



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

黄金珠宝 7 月强劲复苏，需求补释放及金价上行为主要驱动力

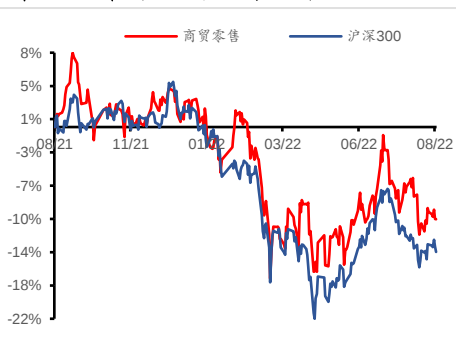
——行业周报（20220815-20220819）

增持（维持）

行业： 商贸零售
日期： 2022年08月22日

分析师： 彭毅
Tel: 021-53686136
E-mail: pengyi@shzq.com
SAC 编号: S0870521100001
联系人： 张洪乐
Tel: 021-53686159
E-mail: zhanghongle@shzq.com
SAC 编号: S0870121040018

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《关注零售行业中报业绩优异的龙头标的》

——2022 年 08 月 15 日

《深耕用户降本增效，阿里多元化业务展现韧性》

——2022 年 08 月 08 日

《政策延续平台经济常态化监管，阿里申请香港纽约双重主要上市》

——2022 年 08 月 01 日

■ 周度核心观点：

电商：

网上零售保持稳定增长。8 月 15 日，国家统计局发布 7 月份社零数据。1-7 月份，全国实物商品网上零售额同比增长 5.7%，较 1-6 月增速提升 0.1pct，电商渗透率达 25.6%；其中，吃类、穿类和用类网上零售额同比分别增长 15.7%、3.4%和 5.0%。我们推算 7 月网上实物零售额同比增速为 10.1%，增速环比提升 1.91pct。此外，履约不断恢复，国家邮政局测算数据显示，7 月快递业务量预计同比增长 6.2%。上月召开的中央政治局会议基本延续今年以来的常态化监管思路，未来或将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、各电商平台回归初心，聚焦主业。建议关注：阿里巴巴、京东集团、美团。

传统零售：

总体社零略有放缓，线下消费逐步复苏。7 月社零总额为 35870 亿元，同比增长 2.7%，较前值减少 0.4pct；整体消费市场仍受到疫情多点散发及出行受限等影响，预计随着促进消费系列政策措施落地显效，消费市场或将持续保持恢复态势。线下零售渠道逐步复苏，我们推算 7 月份线下社零总额为 27210 亿元，同比增长 0.56%，增速环比减少 0.44pct。细分渠道来看，线下超市、便利店零售额同比分别增长 4.1%、4.6%，百货店、专卖店零售额同比分别减少 7.4%、2.3%，均有不同程度的改善。线下传统零售行业短期受益于客流量逐渐恢复与各地发放消费券的刺激，中长期来看，社区团购等行业负外部因素影响减弱叠加龙头公司规模效应与供应链壁垒是未来平稳发展的主逻辑。建议关注：永辉超市、家家悦、红旗连锁。

黄金珠宝：

需求补释放及金价上行驱动黄金珠宝 7 月实现强劲增长。金银珠宝类社零总额为 247 亿元，同比增长 22.1%，增速环比提升 14.0pct，强势领跑商品零售其他板块。黄金珠宝板块短期受益于终端需求补释放、加盟商的补货需求、金价上行预期等；中长期来看，需求结构性变化促进行业渗透率提升，供给侧黄金工艺提升与黄金的投资避险属性刺激终端消费，黄金一口价改克重促进定价机制透明化；外部环境催化中小品牌出清，行业加速洗牌，

