



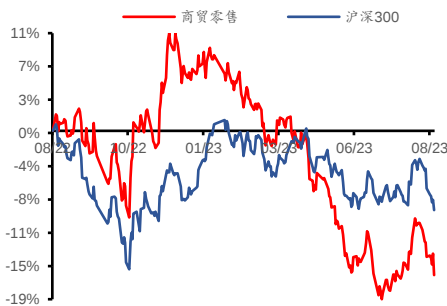
上海证券
SHANGHAI SECURITIES

增持（维持）

行业： 商贸零售
日期： 2023年08月20日

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：

《7 月社零同比增长 2.5%，社会消费持续温和复苏》

——2023 年 08 月 18 日

《阿里 24 财年一季度营收增 14%，组织变革释放活力》

——2023 年 08 月 13 日

《政策明确支持恢复和扩大消费，关注低估值的行业龙头优质标的》

——2023 年 08 月 06 日

电商渗透率维持稳定，京东 Q2 营收同比增长 7.6%

——行业周报（20230814-0818）

■ 周度核心观点：

电商：

1-7 月份电商渗透率维持稳定，京东 Q2 营收同比增长 7.6%。1-7 月份全国网上零售额同比增长 12.5%，其中实物商品网上零售额增长 10.0%，占社会消费品零售总额的比重为 26.4%（环比-0.2pct），线上仍然优于线下消费，电商渗透率维持稳定。我们推算单 7 月实物商品网上零售额同比增长 6.62%（较 6 月-0.12pct），两年复合增速为 8.3%。8 月 16 日，京东发布 2023 年第二季度财报，23Q2 实现营收 2879 亿元，同比增长 7.6%，Non-GAAP 净利润为 86 亿元，同比增长 31.9%。分收入来看，Q2 商品销售和服务业务收入均实现增长，商品销售（1P 业务）收入同比增长 3.5%，其中带电品类收入同比增加 11.4%，日用百货收入同比减少 8.6%；服务业务收入同比增加 30.1%，其中平台及广告（3P 业务）收入同比增加 8.5%，物流及其他业务收入增加 51.5%。分部来看营收和业绩，京东零售收入同比增长 4.9%，经营利润同比减少 0.4%；京东物流收入同比增长 31.2%，经营利润同比增加 1316.7%；达达收入同比增长 23.2%，经营亏损 2900 万。新业务（京东产发、京喜以及海外业务）收入同比减少 31.1%，经营利润为 10.61 亿。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：

7 月社零同比增长 2.5%，社会消费持续温和复苏。2023 年 7 月，我国社零总额为 3.68 万亿元，同比+2.5%（前值为 3.1%），两年复合增速+2.6%；1-7 月份社零总额为 26.43 万亿元，同比+7.3%，两年复合增速+3.5%。我们推算 7 月线下零售额（社零总额-实物网上商品零售额）为 2.75 万亿元，同比增长 1.17%（较 6 月-0.37pct），两年复合增速为 0.9%；推算 1-7 月份线下零售整体增长 6.19%，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 7.5%、4.5%、3.5%、8.2%，超市零售额同比下降 0.5%。各家公司中报业绩进入密集披露期，红旗连锁 2023H1 营收为 50.03 亿元，同比增长 2.45%，归母净利润为 2.57 亿元，同比增长 15.23%；小商品城 2023H1 营收为 51.6 亿元，同比增长 22.68%，归母净利润为 19.98 亿元，同比增长 63.50%。我们认为陆续出台的促消费政策或将推动消费延续复苏态势，看好低估值的行业龙头优质标的。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。7月限额以上单位金银珠宝零售额同比-10.0%，增速环比6月份-17.8pct；1-7月份金银珠宝同比增长13.6%，增速环比-3.9pct。8月1日，世界黄金协会发布《全球黄金需求趋势报告》显示，得益于今年上半年全球央行购金量创同期历史新高，以及黄金投资和金饰消费需求的持续增长，黄金市场势头良好。总的来看，上半年中国国内金饰需求同比增长17%至328吨，因季节性规律，2023年年底前金饰需求或将逐步回升。中国黄金披露2023年半年度报告，2023H1营业收入为295.7亿元，同比增长16.73%，归母净利润为5.37亿元，同比增长22.31%。我们认为黄金珠宝板块在即将到来的七夕节日催化下，送礼等消费需求释放，行业景气度有望延续，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（2023.08.14-2023.08.18），商贸零售（中信）指数下跌0.83%，跌幅小于沪深300指数1.75pct。本周，商贸零售板块在30个中信一级行业中排名第10位，本周涨幅排名靠前的子行业为医疗美容、专业市场经营和综合业态。

