



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

关注中报业绩超预期的优质标的

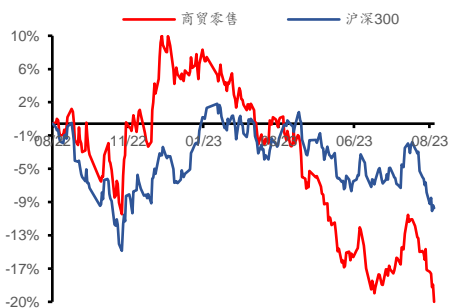
——行业周报（20230821-0825）

增持（维持）

行业： 商贸零售
日期： 2023年08月27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：

《电商渗透率维持稳定，京东 Q2 营收同比增长 7.6%》

——2023 年 08 月 20 日

《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

■ 周度核心观点：

电商：

美团 23Q2 收入增长 33%，核心业务盈利超预期。美团发布 2023 财年二季度业绩公告，23Q2 实现收入 680 亿元（同比+33%）；经营利润 47 亿元，运营利润率转正至 6.9%；经调整归母净利润实现 77 亿元，同比增长 272%，创历史新高，经调整净利率同比提升 7.3pct 至 11.3%。其中，本地核心商业实现收入 512 亿元（同比+39%），经营利润 111 亿元（同比+34.8%）；新业务实现收入 168 亿元（同比+18.4%），经营亏损 52 亿元，收窄 23.5%。分业务亮点来看，核心本地商业中，外卖业务 Q2 美团新入驻商家数量同比增长一倍以上，闪购业务 Q2 美团闪购日订单量峰值突破 1100 万，年活跃商家数同比增长 30%，到店、酒店及旅游业务 Q2 均录得强劲增长，交易额同比增长超 120%，年活跃商家数及年交易用户数均创新高；新业务中，美团优选交易额和收入同比增长，但亏损环比扩大，截至 23 年 6 月末，美团优选累计交易用户数达 4.7 亿人，美团买菜 Q2 市占率有所提升，标品及自有品牌的交易额占比持续上升。公司持续践行“零售+科技”的公司战略，竞争壁垒稳固，未来市场份额有望持续扩大。建议关注：阿里巴巴、京东集团、美团、拼多多、唯品会。

传统零售：

中报业绩进入密集披露期，关注超预期的优质标的。王府井 2023H1 营收为 63.8 亿元，同比增长 11.07%；归母净利润为 5.18 亿元，同比增长 36.05%，奥莱业态表现亮眼，营收同比高速增长 42%。名创优品 FY2023 实现营业收入 114.7 亿元，同比增长 13.8%；经调整净利润为 18.45 亿元，同比高速增长 155.3%，公司海内外加速扩张，盈利能力有望持续。母婴渠道收入略有承压，孩子王 2023H1 营收为 41.6 亿元，同比略有下滑 4.90%；归母净利润为 0.7 亿元，同比增长 3.90%，关注公司本地生活母婴生态的建设。爱婴室 2023H1 营收为 16.7 亿元，同比下降 10.83%；归母净利润为 0.42 亿元，同比增长 0.56%。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。1-7 月份金银珠宝零售额同比增长

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 年年底金饰需求或将逐步回升。周大生和潮宏基 2023 年上半年营收和业绩均录得高速增长，周大生 2023H1 实现营业收入 80.7 亿元，同比增长 58.37%；归母净利润 7.40 亿元，同比增长 26.45%，主要系黄金品类拉动销售增长，线上渠道表现超预期。潮宏基 2023H1 实现营业收入 30.1 亿元，同比增长 38.26%；归母净利润 2.09 亿元，同比增长 38.85%，公司产品不断创新升维，加盟渠道加速下沉扩张，未来盈利增长有望持续。我们认为随着金九银十婚庆旺季的到来，消费需求不断释放，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（2023.08.21-2023.08.25），商贸零售（中信）指数下跌 3.52%，跑输沪深 300 指数 1.55pct。本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 18 位，本周所有子行业均下跌，电商及服务、其他连锁和专业市场经营领跌。

