会，2023H1 美元金价同比上涨 5.4%，未来预计发达经济体紧缩周期接近尾声，经济硬着陆仍存在可能性，预计债券收益率的区间震荡和美元的疲软态势将继续为金价提供助力。

从需求端来看，悦己主义背景下，金价稳定在高位不会对自戴消费产生显著的负面影响，反而因金价上涨，从价的维度提升营收，同时婚庆需求持续释放，刚性需求带来需求端明显支撑。

据国家统计局，2023 年 6 月金银珠宝类零售额同比增长 7.8%，高于社零总额增长（3.1%），2023H1 同比增长 17.5%，高于社零总额增长（8.2%），并成为 2023H1 增长最快的细分板块。当前持续看好黄金珠宝类在经济复苏下及高金价背景下持续实现修复。建议关注：以镶嵌品类为基础，向黄金品类快速扩展的周大生；拥有强渠道和强品牌力的老凤祥。

宠物

据国家发改委，本周（7.24-7.28）鸡肉零售价环比持平为 12.66 元/斤，同比下降 2.16%，相较年初下降 3.73%，鸡肉价格回落，利好宠物食品厂商补充原材料存货。

据海关总署，2023 年 6 月零售包装狗食或猫食饲料的罐头出口量为 174.02 吨，同比-30.86%，出口总额为 2543.37 万元，同比-16.14%，按美元计价为 363.52 万美元，同比-19.80%。2023H1 零售包装狗食或猫食饲料的罐头出口总额人民币/美元口径下同比+18.74%/+11.04%，量价拆分来看，出口量同比+14.77%，人民币/美元口径下单价同比+3.45%/-3.25%。

据海关总署，2023 年 6 月其他零售包装的狗食或猫食饲料出口量为 1944.57 吨，同比-17.63%，人民币/美元口径下出口总额分别为 7.27 亿元/1.04 亿美元，同比+1.41%/-2.90%，人民币口径下出口总额同比增速为今年以来第二次转正。分季度来看，2023Q2 人民币/美元口径下出口总额同比-0.83%/-6.87%，降幅环比收窄 14.52pct/4.63pct，从出口量来看，2023Q2 同比-8.50%，降幅环比收窄 18.59pct，从单价来看，人民币/美元单价分别同比+8.39%/+1.79%，保持 Q1 的增长趋势。从 2023H1 来看，人民币/美元口径下出口总额同比-7.82%/-13.98%，出口单价分别同比+12.13%/4.64%，出口量同比-17.79%。从整体来看，海外去库存接近尾声，我国宠物食品出口迎来修复。

“它经济”不断崛起，情感需求驱动宠物行业规模稳步扩张，同时细分猫狗类别

来看，相较于养狗的较多限制条件，养猫“更省心”已受到消费者普遍认可，养猫人群快速增长。从品牌端来看，国内品牌商内部运营通过供应链完善、品类扩张及品牌打造来不断提升国内市场份额提升，同时伴随海外客户库存调减压力逐步释放，出口端预计未来将逐季改善。**建议关注持续推进“出口转内销”的标的：中宠股份、天元宠物。**

个护

在地经济和社交电商的带动下，个护品类实现快速成长。细分来看，个护家电受益于直播电商、颜值经济及产品精细化概念的持续火热，美容仪、美牙仪及美发仪快速增长。2022年，美容仪产品线上平台的年零售额/零售量同比+111%/172%，美发系列产品零售额突破百亿规模，同增15%，其中电吹风线上市场规模同增29.7%。

洗护清洁朝精细化趋势发展，引领香氛型日化产品赛道推陈出新；“懒人经济”崛起，要精致，也要省心，助推传统清洁品类再升级。618期间，洗护清洁总销售额达144亿元，其中天猫top5品牌分别为护舒宝/维达/植护/立白/清风，京东top5分别为维达/海飞丝/心相印/洁柔/玉兰油。

伴随疫情影响减弱及消费复苏，品牌商于23Q1主动加大营销投入力度，收入端持续回暖，增长兑现良好，看好原材料以石化产品为主的品牌商，23Q1受益于石油价格回落，利润开始兑现，**建议关注：豪悦护理、百亚股份等。**

跨境电商

7月13日根据海关总署新闻发言人吕大良介绍，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8210亿元，增长19.9%，进口2760亿元，增长5.7%，跨境电商行业发展保持了良好发展势头。

2023年开始海运价格大幅下滑，叠加我国对跨境电商产业持续推出多种政策和配套措施，行业环境在不断改善。而AIGC技术在跨境电商的应用不断加深，短期在宣传、智能推荐、智能客服等环节有望带来降本增效，长期将有望提供创新升级的使用体验从而推动行业整体变革。**我们认为海外刚需叠加供给优化的背景下，积极布局AIGC的跨境电商公司将有望长期持续受益，建议关注：焦点科技、华凯易佰、吉宏股份等。**