■ 行业动态跟踪：

传统零售：永辉发布首批调优门店进展，部分门店客流量二季度环比增加近10%；国家统计局8月份开始首次增加发布服务零售额数据；七鲜超市北京通州乐堤港店开业；“赵一鸣零食”门店突破2000家；北京王府井喜悦有望正式开业；9部门印发县域商业三年行动计划；Costco杭州店将于8月26日开业；山姆会员店计划于安徽筹备开店；长沙首家万家City即将开业；盒马上线“宠物服务”频道，盒马mini浙江首店落地杭州，杭州第23家盒马鲜生也开出。

电商：亚马逊削减数十个自有品牌，应对反垄断审查和控制成本，亚马逊Prime Day两天内会员用户购买超3.75亿件商品；抖音上线“抖音进口超市”自营店；Shopee将执行本地化履约退出机制；商务部称要推动农村电商高质量发展；苏宁“云帆计划”半月新入驻商家增长108%；支付宝正式推出商业推广平台“灯火”，首发三款产品；古驰与京东达成战略合作，开出古驰京东官方旗舰店；淘天集团发布新绩效管理制度；跨境电商SHEIN定下4000亿营收目标；天猫将消费电子“送装一体”服务升级为“即送即装”服务。

黄金珠宝：7月官方黄金储备连续第九个月增加。

■ 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；政策趋严风险；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	6
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 上市公司 2023 年半年报披露日期	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：本周零售子版块涨跌幅	6
图 5：今年以来零售子版块涨跌幅	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 4：零售行业上市公司 2023 年半年报预计披露日期	15

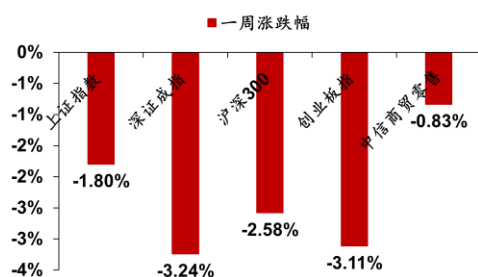
1 本周行情回顾

1.1 板块行情

本周（2023.08.14-2023.08.18），商贸零售（中信）指数下跌 0.83%，跌幅小于沪深 300 指数 1.75pct。年初至今，商贸零售板块下跌 4.05%，跑输沪深 300 指数 1.78pct。

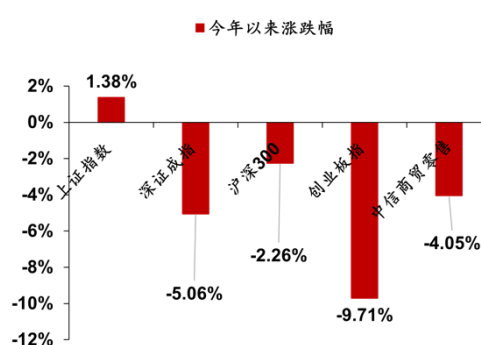
本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 10 位，其中 4 个行业上涨，纺织服装（+0.90%）、国防军工（+0.83%）和电力及公用事业（+0.51%）领涨。