叠加头部品牌加速下沉扩张，行业集中度有望继续提升。建议关注：周大生、老凤祥、迪阿股份。

■ 上周行情回顾：

上周（2022.08.15-2022.08.19），商贸零售（中信）指数下跌0.01%，跑赢沪深300指数0.94pct。商贸零售板块在30个中信一级行业中排名第12位，商贸零售板块涨幅排名靠前的子行业为家电3C、超市及便利店。商贸零售行业PE分位数小于沪深300，当前商贸零售行业PE(TTM)为-40.92，处于2012年以来从小到大的分位数为2.05%；沪深300PE(TTM)为12.03，分位数为41.65%。

■ 行业动态跟踪：

电商：抖音电商春雨计划启动“100种美好生活方式”二期活动；快手电商启动实在好物上新季活动，为商家提供权益激励；拼多多9月或将登陆跨境电商平台，首站预计登陆美国；零售平台公布国潮数据，童年饮料上半年同比增长超150%；茶颜悦色1个月内成立13家新公司；唯品会发布2022年二季度财报，实现净营收245亿元；小红书启动“风潮计划”，协助中国服饰品牌生意增长。

传统零售：苏宁易购美的品牌节活动过半，空调产品销售同比增长147%，818战报发布，万元以上家电套购增长62%；苏宁易家首店开业，2023年将开30家广场店及旗舰店；沃尔玛中国Q2净销售额与可比销售额获双位数增长。

黄金珠宝：中国黄金国际发布中期业绩。

■ 投资建议：

维持商贸零售行业“增持”评级。

投资主线一：建议关注监管风险小，以零售为王重履约效率，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；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。

投资主线二：建议关注短期基本面边际改善，长期具有生鲜供应链壁垒与规模经济优势的永辉超市、家家悦、红旗连锁。

投资主线三：建议关注具有渠道与品牌竞争壁垒的黄金珠宝头部品牌商，周大生、老凤祥、迪阿股份。

■ 风险提示：

经济复苏不及预期；疫情反复；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 上周行情回顾	4
1.1 市场行情	4
1.2 板块估值	6
2 行业动态跟踪及大事提醒	6
2.1 行业要闻回顾	6
2.2 行业资本动态	9
2.3 上市公司动态跟踪	9
2.4 本周大事提醒	10
3 风险提示	10

图

图 1 上周主要指数涨跌幅	4
图 2 今年以来主要指数涨跌幅	4
图 3 上周中信一级行业指数区间涨跌幅对比	4
图 4 上周零售子版块涨跌幅	5
图 5 今年以来零售子版块涨跌幅	5
图 6 商贸零售行业和沪深 300PE(TTM)走势	6

表

表 1 上周零售行业涨幅前五名个股	5
表 2 上周零售行业跌幅前五名个股	5
表 3 上周商贸零售上市公司重点公告	9
表 4 本周大事提醒	10

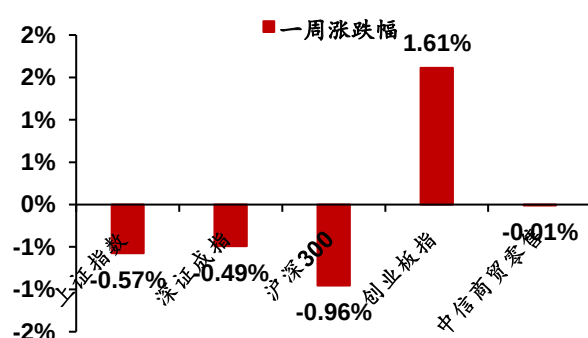
1 上周行情回顾

1.1 市场行情

上周（2022.08.15-2022.08.19），商贸零售（中信）指数下跌 0.01%，跑赢沪深 300 指数 0.94pct。年初至今，商贸零售板块下跌 11.03%，跌幅小于沪深 300 指数 4.94pct。