■ 行业动态跟踪：

传统零售：沃尔玛推出 B2B 购物应用程序 Walmart Business；盒马“移山价”范围扩展至 15 城，盒马又一新业态“黑标店”Premier 亮相，首店落地上海；新世界百货武汉武昌店将闭店，亿事达旗下季佳系产品接替；北京第五家山姆落子未来科学城；“成都远洋太古里”更名为“成都太古里”。

电商：美团旗下 KeeTa 提前扩大香港服务范围；TikTok 将在未来三年内加大对东南亚地区的投资力度；抖音电商发布“抖出新商计划”；京东自营免邮门槛降至 59 元；快手电商产业带服务中心落地杭州；淘宝夏日季带动夜经济，小微商家夜间成交额增长 5 倍；天猫发布“群星计划”，发布四大合作举措；小红书整合电商与直播业务，成立一级部门；2023 年上半年中国直播电商交易规模约为 19916 亿元；东方甄选 8 月 29 日入淘开播；拼多多 Temu 登陆南美，全球站点增至 37 个。

黄金珠宝：京东《七夕消费观察》称珠宝首饰销量环比增长最高；徐州七夕黄金销售迎来小高峰。

■ 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.....	12
2.3 公司公告.....	13
2.4 上市公司 2023 年半年报披露日期.....	13
3 风险提示	14

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.....	13
表 4: 零售行业上市公司 2023 年半年报预计披露日期.....	13

1 本周行情回顾

1.1 板块行情

本周（2023.08.21-2023.08.25），商贸零售（中信）指数下跌3.52%，跑输沪深300指数1.55pct。年初至今，商贸零售板块下跌7.43%，跑输沪深300指数3.23pct。

本周，商贸零售板块在30个中信一级行业中排名第18位，全行业只有农林牧渔上涨，涨幅为0.05%，其余行业均下跌。

图1：本周主要指数涨跌幅

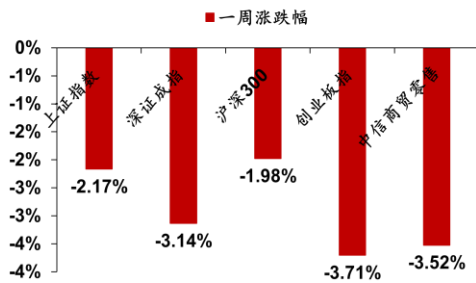
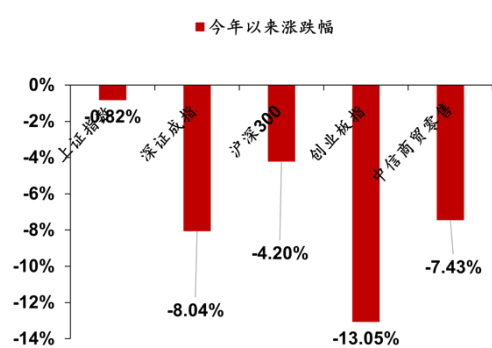