图 1：本周主要指数涨跌幅



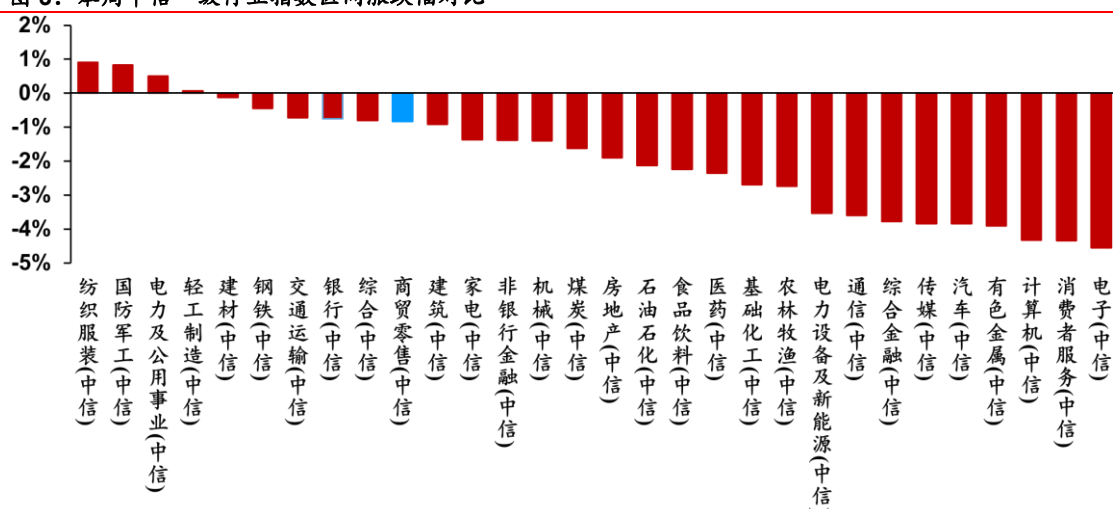
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

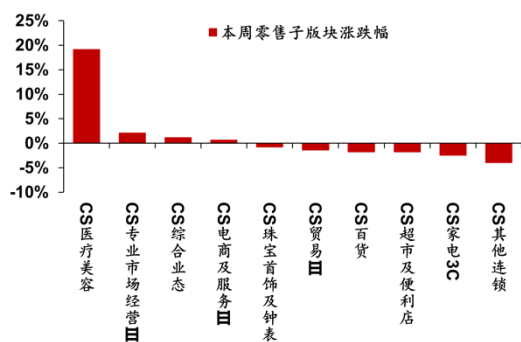


资料来源：Wind，上海证券研究所

商贸零售板块子行业表现：本周涨幅排名靠前的子行业为医疗美容、专业市场经营和综合业态，涨幅分别为 19.12%、2.06%

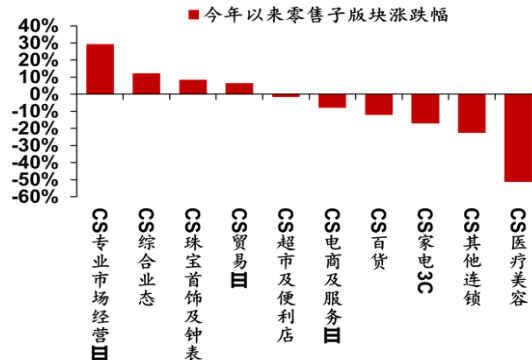
和 1.14%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别为专业市场经营 III、综合业态和珠宝首饰及钟表，涨幅分别为 28.93%、11.91%和 8.12%。

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，39 家公司上涨，68 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：上海九百 (+13.17%)、*ST 跨境 (+8.82%)、小商品城 (+7.00%)；跌幅较大的个股为：汇通能源 (-9.36%)、国芳集团 (-6.94%)、壹网壹创 (-5.88%)。

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	600838.SH	上海九百	13.2	31
2	002640.SZ	*ST 跨境	8.8	62
3	600415.SH	小商品城	7.0	478
4	002740.SZ	爱迪尔	6.3	13
5	600361.Sh	华联综超	5.7	245

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	600605.SH	汇通能源	-9.4	38
2	601086.SH	国芳集团	-6.9	40
3	300792.SZ	壹网壹创	-5.9	60
4	002336.SZ	人人乐	-5.7	66
5	600778.SH	友好集团	-5.7	21

资料来源：Wind，上海证券研究所

2 行业动态跟踪及大事提醒

请务必阅读尾页重要声明

2.1 行业要闻回顾

1. 传统零售动态跟踪

【永辉发布首批调优门店进展，部分门店客流量二季度环比增加近 10%】截至 8 月初，首批规划的近 300 家待调优门店，已完成近 70%；部分焕新门店的二季度客流量环比增加了近 10%。
(2023-8-14, 36 氪)