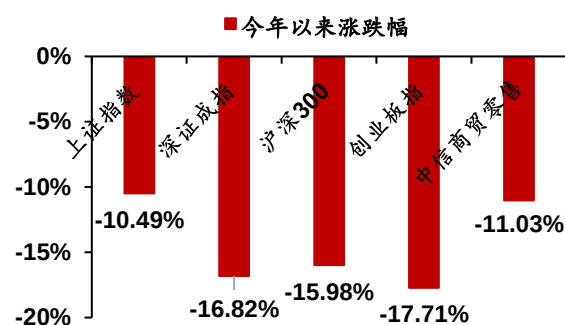
上周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 12 位，其中有 11 个行业上涨，电力设备及新能源（+4.53%）、农林牧渔（+4.13%）、房地产（+2.94%）领涨，医药（-3.44%）、计算机（-3.02%）、消费者服务（-2.87%）领跌。

图 1 上周主要指数涨跌幅



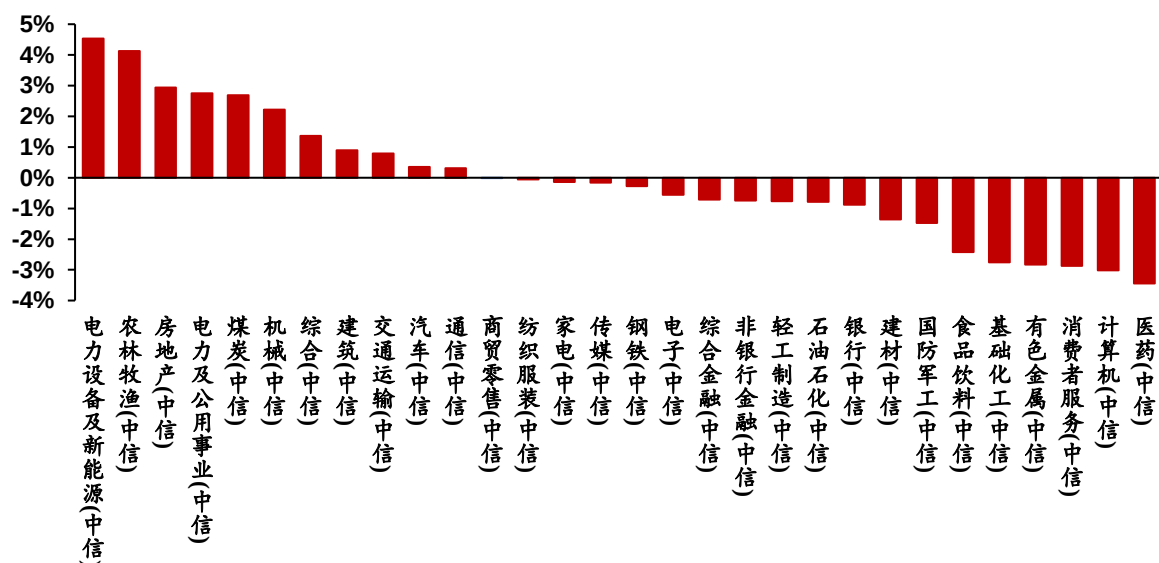
资料来源：Wind，上海证券研究所

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 上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：涨幅排名靠前的子行业为家电 3C、超市及便利店，涨幅分别为 14.56%、2.83%，其他子行业均下跌。今年以来，所有子行业均下跌。