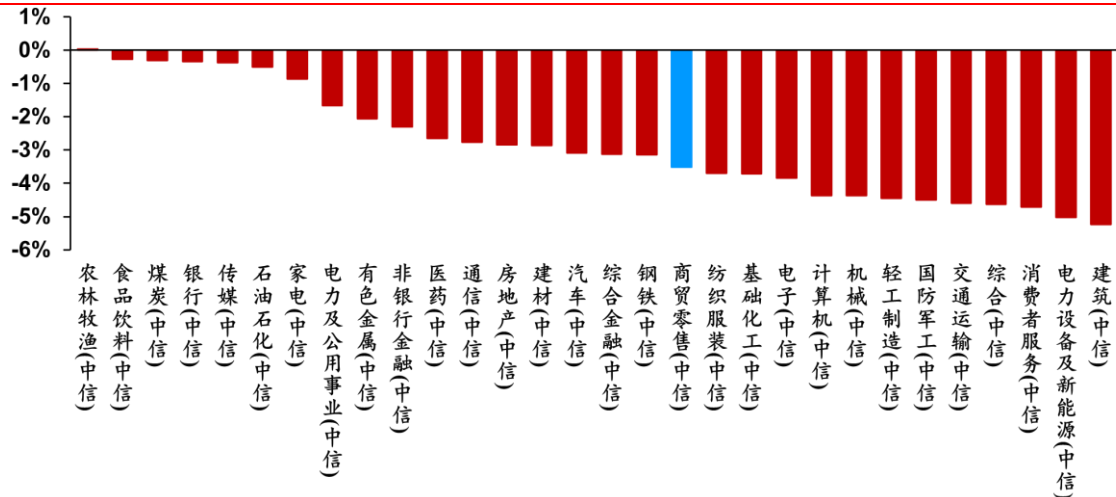
图2：今年以来主要指数涨跌幅



资料来源：Wind，上海证券研究所

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

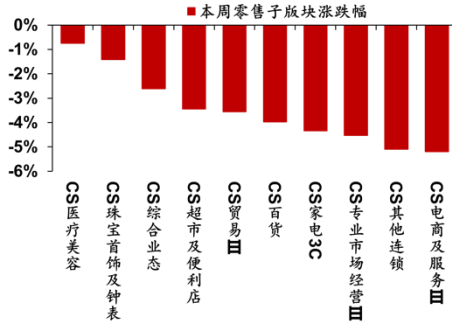


资料来源：Wind，上海证券研究所

商贸零售板块子行业表现：本周所有子行业均下跌，电商及服务、其他连锁和专业市场经营领跌，跌幅分别为-5.20%、-5.10%和-4.53%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别为专业市场经

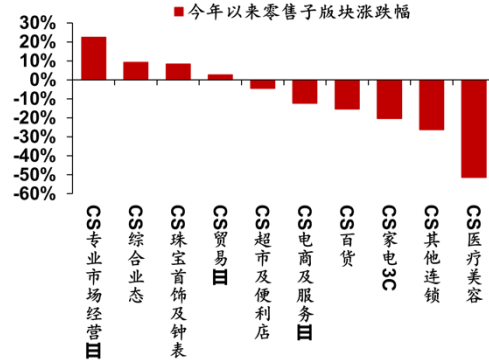
营 III、综合业态和珠宝首饰及钟表，涨幅分别为 22.36%、9.28% 和 8.37%。

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，6 家公司上涨，102 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：老凤祥 (+5.16%)、潮宏基 (+3.02%)、汇嘉时代 (+2.80%)；跌幅较大的个股为：汉商集团 (-16.25%)、中央商场 (-11.71%)、中成股份 (-10.31%)。

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	600612.SH	老凤祥	5.2	255
2	002345.SZ	潮宏基	3.0	55
3	603101.SH	汇嘉时代	2.8	31
4	605599.SH	莱百股份	1.9	109
5	002640.SZ	*ST 跨境	1.3	62

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	600774.SH	汉商集团	-16.3	28
2	600280.SH	中央商场	-11.7	46
3	000151.SZ	中成股份	-10.3	38
4	002344.SZ	海宁皮城	-9.4	57
5	002356.SZ	*ST 赫美	-8.4	67

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

【沃尔玛推出 B2B 购物应用程序 Walmart Business】 沃尔玛推出 Walmart Business 应用程序，以简化中小企业客户采购流程。目前，Walmart Business 平台已提供超过 10 万种商品，涵盖了办公家具、笔记本电脑、医疗保健和汽车产品等十几个品类。沃尔玛的新应用程序还将提供一系列工具和服务，帮助商家简化采购流程。沃尔玛推出应用程序，是在其于 5 月份对 501 名小企业业主进行调查后进行的，调查显示，大多数小企业认为采购商品和管理订单是最大的挑战。(2023-8-18, 亿恩网)

【盒马“移山价”范围扩展至 15 城】 继上海、北京之后，盒马在杭州、成都等 13 个城市推出“移山价”。盒马“移山价”自 7 月 31 日推出，率先在上海、北京上线，覆盖包括水果、肉禽蛋奶、水产、乳品烘焙、酒水饮料等多个品类。8 月 21 日，盒马“移山价”范围扩展至上海、北京、杭州、广州、深圳、佛山、南京、成都、重庆、南昌、长沙、武汉、苏州、南通、无锡等 15 城，不同城市的“移山价”产品将呈现一定的区域特色。(2023-8-21, 物流指闻)