【国家统计局称 7 月份社会消费品零售总额增长 2.5%】国家统计局发布数据显示，7 月份，社会消费品零售总额 36761 亿元，同比增长 2.5%，环比下降 0.06%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 31920 亿元，同比增长 2.3%；乡村消费品零售额 4841 亿元，增长 3.8%。按消费类型分，商品零售 32483 亿元，增长 1.0%；餐饮收入 4277 亿元，增长 15.8%。在限额以上单位商品零售额中，粮油、食品类，中西药品类，饮料类，通讯器材类商品零售额分别增长 5.5%、3.7%、3.1%、3.0%。1-7 月份，社会消费品零售总额 264348 亿元，同比增长 7.3%。全国网上零售额 83097 亿元，同比增长 12.5%。其中，实物商品网上零售额 69856 亿元，增长 10.0%，占社会消费品零售总额的比重为 26.4%。1-7 月份，服务零售额同比增长 20.3%。按零售业态分，1—7 月份，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 7.5%、4.5%、3.5%、8.2%，超市零售额同比下降 0.5%。(2023-8-15, 亿邦动力)

【国家统计局 8 月份开始首次增加发布服务零售额数据】服务零售额主要是指企业（产业活动单位、个体户）以交易形式直接提供给个人和其他单位非生产、非经营用的服务价值的总和。旨在反映服务提供方以货币形式销售的属于消费的服务价值，包括交通、住宿、餐饮、教育、卫生、体育、娱乐等领域服务活动的零售额。从统计口径来看，社会消费品零售总额侧重于反映实物商品的消费，包括商品零售和餐饮收入，但是没有包括餐饮服务以外的其他服务消费，难以全面反映消费市场的发展情况。为此，国家统计局开展了贸经统计方法制度改革，拓展消费统计的范围，建立反映服务消费发展情况的指标，即服务零售额。(2023-8-15, 证券时报网)

【银泰百货新店落户宁波慈溪，接盘原慈溪保利 MALL】慈溪市银泰百货保利店项目外立面维修规划方案公示——这意味着此前网传已久的“保利 MALL 要变银泰百货”的消息得到了进一步证实。目前原慈溪保利 MALL 商管团队已正式退出项目，不再参与招商及运营。银泰商业团队已全面接手项目经营。改造后，将以“慈溪城西银泰百货”的全新形象亮相。(2023-8-15, 联商网)

【七鲜超市北京通州乐堤港店开业】8月11日，京东旗下自营超市七鲜超市北京通州乐堤港店正式开业。该门店共 7000 余种商品，包含时令生鲜蔬菜水果，本地鲜蔬菜，有机蔬菜系列，特色沙拉，快手菜，自制面包等，分别按主题场景陈列。(2023-8-15, 联商网)

【“赵一鸣零食”门店突破 2000 家】8月16日，零食集合店品牌“赵一鸣零食”全国门店数量已突破 2000 家。据赵一鸣官网显示，其从炒货店起步，逐步涉及零食，2020 年 10 月开放加盟，二店率达 65%以上，且每家店都盈利良好。(2023-8-16, 新浪财经)

【北京王府井喜悦有望正式开业】8月16日，从北京市商务局了解到，2023 年年底，王府井大街南端的“新国潮”购物中心——王府井喜悦有望正式开业，在太古里，路易威登和迪奥的独立独栋旗舰店即将开业，北京首家爱马仕之家也已在规划中。(2023-8-16, 联商网)

【银泰百货暑期消费数据称家居户外品类迎三位数增长】银泰百货发布 2023 年暑期消费数据。数据显示，暑期热销品类中，家居用品增长 101.57%，户外用品增长 91.76%。综合银泰百货全国 60 多家门店客流增幅情况，受旅游热和夜经济的拉动，全国多个热门旅游目的地所在的银泰门店客流均实现两位数增长。(2023-8-17, 36 氪)

【9 部门印发县域商业三年行动计划】8月14日，商务部等 9 部门办公厅（室）印发了《县域商业三年行动计划（2023-2025 年）》。《计划》明确提出，建立县域统筹，以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。到 2025 年，在全国打造 500 个左右的县域商业“领跑县”，建设改造一批县级物流配送中心、

乡镇商贸中心（大中型超市、集贸市场）和农村新型便民商店。90%的县达到“基本型”及以上商业功能。（2023-8-18，CCFA）

【Costco 杭州店将于 8 月 26 日开业】Costco 开市客杭州店将于 8 月 26 日正式开业，这是杭州首店，也是中国大陆第五家门店。该店位于杭州市萧山区鸿达路 63 号。该项目建成后单层面积约 1.8 万平方米，其中一层为层高 8 米的卖场，二、三层及屋顶为停车场。项目正式营业后，预计年营业额将超 10 亿元。据 Costco 开市客亚洲区总裁张嗣汉介绍，Costco 开市客深圳店将于 2024 年 1 月开业，Costco 开市客南京店也将于 2024 年 5 月亮相。（2023-8-18，CCFA）