专业零售

【超市】2023年1-6月限额以上零售业单位中超市零售额同比下降0.4%，表现较为平淡。龙头超市企业内部运营通过提升单店质量、供应链不断优化、线上线下一融合来不断提升盈利能力，外部环境因社区团购补贴不断退坡后、疫后人流恢复，竞争环境持续改善，有望迎来业绩持续改善和估值修复。**建议关注强供应链能力的标的：红旗连锁、永辉超市。**

【百货】2023年1-6月限额以上零售业单位中百货店零售额同比增长9.8%，疫情受损部分持续恢复中。百货公司2022年受疫情影响较为严重，盈利能力承压，但龙头公司通过不断优化门店运营能力和商品结构，加强引流能力和会员管理能力，2023Q1开始线下人流持续恢复，盈利能力有望环比改善。**建议关注疫后经营能力不**

断提升的标的：天虹股份、重庆百货等。

【母婴】龙头连锁品牌逆势扩张。母婴行业虽受出生率下降及三年疫情影响而受损，进入缩量竞争的时代，但龙头连锁品牌在疫情之下逆势扩张，例如：母婴零售龙头孩子王于 2023 年 6 月 9 日发布公告，拟以 10.4 亿元现金收购北方母婴连锁零龙头乐友国际 65% 股权；而爱婴室也早于 2021 年 8 月以 2 亿元人民币收购华中母婴龙头贝贝熊，未来行业龙头集中度有望进一步提升。同时相关公司也在不断优化产品组合和店铺效率，不断提升盈利能力。**建议关注行业集中度不断提升的母婴连锁品牌：爱婴室、孩子王。**

【专业零售】专业零售行业受益于疫后修复以及品牌升级，优化单店模型及消费者购物体验，业绩有望持续改善。**建议关注：线下品牌连锁零售龙头名创优品；线下眼镜零售龙头博士眼镜；潮玩零售龙头泡泡玛特。**

酒店

暑期即将过半，国内游热度也逐渐攀升至高点。而酒店无论是需求端还是供给端都发生诸多变化，行业新特征不断涌现。根据驿镜数据研究院显示，2023 年第 29 周全国不同档位酒店（经济型、中档型、高档型、豪华型）OCC 分别为 66.52%/69.6%/59.96%/52.9%，ADR 分别为 156.4/363.58/527.71/1023.09 元，RevPAR 分别为 104.4/253.05/316.41/541.21。

为一场演出、一场活动而奔赴一座城市，观演式旅游成为年轻人旅游出行新态势，拥有极大潜力。据微博数据显示，五一期间，演出等各类活动与地名捆绑式的观演式旅游热搜超 180 个。其中演唱会/巡演相关热搜 100 个，占比 55%，音乐节热搜 51 个，占比 28%。8 月 6 日，“TFBOYS 十年之约演唱会”将在西安奥体中心体育场举办，吸引全国歌迷齐聚，TFBOYS 演唱会的举办也带动西安全城住宿持续升温。美团、大众点评数据显示，7 月 24 日，演出门票正式开售后，西安住宿的瞬时浏览量超过了今年 5 月 1 日同时段。演出前后（8 月 5-7 日），西安的住宿提前预订量较去年同期增长超过 30 倍，成都、北京、重庆、武汉、广州等地的预订用户居多，30 岁以下的预订用户超过七成。

暑假期间是旅游出行旺季，观演游、研学游等出行形式引领需求进一步释放，催化酒店相关标的业绩持续提升。**建议关注两条主线：（1）疫后行业复苏，受益酒店规模化高集中度优势的相关标的：锦江酒店，华住，首旅酒店；（2）受益于酒店行业中高端化转型，单店模型盈利能力优秀的相关标的：君亭酒店。**

旅游

奥纬咨询近期的一项调研显示，在疫情前有出境游经历的受访者中，40%已于今年重启海外旅行。奥纬预测，到今年年底，62%有海外旅行经历的中国游客将重启出境游，预计其购物开支将占比旅行总预算的 48%，回归至疫情前水平。调研显示，中国出境游市场或将于 2024 年下半年之后才能全面复苏。在疫情前有出境游经历而今年并未计划的受访者中，24%表示会安排 2024 年出游，59%则计划到 2025 或 2026 年重启海外旅行。而从未有过出境游经历的受访者中，仅有 37%考虑在 2026 年前赴海外旅行。据国家移民管理局统计，2023 年上半年，全国移民管理机构共查