【盒马又一新业态“黑标店”Premier 亮相，首店落地上海】 盒马全国首家黑标店落地上海龙之梦城市生活中心，预计将于 2023 年 9 月 27 日开业。作为全新业态，盒马 Premier 集合了多个国内首发新品牌，同时结合盒马大进口战略，引入大量全球优质商品，主打“高贵不贵”。如，被称为“糖果界 Tiffany”的美国糖果礼品公司 Sugarfina 将首次进入中国大陆市场。盒马方面表示，希望盒马“黑标店”Premier 成为兼具高服务水平、高品质商品的中国新零售商超代表。(2023-8-23, 联商网)

【新世界百货武汉武昌店将闭店，亿事达旗下季佳系产品接替】 8 月 23 日，亿事达集团与鹏顺置业举办签约仪式，宣布接手运营位于武昌街道口商圈的鹏程国际项目的商业裙楼，在此经营长达 18 年的新世界百货武昌店将闭店撤出，将由亿事达旗下季佳系产品接替。(2023-8-23, 联商网)

【北京第五家山姆落子未来科学城】未来科学城山姆会员商店项目启动仪式举行。未来科学城山姆是北京第五家门店，项目总建设规模 6.57 万平方米，地上建设规模 2.25 万平方米，预计 2025 年开业。截至目前，山姆在中国共有 45 家门店，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。(2023-8-25, CCFA)

【“成都远洋太古里”更名为“成都太古里”】8 月 23 日，太古地产宣布，将旗下位于成都的零售主导综合发展项目正式更名为“成都太古里”，取代项目原有名称“成都远洋太古里”。自 2015 年开业以来，成都太古里持续录得强劲业务表现。项目的零售销售额在疫情后全面复苏，2023 年上半年零售额同比增长近 30%。(2023-8-25, CCFA)

【ALDI 奥乐齐上海浦东双店同开】8 月 26 日，ALDI 奥乐齐在浦东长泰广场和浦东证大大拇指广场将同时开设两家新店，分别位于上海浦东新区金科路 2889 弄长泰广场 1 座 1 楼 15 和浦东新区芳甸路 199 弄正大大拇指广场 2 楼 201A。据了解，奥乐齐 (ALDI) 成立于 1913 年，是德国最大的连锁超市之一。2017 年，奥乐齐以电商形式首次进入中国市场；2019 年 6 月，奥乐齐在上海首次开出两家线下门店，分别位于静安区江宁路街道和闵行区古美街道。(2023-8-25, 零售商业财经公众号)

2. 电商行业动态跟踪

【美团旗下 KeeTa 提前扩大香港服务范围】据《香港经济日报》等，美团旗下外卖平台 KeeTa 继本月初扩大九龙区服务范围后，8 月 21 日再宣布提早于 8 月 24 日（本周四）将服务覆盖至黄大仙区。黄大仙区居民可通过 KeeTa App 使用外卖服务，并领取价值 300 港元的优惠券礼包。KeeTa 表示正积极筹备沙田和大埔区的服务，将会于年内尽快开通。(2023-8-21, 界面新闻)

【TikTok 将在未来三年内加大对东南亚地区的投资力度】据印尼当地新闻，TikTok 首席执行官周受资在雅加达的一个论坛上表示，将在未来几年内在印度尼西亚和东南亚其他地区投资“数十亿美元”。他表示，TikTok 将在未来三年内投入 1220 万美元，来支持该地区超过 12 万家小企业和企业家。东南亚拥有 6.82 亿人口，GDP 总额接近 4 万亿美元，由于人口不断增长和基础设施不断改善，该地

区已成为世界上增长最快的经济体之一，预计将成为电子商务企业的下一个增长引擎。(2023-8-21，亿恩网)