【山姆会员店计划于安徽筹备开店】据安徽商报消息，8 月 31 日合肥将会有两宗商业地块进行拍卖。其中，合肥经开区的一宗地块可能会被用作沃尔玛山姆会员店的建设。此次目标是打造全国最高品质的会员店之一，计划尽快完成签约并在今年 9 月前开工，2024 年 9 月前开业。（2023-8-18，CCFA）

【长沙首家萬家 CiTY 即将开业】8 月 17 日据商丘网消息，萬家 CiTY 长沙欢乐颂店将于 8 月 18 日正式开业。该店位于长沙市岳麓区枫林三路 336 号欢乐颂 LG-8 号，是萬家 CiTY 在湖南长沙开设的首家门店。萬家 CiTY 是华润万家旗下创新品牌超市，以一日三餐为主，甄选核心品类，满足家庭生活日常高频次消费需求。值得期待的是，萬家 CiTY 长沙欢乐颂店还将引进长沙特产专柜以及 Olé 自有品牌系列产品。此外，该店还提供 3 公里内 1 小时极速达、1-10 公里同城配送、全国配送等服务。（2023-8-18，CCFA）

【盒马上线“宠物服务”频道】8 月 15 日，盒马上线“宠物服务”频道。App 内显示，消费者可在线预约猫、狗洗澡、美容，由专业宠物护理师、宠物美容师上门提供服务。上海的长宁来福士、丁香国际、杨高南路等 13 家盒马鲜生门店已经首批上线了宠物服务，后续将陆续铺开。盒马方面表示，将根据消费者实际需求，探索更多的宠物服务，满足盒区房的养宠用户的多元化需求。（2023-8-18，CCFA）

【盒马 mini 浙江首店落地杭州，杭州第 23 家盒马鲜生也开出】8 月 18 日，浙江首家盒马 mini 落户杭州西溪欢乐城，900 多平米

的面积，相比盒马鲜生，mini店显得更小巧。不止mini，8月18日盒马在天目里一街之隔的云洲国际也开出杭州第23家盒马鲜生，门店占地面积近4000方。盒马方面透露，杭州的烘焙销售一直在全国处于领先地位。此次云洲国际的盒马烘焙是杭州首家以全新标准呈现的门店，面积最大，品种最为丰富。（2023-8-18，联商网）

2. 电商行业动态跟踪

【亚马逊开始提供无额外包装送货】亚马逊近日开始提供无额外包装送货，数以百万计的亚马逊订单将在没有任何额外包装的情况下被配送给美国各地消费者。这一变化代表了这家科技巨头对配送流程进行全面改革的下一个前沿领域，亚马逊希望此举能吸引那些对每周收到和丢弃大量亚马逊包装盒感到厌烦的顾客。（2023-8-13，至美通研究院）

【亚马逊削减数十个自有品牌，应对反垄断审查和控制成本】亚马逊证实其正在放弃数十个自有品牌，以应对反垄断审查和控制成本、提振利润。该公司没有透露计划淘汰多少自有品牌，据消息称，预计数十个品牌将被削减，亚马逊自有品牌将只剩下不到20个。亚马逊自有品牌副总裁在一份声明中表示，在确定一些内部产品无法引起顾客共鸣后，该公司已考虑淘汰这些产品。“我们始终根据客户的需求做出决策，我们了解到，客户会寻找我们最大的品牌（例如Amazon Basics和Amazon Essentials），以获取高品质、高价格的超值产品。（2023-8-13，至美通研究院）

【抖音上线“抖音进口超市”自营店】抖音APP内，一家名为“抖音进口超市”的新店，于近期正式开业。这是抖音电商旗下的一家以自营类型为主的跨境电商业务。由于是新店开业，目前抖音进口超市内上架的商品25件，商品种类涵盖面膜、清洁贴片、眼贴等，不排除未来会上线更多种类的商品。商品的进口税已经包含到商品价格中，由国内的综合保税仓，经内地海关检查，再发往至消费者的手中。（2023-8-14，网经社）

