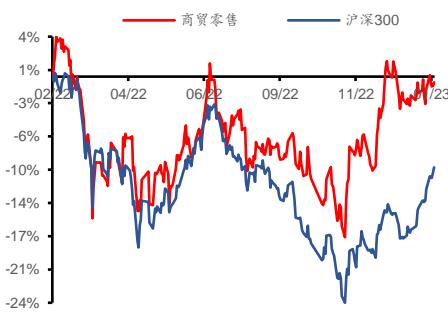


增持（维持）

行业: 商贸零售
 日期: 2023年01月30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:

《12 月社零有所改善，消费市场有望逐步恢复》

——2023 年 01 月 19 日

《杭州市与阿里巴巴深化合作，鼓励支持平台经济有序发展》

——2023 年 01 月 15 日

《京东开放个人商家入驻，有望助力 GMV 继续提升》

——2023 年 01 月 08 日

春节线下消费场景恢复，看好后疫情时代消费复苏大趋势

——行业周报（20230116-0129）

■ 周度核心观点:

电商:

电商春节消费报告陆续发布，各平台数据显示消费持续升温。阿里《春节“暖”消费报告》显示兔年春节线上线下需求提振，旅游影业消费回暖，地方特色消费升温。京东小时购《2023 年春节即时消费数据报告》显示京东小时购销售额较 2022 年农历同期增长 90%，礼盒类销量超 50%。美团《美团 2023 年春节假期消费趋势洞察》显示春节假期前 6 天，日均消费规模比 2019 年春节增长 66%；北京、上海、成都、重庆、广州等地消费规模居全国前列；异地消费较 2022 年同期增长 76%；全国夜间消费规模占比达 49%，较 2022 年同期增长 13%。政策端来看，2023 年以来支持平台经济健康发展也成为各地政府“重头戏”，政策边际转暖或将有效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、各电商平台聚焦主业，未来有望进一步迎来估值修复。建议关注：阿里巴巴、京东集团、美团、拼多多、唯品会。

传统零售:

春节线下消费场景恢复，扩内需有望持续带动需求复苏。国家税务总局最新增值税发票数据显示，今年春节假期全国消费相关行业销售收入与上年春节假期相比增长 12.2%，比 2019 年春节假期年均增长 12.4%。其中，商品消费和服务消费同比分别增长 10% 和 13.5%，比 2019 年春节假期年均分别增长 13.1% 和 8.1%，其中生活必需品、家居升级类商品、旅游服务等消费增长较快，返乡过节带动务工大省消费增幅较高。万达集团消息称，春节期间全国 480 座万达广场客流 1.6 亿人次，销售收入 126.8 亿元，其中可比万达广场同比 2019 年客流增长 15%，销售额增长 29%。我们认为 2023 年，随着疫情防控进入新阶段，中国经济整体好转有望改善居民收入并提高居民消费意愿，相关促消费政策的实施刺激居民的消费需求，叠加消费场景限制大幅减少，后疫情时代消费复苏将是大趋势和主旋律。建议关注：永辉超市、家家悦、红旗连锁、高鑫零售。

黄金珠宝:

春节期间黄金强劲复苏，关注疫后持续修复机会。京东“兔”年

主题珠宝首饰销量同比增长超 10 倍。深圳水贝是国内最大的黄金珠宝交易集散地，吸引了全国不少黄金采购商前来进货。年前采购商纷纷加大采购量，不少黄金批发门店的金饰金币等品种都出现了不同程度的缺货。澳门及华南、华东地区部分一二三线城市黄金珠宝售卖专柜人气爆棚，客流量较平时成倍增长。元旦、春节等假期，部分品牌商开展力度较大的促销活动，刺激消费需求快速释放。我们认为受益于春节返乡送礼潮，黄金首饰相关消费品将有较好销售表现。建议关注：周大生、老凤祥、迪阿股份。

■ 上周行情回顾：

上周（2023.01.16-2023.01.20），商贸零售（中信）指数上涨 1.34%，跑输沪深 300 指数 1.29pct，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 20 位，商贸零售商板块涨幅排名靠前的子行业分别是专业市场经营、贸易和百货。

■ 行业动态跟踪：

电商：TikTok 年后将新开通 12 国小店；阿里发布 2023 春节团圆消费报告；京东发布《2023 春节假期消费趋势》报告；美团发布春节消费数据显示日均消费规模比 2019 年增 66%；抖音上线“超市”功能。

传统零售：64.1% 便利店企业 2022 年销售总额同比实现增长；44.3% 的超市企业 2022 年销售同比增长；杭州商圈消费增速位居全国第一；新茶饮春节消费大热，喜茶部分门店销量增加 500%；480 座万达广场春节客流 1.6 亿人次，销售收入 126.8 亿。