验出入境人员 1.68 亿人次，是 2019 年同期的 48.8%，其中内地居民 8027.6 万人次，港澳台居民 7490.3 万人次，外国人 843.8 万人次（不含边民）；查验交通运输工具 983.1 万架（艘、列、辆）次，是 2019 年同期的 53.8%，其中飞机 20.4 万架次，船舶 19.1 万艘次，火车 4.4 万列次，汽车 939.2 万辆次。

暑期旅游出行旺季已经到来，境内游与出境游稳步恢复，消费场景的回归伴随消费刺激类活动落地，可以有效增强游客消费意愿，假期出行需求将进一步释放，催化旅游景区以及酒店类标的业绩复苏。**建议关注：优质景区标的宋城演艺、天目湖、中青旅、黄山旅游，底部免税龙头中国中免等。**

3 行业动态梳理

雀巢 2023 上半年总销售额同比增长 1.6%

雀巢发布 2023 年度上半年财报，上半年雀巢集团总销售额 463 亿瑞士法郎（约合 3848.39 亿人民币），总销售额同比去年增长 1.6%。其中雀巢大中华大区有机增长率为 4.7%，其中定价贡献率为 3.4%，实际内部增长率为 1.3%。外汇汇率产生了 9.5% 的负面影响。大中华大区的销售额下降了 4.8%，为 25 亿瑞士法郎。

华东首家京东 MALL 落户宁波 将于 9 月 28 日开启试营业

近日，京东官宣华东首家、全国第 8 家京东 MALL 正式落户宁波，将于 9 月 28 日试营业。据介绍，宁波京东 MALL 位于鄞州区四明中路 688 号原利时奥特莱斯，营业面积达到 3 万平方米，在设计上融合了宁波“科技智造”、“港口城市”的特色，以“未来科技”为主题，引入 200 余家知名家电家居品牌，汇聚 20 万种潮流商品，打造具有未来感的全场景综合类消费商业体。宁波京东 MALL 员工招聘正在进行中，将为本地带来 400 余个就业岗位。

成都大运会带动运动消费热情，唯品会上体育用品销量攀升

第 31 届世界大学生夏季运动会开幕在即，“大运热”带来的运动风潮已经席卷成都各个角落，工作日白天上班、上学，晚上和周末运动健身已成为不少人追求健康的一种生活方式。在全民运动氛围的带动下，成都也掀起了运动消费热潮。

据悉，作为首批国家体育消费试点城市，去年成都体育消费规模达 582 亿元，人均超 2700 元。这股热潮同样反映在线上消费，电商平台唯品会数据显示，5 月以来，四川省体育用品销量迎来大幅度增长，其中冲锋衣销量同比增长 183.76%，运动帽、儿童跑步鞋和运动外套销量分别同比增长 131.52%、104.35% 和 90.65%。实际上，“活力四射”的体育消费，正在成为消费市场的新亮点，社交平台小红书上 #健身穿搭# 相关话题浏览量达到 12 亿。

砂之船奥莱第二季度总销售额同比提升 40%

近日，据砂之船集团官方数据显示，集团旗下奥莱 2023 年 Q2 总销售额同比提升 40%，总客流同比提升 52.1%，会员消费人数同比提升 46%。砂之船夜奥莱小程序线上销售额同比提升 262%，项目城市外销额同比提升 223%。

数据显示，2022 年，中国奥特莱斯行业的销售规模增速为 8%，高于其他零售业态。全国现有在营奥特莱斯项目 226 个，销售额约为 2100 亿元。未来 3 年左右，奥特莱斯行业仍处于快速发展阶段。

百联股份在上海新设商业管理公司 投资比例为 100%

7月26日，上海百联集团股份有限公司新增一则对外投资。企查查显示投资企业为上海百联又一城商业管理有限公司，投资比例为100%。

欧莱雅拿下历史最佳业绩，北亚区增长3.9%加速反弹

7月28日凌晨，欧莱雅集团公布了2023年上半年最新财报。数据显示，在2023年的前6个月里，集团共录得销售额205.74亿欧元（约合人民币1623.14亿元），同比增长13.3%；营业利润同比增长13.7%至42.59亿欧元（约合人民币334.79亿元）。其中第二季度的销售额为101.94亿欧元（约合人民币801.01亿元），较2022年同期增长13.7%。

报告期内，集团所有业务部门、所有地区均实现增长。其中欧洲地区的销售额大超北亚区，为欧莱雅第一大市场；北亚地区在五大市场中增速最低，同比增长3.9%达56.53亿欧元（约合人民币444.29亿元）。中国大陆市场在今年第二季度继续逐步复苏，集团的所有渠道、所有部门都实现了增长。