图 4 上周零售子版块涨跌幅

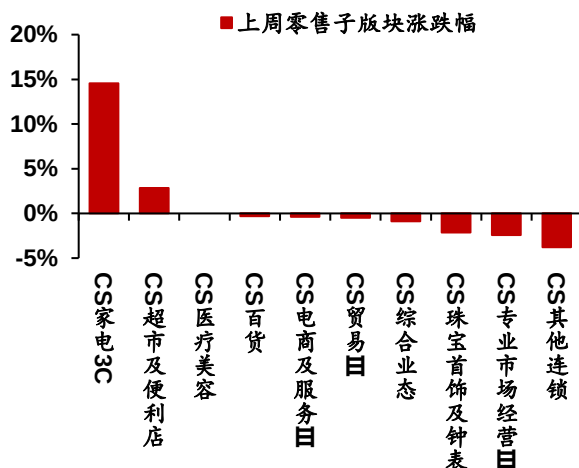
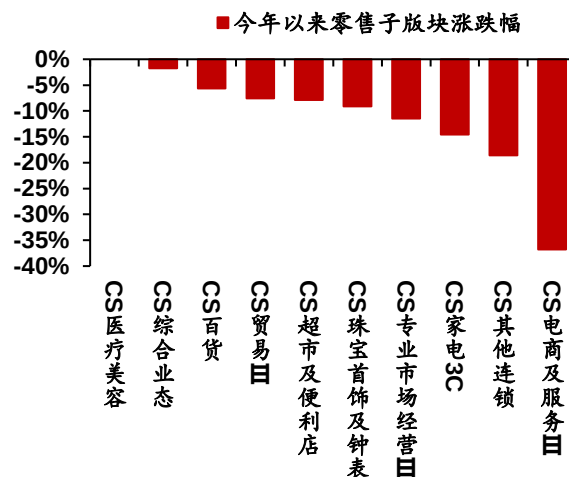


图 5 今年以来零售子版块涨跌幅



资料来源：Wind，上海证券研究所

资料来源：Wind，上海证券研究所

商贸零售行业重点公司市场表现：上周，商贸零售行业的主要 116 家上市公司中，38 家公司上涨，70 家公司下跌。商贸零售个股方面，上周涨幅较大的个股为：新华都（+24.42%）、天音控股（+18.35%）、安德利（+16.20%）；跌幅较大的个股为：中国黄金（-7.80%）、华致酒行（-7.55%）、南京新百（-7.08%）。

表 1 上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	002264.SZ	新华都	24.4	46
2	000829.SZ	天音控股	18.4	137
3	603031.SH	安德利	16.2	67
4	600821.SH	金开新能	13.8	122
5	002416.SZ	爱施德	12.7	129

资料来源：Wind，上海证券研究所

表 2 上周零售行业跌幅前五名个股

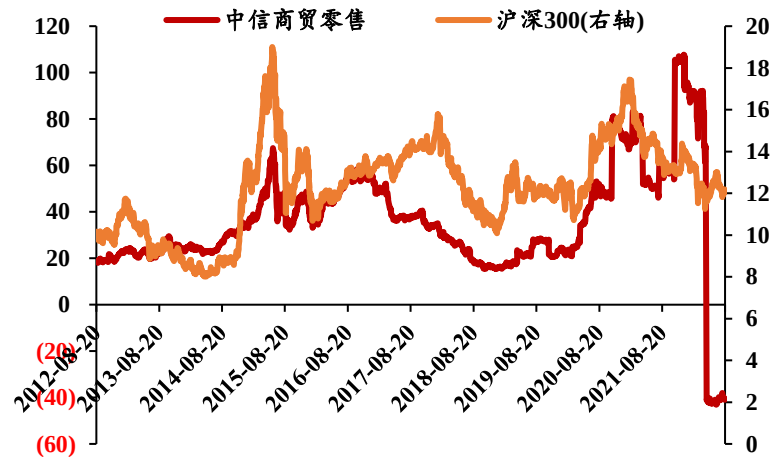
跌幅 TOP5	证券代码	证券简称	区间涨跌幅 (%)	最新市值 (亿元)
1	600916.SH	中国黄金	-7.8	264
2	300755.SZ	华致酒行	-7.6	148
3	600682.SH	南京新百	-7.1	124
4	000587.SZ	*ST 金洲	-6.8	32
5	603900.SH	莱绅通灵	-6.3	25

资料来源：Wind，上海证券研究所

1.2 板块估值

商贸零售行业 PE 分位数小于沪深 300，当前商贸零售行业 PE(TTM)为-40.92，处于 2012 年以来从小到大的分位数为 2.05%；沪深 300PE(TTM)为 12.03，分位数为 41.65%。