【京东将上线商品 SKU 维度的启用和停用功能按钮】京麦商家中心今日宣布，为方便 POP 商家针对同一个 SPU 下不同规格的 SKU 进行更精细化的运营，能在保留 SKUID 不变的前提下，管理 SKU 前台展示或隐藏、不同规格的顺序调整。自 2023 年 8 月底起，京东将逐步上线商品 SKU 维度的启用、停用功能按钮，同时新增 SKU 编码管理及销售属性值排序能力，方便商家更灵活管理商品。此功能仅针对 POP 商品。(2023-8-21，亿邦动力)

【快手电商产业带服务中心落地杭州，首次发布产业带“快风尚”计划】快手电商杭州产业带服务中心正式揭幕，该服务中心位于杭州市滨江区开元广场 A 座创信数智大厦，由快手电商与浙江创信科技产业服务有限公司、浙江会投流管理咨询有限公司共同打造；快手电商还首次发布了产业带“快风尚”计划，这一计划面向产业带自播新商家、供应链货主和工厂等多重类型商家，以上商家可享有 60 天的系统性培训及专属扶持政策；此外，“快风尚——时尚杭州”线上活动将在 8 月 22 日至 9 月 27 日期间结合秋季上新节点开展。(2023-8-22，电商报)

【淘宝夏日季带动夜经济，小微商家夜间成交额增长 5 倍】2023 年 7 月淘宝夏日季启动以来，每晚吸引 1.2 亿人“逛夜市”，观看短视频的总时长更是同比 2022 年增长了 261%。夜间更旺的人气，也带动了线上“夜经济”，有 60 多万小微商家夜间成交额超 2022 年，整体成交规模达到 2022 年的 5 倍。(2023-8-22，电商报)

【天猫发布“群星计划”，发布四大合作举措】8 月 22 日，淘宝天猫品牌生态大会在上海举办，启动面向服务商的“群星计划”，发布四大合作举措——开通不同赛道服务商的特许权益、升级数字化产品、开放 AIGC 能力和促进人才培养，与服务商做共赢的伙伴，共同服务好品牌。(2023-8-22，联商网)

【快手电商 4 个涉本地生活属性一级类目将调整至快手本地生活】8 月 22 日消息，快手电商发布公告称，为了更好地推进平台业务生态发展，快手电商对 4 个涉及本地生活属性的一级类目进行调整，包括“酒旅”、“到店/到家生活服务”、“医疗健康服务”和“汽车/摩托车服务”。自 2023 年 8 月 28 日起，快手拟将以上类目由快手

电商调整至快手本地生活，快手电商同时对相应类目进行关闭，停止新增商家入驻，并下架类目存量商品。(2023-8-22, 电商报)

【小红书整合电商与直播业务，成立一级部门】小红书整合了电商业务与直播业务，组建了全新的交易部，成为与社区部、商业部平行的一级部门。(2023-8-23, 亿恩网)

【2023年 TikTok Shop 在东南亚电商或可达到 13.2%市占率】据墨腾创投最新报告《The TikTok Shop Playbook》，TikTok Shop 自 2021 年进入该地区以来增长迅速，2021 年的 GMV 为 6 亿美元，2022 年为 44 亿美元，2023 年，预计可以实现 150 亿美元的目标，已经和 Lazada、Tokopedia 等主流电商平台水平相当，市场份额有望达到 13.2%。据网经社跨境电商台消息，TikTok Shop 目前已经扩展至 9 个市场，包括英国、沙特阿拉伯、美国和东南亚几个主要国家。(2023-8-23, 网经社)

【2023 年上半年中国直播电商交易规模约为 19916 亿元】8 月 24 日，在杭州市滨江区举办的直播电商行业交流会上，“一带一路”TOP10 影响力社会智库——网经社电子商务研究中心联合中国商业联合会直播电商工作委员会发布了《2023 年（上）中国直播电商市场数据报告》。“电数宝”电商大数据库显示，上半年直播电商交易规模约为 19916 亿元，预计全年交易规模达到 45657 亿元，同比增长 30.44%。(2023-8-24, 亿恩网)