黄金珠宝：2022 年全国黄金消费量 1001.74 吨，同比下降 10.63%。

■ 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。

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，具有品牌竞争壁垒的周大生；百年黄金品牌且经营稳健的老凤祥；践行忠贞品牌理念，具有品牌区隔度的新晋钻石婚戒龙头迪阿股份。

■ **风险提示：**

经济复苏不及预期；疫情反复加剧；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	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	10
2.3 上市公司动态跟踪	11
2.4 本周大事提醒	12
3 风险提示	12

图

图 1: 上周主要指数涨跌幅	5
图 2: 今年以来主要指数涨跌幅	5
图 3: 上周中信一级行业指数区间涨跌幅对比	5
图 4: 上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: 上周零售行业涨幅前五名个股	6
表 2: 上周零售行业跌幅前五名个股	6
表 3: 上周商贸零售上市公司重点公告	11
表 4: 本周大事提醒	12

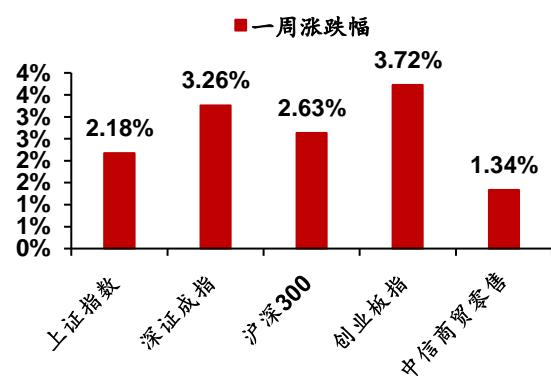
1 上周行情回顾

1.1 板块行情

上周（2023.01.16-2023.01.20），商贸零售（中信）指数上涨 1.34%，跑输沪深 300 指数 1.29pct。年初至今，商贸零售板块下跌 1.06%，跑输沪深 300 指数 9.06pct。

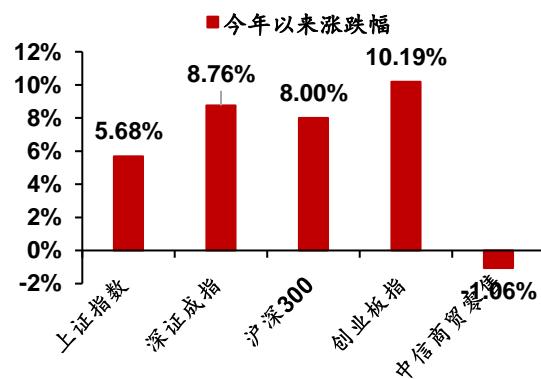
上周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 20 位，其中 28 个行业上涨，计算机（+7.71%）、电子（+6.36%）、有色金属（+5.56%）领涨。

图 1：上周主要指数涨跌幅



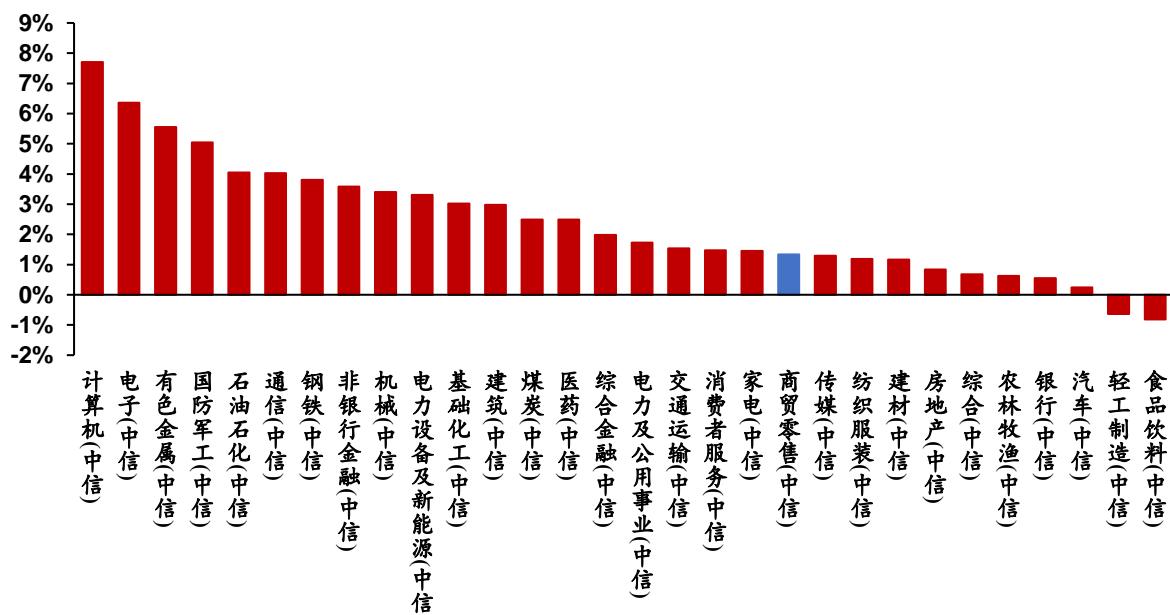
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