图 6 商贸零售行业和沪深 300PE(TTM)走势



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、电商行业动态跟踪

【抖音电商春雨计划启动“100 种美好生活方式”二期活动】8 月 15 日，抖音电商春雨计划启动“100 种美好生活方式”二期活动，以“夏日趣玩”为主题，进一步扩大优质内容标准推广范围，为符合要求的创作者提供流量倾斜、荣誉头衔、功能权益等资源扶持，持续激励优质内容产出。活动分为“夏日尝鲜”、“夏日美学”及“夏日悠活”三大板块，覆盖七个夏季消费热点行业。（2022-08-15，亿邦动力）

【7 月份社会消费品零售总额同比增长 2.7%】8 月 15 日，发布 7 月份社会消费品零售数据。7 月份，社会消费品零售总额 35870 亿元，同比增长 2.7%。其中，除汽车以外的消费品零售额 32046 亿元，增长 1.9%。1-7 月份，社会消费品零售总额 246302 亿元，同比下降 0.2%。其中，除汽车以外的消费品零售额 221332 亿元，

请务必阅读尾页重要声明

增长 0.2%。（2022-08-15，联商网）

【快手电商启动实在好物上新季活动，为商家提供权益激励】快手电商启动“实在好物上新季”大型营销活动。活动时间为 8 月 13 日至 8 月 28 日，以“上新”为主题，围绕新商品、新场景、新优惠和新主播四个方向，为商家提供权益激励、营销玩法、产品工具、信任保障的升级和深度扶持。活动期间，各大主播及官方直播间将提供高额专享补贴和更多福利。（2022-08-16，亿邦动力）

【拼多多 9 月或将登陆跨境电商平台，首站美国】8 月 17 日消息，拼多多正在筹备跨境电商平台，应用预计在 9 月中旬上线，第一站是美国。模式将效仿中国跨境电商独立站 Shein，正在全品类招商。跨境项目在内部称作“X 项目”，进展即使在内部仍高度保密。目前尚不清楚拼多多会和哪些物流方合作跨境运输。（2022-08-17，亿邦动力）

【零售平台公布国潮数据，童年饮料上半年同比增长超 150%】随着国潮崛起，消费者对国货的认同感普遍提升。美团数据显示，以崂山可乐、深晖凉茶、亚洲汽水、北冰洋、冰峰等为主的国潮饮料，2022 年上半年销量对比去年同期增幅超过 150%，2022 年 7 月销量同比去年同期增幅超过 210%，用户年龄覆盖范围从 18 岁至 50 岁皆有，其中 90 后、Z 时代群体为主要用户，男女购买比例相近。（2022-08-17，亿邦动力）

【茶颜悦色 1 个月内成立 13 家新公司，注资总额超 6000 万】8 月 18 日，茶颜悦色在南京双店齐开，首次进入华东市场，开业首日现场异常受欢迎。自 7 月 12 日至 8 月 12 日，1 个月以来，茶颜悦色共成立 13 家新公司，其中 1 家公司注册资本 200 万元，其余 12 家注册资本均为 500 万元，企业类型分别涉及供应链管理、餐饮管理、饮品等，涉及地区包括江苏南京、湖北武汉、湖南长沙、重庆。（2022-08-18，联商网）

【唯品会 2022 年二季度财报：净营收 245 亿元】8 月 19 日，唯品会发布 2022 年第二季度财报，公司当季实现净营收 245 亿元，归属于公司股东的 Non-GAAP 净利润 16 亿元，同比增长 8.4%；GMV 总额 406 亿元，总订单 1.863 亿份，SVIP 活跃用户数量同比增长 21%，VIP 对线上净 GMV 贡献占比达 38%。唯品会平台上的潮流品牌及商品整体业绩同比增长 260%，奢品品牌的整体业绩在