LVMH 二季度营收增长17% 亚洲有机营收增长34%

当地时间7月25日，LVMH发布的财报显示，该公司第二季度营收为212.06亿欧元，同比增长17%，高于分析师预期的210.2亿欧元。今年上半年营收为422.40亿欧元，同比增长17%；净利润84.81亿欧元，上年同期为65.32亿欧元。

分地区来看，二季度除了美国地区之外，其他地区营收都出现两位数同比增长：美国有机营收同比下滑1%，日本同比增长29%，剔除日本的亚洲有机营收增长34%，在欧洲的有机营收同比增长19%。环比来看，仅有除日本外的亚洲地区二季度营收增速快于一季度。

Loewe 首度成为全球最热门时尚品牌

据Lyst Index公布的2023年第二季度数据，在过去三个月里，西班牙老牌奢侈品罗意威(Loewe)的搜索量猛增19%，实现弯道超车，以持续增长的在线关注度，超越意大利品牌普拉达(Prada)，首次成为全球最热门的时尚品牌。该品牌在创意总监乔纳森·安德森(Jonathan Anderson)的指导下焕发新生，精湛的工艺和备受关注的热门产品进入大众视野，如Anagram背心和经典款的篮子包。紧随其后的分别是普拉达(Prada)、范思哲(Versace)、缪缪(Miu Miu)、葆蝶家(Bottega Veneta)、华伦天奴(Valentino)、圣罗兰(Saint Laurent)、盟可睐(Moncler)、古驰(Gucci)和迪奥(Dior)。

美国通胀降温 折扣店却持续升温

Placer.ai披露的最新数据显示，在4月至6月期间，即使美国通胀降温，一元店和硬折扣店的客流量仍增长了4.7%，小型食杂店则相对稳定，而大型超市则下降了2.4%。在连锁超市领域，近六成的顾客更加青睐于乔氏超市、Lidl、HEB等小型店铺。大型连锁超市沃尔玛和塔吉特的客流均有所下降。Costco的客流小幅增长0.7%，同类型的仓储会员超市BJ's客流下降4.1%。在折扣店中，以美元树和达乐为首的一元店分别占比39.4%和32.9%，其他玩家也纷纷出现客流回升的迹象。

美宜佳门店突破32000家，半年新增超2000家门店

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。

美宜佳成立于1997年，用了10年时间，拓展了1000家门店；又用了10年时间，门店总数达到10000家；而从10000家门店拓展至20000家门店，仅用了

3年时间；从20000家门店拓展至30000家门店仅用2年，美宜佳的扩张速度越来越快。

亚马逊全球物流推出优惠措施，帮助卖家备战下半年销售旺季

近日，亚马逊全球物流中国宣布推出一系列跨境物流及仓储优惠措施，涵盖亚马逊FBA卫星仓、美东标准件入仓等多重福利，帮助卖家以高性价比的跨境物流解决方案备战下半年的销售旺季，并赋能卖家搭建“柔性”供应链的能力，更好地实现全球布局和运营管理。

SHEIN 湾区西部智慧产业园提速，总用地 680 亩预计年产值 35 亿

近日，SHEIN 位于肇庆新区的希音湾区西部智慧产业园项目建设持续提速。作为 SHEIN 在供应链领域持续加码，以及探索供应链智能化和精益化建设的重点项目，希音湾区西部智慧产业园计划总投资 35 亿元，总用地面积约 680 亩，项目达产后预计每年实现产值 35 亿元、实现服务贸易出口额 35 亿元，将有力带动就业与促进创收。

Meta Q2 财报：营收同比增长 11% 全平台 DAU 增长 7%至 30.7 亿

7月27日消息，Meta 公布 2023 年第二季度（截至 2023 年 6 月 30 日）财报。财报数据显示，Meta 二季度总营收为 319.99 亿美元，同比增长 11%，不计入汇率变动的影响为同比增长 12%，这是 Meta 自 2021 年第四季度以来首次出现两位数增长；整体毛利率进一步提升至 81.4%，经营利润率达到了 29.4%；净利润为 77.88 亿美元，同比增长 16%，每股摊薄收益为 2.98 美元，同比增长 21%；总成本和开支为 226.1 亿美元，同比增长 10%。

在用户规模上，二季度，Meta 全平台日活（DAU）达 30.7 亿，同比增长 7%；月活（MAU）则达到 38.8 亿，同比增长 6%，净增 7000 万新用户，主要来源于 Facebook。