【东方甄选 8 月 29 日入淘开播，俞敏洪带队】东方甄选官宣，正式入驻淘宝开播。计划首秀定档 8 月 29 日，由俞敏洪带队，这也将是东方甄选第一次在抖音以外的平台开播。这次合作强强联合。顶流机构一江春水入淘，淘宝生态进一步繁荣。东方甄选在淘宝则有望获得更丰富的高品质货源供应，在更大的平台生态里为消费者提供更有保障的购物体验。(2023-8-24, 亿邦动力)

【京东自营免邮门槛降至 59 元】京东已调整自营商品运费标准，消费者在京东购买自营商品，免邮门槛从 99 元降至 59 元；京东 PLUS 会员享免邮权益不再需要使用运费券，自营全年无限免邮。这是京东推行低价策略的又一举措。根据调整后的运费标准，普通用户在购买京东自营商品时，满 59 元即可免邮。(2023-8-24, 亿邦动力公众号)

【抖音电商发布“抖 in 新商计划”】抖音电商宣布，为中小商家推出扶持计划 IP“抖 in 新商计划”，包含新商家入驻权益、中小商家扶持政策等商家权益。新入驻商家能获得多项流量扶持权益，如新商流量推广补贴专属权益、运费险 7 天 100% 保费补贴、“百万中小商家专属流量扶持计划”等。“抖 in 新商计划”还特别开展商品卡订单佣金返还活动，并给予新商家海量达人合作机会。(2023-8-25, 亿恩网)

【抖音电商已拓展超 2000 个新商品品类】抖音电商举办“抖音电商开放日-消费者体验专场”活动，邀请消费者、专家学者和媒体到场，分享平台在提升消费者购物体验方面的态度、举措和成果，以及未来的目标和规划。消费者体验负责人文蔚和服务体验产品经理洪溯就相关情况进行了分享。商品和内容方面，2023 年以来平台已拓展了超 2000 个新商品品类，为消费者提供更丰富的购物选择。商品管理也更为精细化，通过升级识别策略，拦截了超 300 万件劣质商品。同时，通过明确全体裁优质内容标准和推流机制，平台加强对劣质虚假内容识别打击，达人带货订单负反馈量减少 52%。发货物流方面，相较 2022 年，平台商家平均发货时长缩短 10 小时，48 小时内发货订单量增加 14%。消费者满意度持续提升，因发货物流体验造成的求助量减少超 50%。(2023-8-25, 亿邦动力)

【拼多多 Temu 登陆南美，全球站点增至 37 个】拼多多跨境电商平台 Temu 已于上线了智利站点，这是该平台继上半年推出墨西哥站之后，在拉美地区上线的第二个国家站点。至此，Temu 已在全球共开设了 37 个海外市场，囊括了亚洲、欧洲、北美、拉美以及大洋洲等众多国家和地区。(2023-8-25, 亿邦动力)

3. 黄金珠宝行业动态跟踪

【京东《七夕消费观察》称珠宝首饰销量环比增长最高】京东消费及产业发展研究院发布《七夕消费观察》，调研显示，55%的受访者期待“收到礼物”，42%的受访者期待“收到大红包”。选礼物的心意最重要，人们期待值最高的是“不贵但是实用的礼物”。从节前消费趋势来看，珠宝首饰的销量环比增长最高，翡翠、黄金饰品销量环比增长 90%。细分品类中，深受女性喜欢的奢侈品包包、美妆礼盒、黄金手链销量环比增长近 100%。七夕礼盒类商品中，化妆品套装/礼盒的销量最高，占比达到 22%。太阳镜、欧美表、

项链礼盒销量环比增长近 200%，黄金耳饰、钱包销量环比增长 140%、86%。(2023-8-22, 亿邦动力)

【徐州七夕黄金销售迎来小高峰】8月22日，随着七夕节的到来，江苏省徐州市不少金店推出各式各样的促销和优惠活动。笔者走访老凤祥、中国黄金、周大福、亚一等多家品牌门店，随着七夕和婚庆高峰的来临，消费者对黄金的购买热情高涨，销量大幅上长，市场迎来了一波黄金消费小高峰。(2023-8-25, 中国黄金珠宝公众号)