6.16 年中特卖节等活动中迎来增长。（2022-08-19，亿邦动力）

【小红书启动“风潮计划”：协助中国服饰品牌生意增长】8月19日，小红书灵感营销正式启动“风潮计划”服饰行业营销中国行活动，以助力中国服饰品牌生意增长为目标，深入我国服饰产业集中地杭州与广州，围绕行业趋势洞察、优质案例分析、营销打法实操等内容，与到场近百家中国服饰品牌深度探讨了服饰行业的营销新玩法。（2022-08-19，亿邦动力）

2、传统零售动态跟踪

【苏宁易购美的品牌节活动过半，空调产品销售同比增长 147%】数据显示，8月1日至14日，美的全品类产品在苏宁易购和美的联合发起的第一届“苏宁易购&美的品牌节”活动中销售增长显著，其中空调产品销售同比增长达到 147%。其中，美的旗下高端品牌 COLMO 销售增长显著，同比增长达到 78%。与此同时，美的全品类产品在下沉市场迎来快速增长，苏宁易购零售云渠道销售同比增长达到 86%，其中空调品类增长超过 250%。（2022-08-16，亿邦动力）

【沃尔玛中国 Q2 净销售额与可比销售额获双位数增长】8月16日，沃尔玛公布 2023 财年第二季度财报。报告期内，沃尔玛总营收为 1529 亿美元，高于市场预期，同比增长 8.4%；营业利润为 69 亿美元，同比下降 6.8%；归属于上市公司股东的净利润为 51.49 亿美元，同比增长 20.4%。沃尔玛中国实现净销售额增长 15.9%，可比销售额增长 14.1%，其中，山姆会员商店和电商业务表现出色。（2022-08-16，联商网）

【苏宁易家首店开业，2023 年将开 30 家广场店及旗舰店】苏宁易购推出“聚焦家庭场景解决方案”的创新业态——苏宁易家，苏宁易家融合了家电、家居、家装等商品和服务能力，为用户提供整屋定制、空间场景改造等全链路、一站式置家服务。根据规划，苏宁易家将落地广场店、旗舰店以及社区店等三种店面模型。2023 年将落地 30 家苏宁易家广场店及旗舰店，并将在未来三年开出 10000 家社区及样板间店。（2022-08-19，CCFA）

【苏宁易购 818 战报：万元以上家电套购增长 62%】8月19日，苏宁易购发布 818 购物节全程战报。据苏宁易购数据显示，万元以上的家电套购订单同比增长 62%。其中，空调套购增长达 78%；洗烘套购增长 89%。绿色健康家电方面，新一级能效空调增速达

93%；小家电方面，苏宁易购养生壶销售同比增速达 30%，破壁机销量增长 158%，空气炸锅增速更是高达 398%。（2022-08-19，亿邦动力）

3、黄金珠宝动态跟踪

【中国黄金国际发布中期业绩，净利润 1.54 亿美元，同比减少 3%】

中国黄金国际发布截至 2022 年 6 月 30 日止 6 个月中期业绩，该集团于期间实现收入 5.96 亿美元，同比增长 3%；矿山经营盈利 2.23 亿美元，同比增长 6%；净利润 1.54 亿美元，同比减少 3%；每股基本盈利 38.45 美分。（2022-08-16，证券之星）

2.2 行业资本动态

【店小秘公布完成 1.1 亿美元 D 轮融资】

跨境 SaaS 服务企业店小秘今日宣布获 1.1 亿美元 D 轮融资。此次融资由软银愿景基金 2 期、红杉中国领投，老股东老虎环球基金、GGV 纪源资本、华兴资本旗下华兴新经济基金持续跟投。本轮融资将支持店小秘加速迭代产品和服务，持续纵深国际化战略布局。（2022-08-16，亿邦动力）

【趣味电商平台「天生酉道」数千万获战略投资】

趣味电商平台「天生酉道」获得数千万人民币战略投资。投资方为国家电力旗下中电投汇通（晋中）科技有限公司。「天生酉道」以为实体企业提供数字化转型升级服务为核心，以趣味电商和广告传媒双轮为驱动，以私域流量和产品体验为抓手，从根本上解决实体企业生产制造以外的全部环节的生态平台。（2022-08-19，联商网）