【Shopee 将执行本地化履约退出机制】Shopee 方面表示，为了确保平台资源良性运转，激励本地化履约卖家店铺保持活跃度，平台将于 2023 年 8 月 18 日开始，分季度执行本地化履约项目退出机制。对于卖家海外仓和南宁仓店铺同时有以上情况的，平台将视为无继续经营意愿，会在 8 月 18 日于卖家中心给相关店铺发出提醒，而卖家必须在 9 月 18 日之前登录海外仓/南宁仓店铺正常运营，平台则不针对该店铺做出本地化履约项目退出处理。如果卖家在 6 月 20 日-9 月 18 日期间没有登录海外仓/南宁仓店铺，平台将自动为该店铺办理退出海外仓业务，即关闭店铺的 SBS 提品功能。如卖家在关闭 SBS 提品功能后，仍有重新加入海外仓的需求，可联系客户经理申请。（2023-8-14，风点跨境电商）

【商务部称要推动农村电商高质量发展】商务部等 9 部门办公厅（室）今日发布了关于印发《县域商业三年行动计划（2023-2025 年）》的通知，该通知提到要推动农村电商高质量发展。一是大力发展农村直播电商，鼓励有条件的县级电子商务公共服务中心拓展 020 体验店、云展会、网货中心、跨境电商等衍生增值服务；二是培育“土特产”电商品牌；三是鼓励农村电商创业就业（2023-8-15，亿邦动力）

【亚马逊 Prime Day 两天内会员用户购买超 3.75 亿件商品】亚马逊官方公布的数据显示，在今年为期 2 天的亚马逊 Prime Day 促销活动中，其会员用户在全球购买了超过 3.75 亿件商品，相比 2022 年的整体销量增加了 25%。（2023-8-16，亿邦动力）

【苏宁“云帆计划”半月新入驻商家增长 108%】自 7 月底公布“云帆计划”来，苏宁易购按下了新商家入驻的“快进键”。在慈溪、佛山现场招商会的刺激下，新入驻苏宁易购平台的商户环比 7 月增长了 108%。其中，45% 的新商家来自线下招商会，55% 的新商家是“自来水”。招商会上，苏宁易购承诺：最快一天完成入驻。从实际情况来看，最快的一名商家仅用了 5 小时 43 分即走完了所有审批流程。上午 10 点申请入驻，下午 4 点便已开通店铺。据统计，平均审批通过的速度为 22 个小时，超过预期。“云帆计划”是苏宁易购推出的一项针对平台商家的扶持措施，包括减免年费，降低佣金、保证金，补贴广告金等。（2023-8-16，联商网）

【支付宝正式推出商业推广平台“灯火”，首发三款产品】2023 支付宝合作伙伴大会今日正式召开。经过长达一年半时间的打磨，支付宝在本次大会上终于亮相了商业推广平台——灯火。意味着，支付宝公域流量的商业化进入全新阶段。现场，灯火平台首发三款产品：全域智投、搜索宝、品牌宝。（2023-8-17，亿恩网）

【古驰与京东达成战略合作，开出古驰京东官方旗舰店】8 月 17 日，古驰与京东（JD）宣布达成战略合作，揭幕古驰京东官方旗舰店，全球领先的意大利精品品牌古驰将首次为京东消费者呈现其多元的时尚美学和 102 年历史的意大利传奇工艺。此次战略合作以提供卓越的线上购物体验为宗旨，消费者可通过京东 APP 搜索“GUCCI”或“古驰”进入店铺，浏览包括服饰、手袋、旅行、鞋履、珠宝、腕表、配饰等在内的男士和女士精品，并可咨询古驰在线顾问，在便捷安全的数字化生态模式中，享受完整的古驰品牌服务。（2023-8-17，亿邦动力）

【淘天集团发布新绩效管理制度】淘天集团发布新的绩效管理制度，按季度、分三档来进行评估。阿里方面回应称，淘天集团新公布的绩效管理核心目标是充分扩大一线员工的发展空间，向中高层要结果，以激发组织的活力。相应的层级、激励等其他制度尚在制订中。新绩效管理制度要求，中高层管理者必须做好过程中的目标对焦和业务指导，为一线员工提供持续的能力提升和确定的进步通道。（2023-8-17，联商网）