随着国内疫情管控政策的全面放开，文旅市场回弹迅速

浩华发布 2023 年第三季度中国酒店市场景气调查报告。随着国内疫情管控政策的全面放开，消费端的强劲需求释放出积极信号，文旅市场回弹迅速。整体来看，对于第三季度的实际业绩表现，市场对于住宿率、平均房价和总收入的预期趋势较为一致，均呈现积极的预期结果。

文旅部：加大对“黄牛”、第三方平台违规囤票、倒票等行为的打击力度

文化和旅游部办公厅发布关于进一步提升暑期旅游景区开放管理水平的通知。其中提出，各地文化和旅游行政部门要联合公安、市场监管、网信等部门，加大对“黄牛”、第三方平台违规囤票、倒票等行为的打击力度，同时完善旅游景区门票分销系统，有效防止“黄牛”挤占票源。加强旅游市场秩序监管，严查欺客宰客等行为，维护景区游览秩序，净化旅游消费环境。会同发展改革等部门加强价格监管，严格查处价格违法行为，保障游客权益。

4 公司公告梳理

图表 7: 本周公司公告梳理

时间	公司	公司公告
7.25	利福中国	公司预计上半年净利不少于 1.1 亿元人民币, 上年同期净利 2788 万元。
7.30	医思健康	集团预期 2023 年 4 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日期间取得: 季内整体销售额不少于 10.86 亿港元, 较去年同期升幅不少于 23%;季内集团所提供的医疗服务销售额较去年同期升幅不少于 18%;季内集团香港及澳门美学医疗、美容及养生服务的销售额较去年同期升幅不少于 40%;季内集团中国内地美学医疗、美容及养生服务的销售额较去年同期跌幅不多于 10%;及季内集团其他服务销售额较去年同期升幅不少于 4%。
7.28	贝泰妮	贝泰妮 7 月 28 日公告, 股东厦门臻丽咨询有限公司减持 462.27 万股公司股份, 占流通股总数的 1.09%, 减持比例超过公司现有总股本的 1.00%。
7.28	水羊股份	水羊股份拟拟向激励对象授予限制性股票合计 326.8875 万股, 占本激励计划草案公告时公司股本总额的 0.84%。
7.28	桂林旅游	桂林旅游股份有限公司董事会于 2023 年 7 月 28 日收到公司董事邓康康先生提交的书面辞职报告, 因达到法定退休年龄并已退休, 邓康康先生申请辞去公司第七届董事会董事及战略委员会成员职务。辞职后, 邓康康先生不再担任公司及控股子公司任何职务。截至本公告披露日, 邓康康先生未持有公司股份。

数据来源: Wind、华福证券研究所

5 风险提示

疫情影响消费复苏、宏观经济波动影响消费水平、食品安全风险、政策风险、经销商资金链问题抛售产品损害品牌、原材料成本大幅波动。

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

一般声明

华福证券有限责任公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本公司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任何责任。

本报告的信息均来源于本公司认为可信的公开资料，该等公开资料的准确性及完整性由其发布者负责，本公司及其研究人员对该等信息不作任何保证。本报告中的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，之后可能会随情况的变化而调整。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息及资料保持在最新状态，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。

在任何情况下，本报告所载的信息或所做出的任何建议、意见及推测并不构成所述证券买卖的出价或询价，也不构成对所述金融产品、产品发行或管理人作出任何形式的保证。在任何情况下，本公司仅承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告以供投资者参考，但不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的承诺或担保。投资者应自行决策，自担投资风险。

本报告版权归“华福证券有限责任公司”所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的转载，本公司不承担任何转载责任。

特别声明

投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其本公司的关联机构可能会持有本报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司正在提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	评级	评级说明
公司评级	买入	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅在 20%以上
	持有	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于 10%与 20%之间
	中性	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于-10%与 10%之间
	回避	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅介于-20%与-10%之间
	卖出	未来 6 个月内，个股相对市场基准指数涨幅在-20%以下
行业评级	强于大市	未来 6 个月内，行业整体回报高于市场基准指数 5%以上
	跟随大市	未来 6 个月内，行业整体回报介于市场基准指数-5%与 5%之间
	弱于大市	未来 6 个月内，行业整体回报低于市场基准指数-5%以下

备注：评级标准为报告发布日后的 6~12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的相对市场表现。其中，A 股市场以沪深 300 指数为基准；香港市场以恒生指数为基准；美股市场以标普 500 指数或纳斯达克综合指数为基准（另有说明的除外）。

联系方式

华福证券研究所 上海

公司地址：上海市浦东新区浦明路 1436 号陆家嘴滨江中心 MT 座 20 层

邮编：200120

邮箱：hfyjs@hfzq.com.cn