2.3 上市公司动态跟踪

表 3 上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
8.16	002345.SZ	潮宏基	关于对外投资的公告。公司与河南省力量钻石股份有限公司等其他四名合作方共同投资设立生而闪耀科技（深圳）有限公司（暂定，公司名称以公司登记机关核准为准），创建并运营培育钻石珠宝首饰品牌。公司以自有资金人民币 1100 万元认购 550 万元出资，占股 55%。

8.16	301071.SZ 力量钻石	关于投资设立境外全资孙公司的公告。 公司的子公司力量钻石香港有限公司通过货币出资的方式设立力量钻石纽约有限责任公司，公司以自有及自筹资金进行出资，在总额 500 万美元的限额内分阶段审慎投入资金。力量钻石香港有限公司持股 100%。经营范围包括培育钻石销售、饰品销售、客户服务等。
8.17	601933.SH 永辉超市	关于以集中竞价交易方式回购股份的回购报告书。 公司拟使用自有资金以集中竞价方式回购公司部分社会公众股份用于股权激励或员工持股计划，本次回购的资金总额区间为 4-7 亿元，回购价格不超过 5 元/股，回购数量不超过 1.5 亿股。预计可回购股份数量约为 1.4 亿股，约占公司目前总股本比例 1.54%。预计按计划实施回购后，公司合计股份数量 90.75 亿股。
8.18	603214.SH 爱婴室	2022 年半年度报告。 截至 2022 年 6 月 30 日止，公司营业收入为人民币 18.68 亿元，同比增长 63.69%；归属于上市公司股东的净利润为人民币 4128 万元，同比降低 11.83%；基本每股收益 0.29，同比降低 11.82%。疫情期间，公司通过利用全渠道网络、自建仓储物流优势，展现了应对外部环境变化的核心竞争力与风险抵御能力。
8.18	6808.HK 高鑫零售	(1) 股东周年大会的表决结果： 公司于 8 月 18 日股东大会通过了：省览截至二零二二年三月三十一日止年度的本公司经审核综合财务报表、董事（「董事」）报告与核数师报告；宣派截至二零二二年三月三十一日止年度的末期股息每股 0.045 港元；重选林小海先生为执行董事；续聘罗兵咸永道会计师事务所为本公司核数师及授权董事会厘定其酬金等 7 个议案。 (2) 末期股息派发日期： 公司决定截至 2022 年 3 月 31 日止年度的末期股息每股普通股 0.045 港元，预期将于 9 月 30 日派付。

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

2.4 本周大事提醒

表 4 本周大事提醒

2022/08/22 周一	2022/08/23 周二	2022/08/24 周三	2022/08/25 周四	2022/08/26 周五	2022/08/27 周六	2022/08/28 周日
	豫园股份 (600655.SH) 华致酒行 (300755.SZ) 中报披露		潮宏基 (002345.SZ) 安克创新 (300866.SZ) 天虹股份 (002419.SZ) 中报披露	南极电商 (002127.SZ) 沃尔德 (688028.SH) 山东黄金 (600547.SH) 吉宏股份 (002803.SZ) 东百集团 (600693.SH) 中报披露	翠微股份 (603123.SH) 王府井 (600859.SH) 永辉超市 (601933.SH) 利群股份 (601366.SH) 中百集团 (000759.SZ) 中报披露	

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

请务必阅读尾页重要声明

10

售行业复苏承压。

- 2) **疫情反复风险：**国内疫情持续反复，国外发现新病毒，若疫情控制成效不及预期，可能会影响线下客流和销售业绩，也会影响企业门店扩张计划。
- 3) **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。
- 4) **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。
- 5) **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。
- 6) **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

本报告仅供上海证券有限责任公司(以下简称“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。

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。