【跨境电商 SHEIN 定下 4000 亿营收目标】SHEIN 宣布 2023 上半年的销量增长加速，并录得了公司历史上最高的上半年利润。SHEIN 的执行副董事长唐伟在一封致投资者信中提到：“我们在美国的持续增长势头巩固了我们在市场上的领先地位。”截至 2023 年年初，SHEIN 有着 7470 万活跃购物者，在整个 2022 年创造了约 224 亿美元的收入。与此同时，SHEIN 的 APP 在各平台下载量突破 2 亿次，是过去一年全球范围内下载次数最多的购物应用。最近 SHEIN 为自己定下了一个新的目标，要在 2025 年实现 585 亿美元年营收，约合人民币 4270 亿元。（2023-8-17，网经社）

【天猫将消费电子“送装一体”服务升级为“即送即装”服务】8 月 17 日天猫宣布，为更好提升消费电子送装服务体验，拟将消费电子“送装一体”服务升级为“即送即装”服务，将新增《消

费电子即送即装服务规范》；下线《消费电子送装一体服务规范》，下线前已付款订单仍需按照原规范完成履约。以上内容自8月24日正式生效。（2023-8-17，零售商业财经公众号）

3. 黄金珠宝行业动态跟踪

【7月官方黄金储备连续第九个月增加】7月，以美元计价的伦敦LBMA早盘金价和以人民币计价的上海SHAUPM午盘基准金价均实现反弹；但由于人民币的走强，后者涨幅较小。7月，上海黄金交易所(SGE)的黄金出库量为115吨，较上月减少8%，较2022年同期减少28%；充满挑战的经济形势以及季节性因素均对该项数据造成压力。趋紧的国内黄金供需变化可能是导致7月境内外金价溢价走高的一大因素。7月，中国市场黄金ETF再次实现小幅流入，流入约合5,200万美元（约合3.68亿元人民币）；中国市场黄金ETF资产管理规模(AUM)达32亿美元（230亿元人民币）；与此同时，持仓增加0.7吨至50.9吨。中国人民银行(PBoC)连续第九个月宣布增储黄金，7月中国官方黄金储备增加23吨至2,136吨。（2023-8-18，世界黄金协会公众号）

2.2 行业资本动态

【阿里巴巴入股跨境出口电商WOOK公司】跨境出口电商WOOK关联公司深圳市沃客非凡科技有限公司发生工商变更，新增阿里巴巴旗下杭州灏星企业管理合伙企业（有限合伙）等为股东。企查查信息显示，该公司成立于2014年，经营范围包含：电子商务平台的技术开发、计算机软硬件的技术开发和销售、自营和代理各类商品及技术的进出口等。（2023-8-14，证券时报网）

【时尚奢品平台「识季」完成B+轮融资，由小红书投资】时尚奢品文化消费平台识季日前宣布完成B+轮融资，投资方为小红书，光源资本担任独家财务顾问。本轮融资的主要用途是用于营销推广和数字化服务体系的建设。识季成立于2017年，在创立六年中，其凭借完备的全球供应体系、创新的用户服务模型和持续稳定的增长规模获得了资本市场的认可。此前，识季已经获得了挚信资本、蓝湖资本、元璟资本和复星锐正资本等机构的投资，并于2021年9月完成了挚信资本的独家投资的B轮融资。（2023-8-16，亿邦动力）