2.2 行业资本动态

【SHEIN 收购 Forever 21 母公司三分之一股权，有助于发力线下渠道】8月24日，SPARC Group Holdings II LLC (“SPARC 集团”)宣布与跨境时尚零售商 SHEIN 达成战略合作伙伴关系。通过本次合作，SHEIN 将获得 SPARC 集团约三分之一的股权，SPARC 集团也将拥有 SHEIN 的少量股份。SPARC 集团旗下拥有快时尚品牌 Forever 21、运动品牌 Reebok 及男装品牌 Brooks Brothers 等，在全球拥有 4200 多家零售店以及店中店。此外在合作中，SPARC 集团及其品牌可借助 SHEIN 在全球的广阔市场以及成熟的电商经验打开新的增长空间。而 SHEIN 将获得 Forever 21 的线上分销业务，也能借助 Forever21 的零售网络试水线下销售与体验的机会，包括在美国 Forever 21 门店开设店中店、允许客户线下退换货等。(2023-8-25, 赢商网)

【六福集团收购金至尊母公司，预期将于 11 月完成】六福集团宣布向独立第三方收购金至尊母公司香港资源控股公司 50.49% 股权，交易预期将于 11 月完成，届时金至尊及其母公司将成为六福子公司，由六福全权控制。根据买卖协议，六福至尊将分别收购香港资源全部已发行股份总额的 7.85%、24.1% 和 18.54%，交易价格分别为 1480.99 万港元、4550 万港元和 3500 万港元，加上可换股债券后，总价将为 1.058 亿港元。交易完成后，六福集团将对香港资源现有主要业务及财务状况进行审阅，并制定未来的业务发展计划及策略。(2023-8-25, 联商网)

2.3 公司公告

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
08.21	2411.HK	百果园	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 62.94 亿元，同比增长 6.4%；毛利为 7.13 亿元，同比增长 5.2%；本公司所有者应占利润为 2.61 亿元，同比增长 34.1%。
08.23	600655.SH	豫园股份	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 274.4 亿元，同比增长 21.86%（调整后）；归属于上市公司股东的净利润为 22.2 亿元，同比增长 225.83%（调整后）；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 0.62 亿元，同比减少 76.86%（调整后）。
08.23	603214.SH	爱婴室	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 16.7 亿元，同比下降 10.83%；归属于上市公司股东的净利润为 0.42 亿元，同比增长 0.56%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 0.24 亿元，同比减少 16.09%。
08.24	3690.HK	美团	公司披露 2023 财年第二季度公告。2023Q2 实现收入 680 亿元，同比增长 33%；经营利润 47 亿元；经调整归母净利润实现 77 亿元，同比增长 272%。
08.25	002419.SZ	天虹股份	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 62.3 亿元，同比增长 0.01%；归属于上市公司股东的净利润为 2.15 亿元，同比增长 34.06%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 1.39 亿元。
08.25	002345.SZ	潮宏基	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 30.1 亿元，同比增长 38.26%；归属于上市公司股东的净利润为 2.09 亿元，同比增长 38.85%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 2.05 亿元，同比增长 40.37%。
08.25	600859.SH	王府井	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 63.8 亿元，同比增长 11.07%；归属于上市公司股东的净利润为 5.18 亿元，同比增长 36.05%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 4.59 亿元，同比增长 183.60%。
08.26	002264.SZ	新华都	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 13.1 亿元，同比下滑 26.98%；归属于上市公司股东的净利润为 0.99 亿元，同比下滑 55.20%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 0.99 亿元，同比增长 20.08%。
08.26	002867.SZ	周大生	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 80.7 亿元，同比增长 58.37%；归属于上市公司股东的净利润为 7.40 亿元，同比增长 26.45%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 7.07 亿元，同比增长 26.06%。
08.26	301078.SZ	孩子王	公司披露 2023 年半年度报告。2023 年上半年营业收入为 41.6 亿元，同比下跌 4.90%；归属于上市公司股东的净利润为 0.7 亿元，同比增长 3.90%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 0.44 亿元，同比增长 1.94%。

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

2023/08/28 周一	2023/08/29 周二	2023/08/30 周三	2023/08/31 周四	2023/09/01 周五
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 菜百股份	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

- 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。