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
08.14	301078.SZ	孩子王	开立募集资金现金管理专用结算账户。 孩子王于 2023 年 8 月 10 日召开第三届董事会第十一次会议、第三届监事会第九次会议，审议通过了《关于使用部分暂时闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司在确保不影响募集资金投资项目建设、不改变募集资金使用用途、不影响公司正常生产经营以及确保资金安全的前提下，使用不超过人民币 3.5 亿元的闲置募集资金择机购买满足安全性高、流动性好、期限不超过十二个月要求的保本型产品，使用期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效。在上述额度和期限范围内，资金可以循环滚动使用。
08.15	600655.SH	豫园股份	2023 年度向特定对象发行 A 股股票。 公司本次发行股票数量不超过 779,986,182 股（含本数），同时不超过本次发行前公司总股本的 20%，并以中国证监会同意注册的批复文件为准。
08.15	600916.SH	中国黄金	公司披露 2023 年半年度报告。 2023 年半年营业收入为 295.7 亿元，较 2022 年上半年增长 16.73%。归属于上市公司股东的净利润为 5.37 亿元，较 2022 年上半年增长 22.31%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 5.03 亿元，较 2022 年上半年增长 18.41%。
08.16	002697.SZ	红旗连锁	使用自有闲置资金进行投资理财。 成都红旗连锁股份有限公司(以下简称“公司”“本公司”)于 2023 年 8 月 15 日召开的第五届董事会第九次会议审议通过了《关于使用自有闲置资金进行投资理财的议案》，同意公司使用自有闲置资金不超过人民币 5 亿元购买商业银行发行的保本型理财产品，在此额度内，资金可滚动使用，为控制风险，以上额度资金只能购买一年以内保本型理财产品。同时，授权公司管理层具体实施上述投资理财，授权期限为自董事会审议通过之日起十二个月。
08.16	002697.SZ	红旗连锁	公司披露 2023 年半年度报告。 2023 年半年营业收入为 50.03 亿元，去年同期为人民币 48.8 亿元，同比增长 2.45%。归母净利润为 2.57 亿元，去年同期为人民币 2.23 亿元，同比增长 15.23%。
08.16	09618.HK	京东集团	公司披露 2023 年第二季度及半年报。 2023 年第二季度收入为人民币 2,879 亿元（397 亿美元），较 2022 年第二季度增加 7.6%。2023 年第二季度服务收入为人民币 541 亿元，较 2022 年第二季度增加 30.1%。2023 年第二季度经营利润为人民币 83 亿元，去年同期为人民币 38 亿元。2023 年第二季度非美国通用会计准则下，经营利润为人民币 87 亿元，2022 年第二季度为人民币 58 亿元。2023 年第二季度京东零售不含未分配项目的经营利润率为 3.2%，2022 年第二季度为 3.4%。
08.16	06618.HK	京东健康	公司披露中期业绩。 2023 年半年营业收入为 271.1 亿元，去年同期为人民币 202.3 亿元。期间盈利为 15.6 亿元，去年同期为人民币 2.22 亿元。期间非国际财务报告准则盈利为 24.36 亿元，去年同期为人民币 12.1 亿元。
08.16	02618.HK	京东物流	公司披露中期业绩。 2023 年半年营业收入为 410.3 亿元，去年同期为人民币 312.7 亿元。期间盈利为 5.08 亿元，去年同期为人民币-8338 万元。期间非国际财务报告准则盈利为 8.26 亿元，去年同期为人民币 2.13 亿元。
08.18	603900.SH	莱绅通灵	公司披露 2023 年半年度报告。 2023 年半年营业收入为 4.27 亿元，较 2022 年上半年减少 21.35%。归属于上市公司股东的净利润为 603.2 万元，较 2022 年上半年减少 3.94%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 171.6 万元，较 2022 年上半年减少 18.49%。
08.18	002251.SZ	步步高	召开预重整第一次债权人会议。 2023 年 8 月 17 日，公司收到临时管理人发来的《步步高商业连锁股份有限公司预重整案第一次债权人会议公告》，临时管理人定于 2023 年 9 月 1 日上午 9 时，采取网络会议方式召开步步高股份预重整案第一次债权人会议。

08.19	600415.SH	小商品城	公司披露 2023 年半年度报告。 2023 年半年营业收入为 51.6 亿元，较 2022 年上半年增长 22.68%。归属于上市公司股东的净利润为 19.98 亿元，较 2022 年上半年增长 63.50%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 18.39 亿元，较 2022 年上半年增长 55.65%。
-------	-----------	------	---

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

2.4 上市公司 2023 年半年报披露日期

表 4：零售行业上市公司 2023 年半年报预计披露日期

周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
2023-08-21	2023-08-22	2023-08-23	2023-08-24	2023-08-25	2023-08-26	2023-08-27
	豫园股份 爱婴室		潮宏基 天虹股份	新华都 周大生 华致酒行 孩子王 王府井		老凤祥
周一	周二	周三	周四	周五	周六	周日
2023-08-28	2023-08-29	2023-08-30	2023-08-31	2023-09-01	2023-09-02	2023-09-03
步步高 博士眼镜 力量钻石 迪阿股份 家家悦	武商集团 中百集团 曼卡龙 莱百股份	重庆百货 永辉超市				

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

(备注：披露日期按公告日期前一天计算)

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

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。