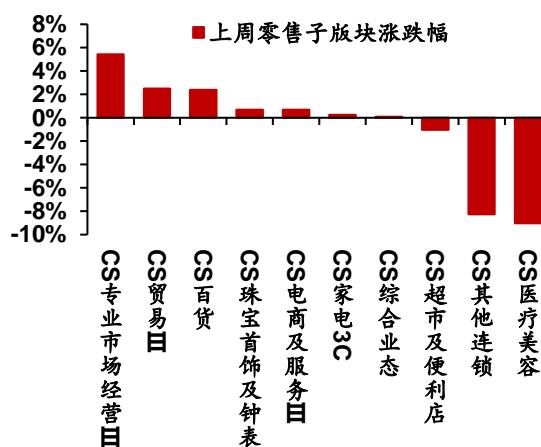
图 3：上周中信一级行业指数区间涨跌幅对比



资料来源：Wind，上海证券研究所

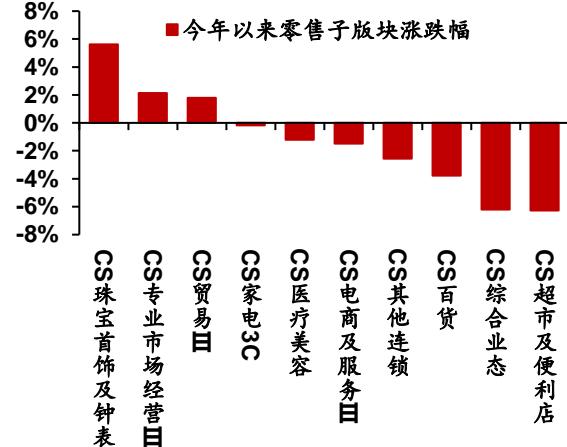
商贸零售商板块子行业表现：本周涨幅排名靠前的子行业分别是专业市场经营、贸易和百货，涨幅分别为 5.43%、2.51% 和 2.40%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别是珠宝首饰及钟表、专业市场经营和贸易，涨幅分别为 5.63%、2.15% 和 1.80%，其余子行业均下跌。

图 4：上周零售子版块涨跌幅



资料来源：Wind, 上海证券研究所

图 5：今年以来零售子版块涨跌幅



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：上周，商贸零售行业的主要 116 家上市公司中，70 家公司上涨，41 家公司下跌。商贸零售个股方面，上周涨幅较大的个股为：美凯龙 (+18.80%)、*ST 大集 (+16.67%)、爱迪尔 (+10.38%)；跌幅较大的个股为：步步高 (-11.56%)、*ST 跨境 (-8.39%)、华致酒行 (-6.62%)。

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	601828.SH	美凯龙	18.8	226
2	000564.SZ	*ST 大集	16.7	322
3	002740.SZ	爱迪尔	10.4	16
4	000026.SZ	飞亚达	8.5	45
5	600814.SH	杭州解百	8.2	56

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	002251.SZ	步步高	-11.6	51
2	002640.SZ	*ST 跨境	-8.4	80
3	300755.SZ	华致酒行	-6.6	130
4	002721.SZ	金一文化	-6.2	34
5	600859.SH	王府井	-5.9	342

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

【TikTok 年后将新开通 12 国小店】 TikTok 年后（2023 年 1 月 27 日后）会开通 12 国小店，包括澳大利亚、新西兰、法国、意大利、巴西、西班牙以及传统的几个欧洲国家，其中西班牙和巴西市场位于开拓的优先级。在过去的 2022 年，TikTok 电商便计划将进入巴西市场的时间从 2023 年下半年提前至 2023 年上半年。目前 TikTok 已在 LinkedIn 上发布了一系列地点位于巴西且与电商相关的职位，例如时尚品类主管、物流运营经理等。
(2023-01-16, 亿邦动力)

【抖音新增团购配送服务已开启北京上海自助入驻通道】 抖音生活服务推出团购配送，旨在为更多餐饮商户提供新的经营场景和有效的经营增长路径。目前，开启北京、上海、成都 3 个城市自助入驻。在“团购配送”方式下，商家能够以套餐的形式在抖音的短视频或者直播中多角度展现商品，用户在短视频或直播间中被安利后，便可立即通过短视频的 POI 货架、直播间小房子货架来购买商品。此前，团购配送服务仅在三个城市通过向客户经理报名的形式进行试点推进，目前抖音生活服务团购配送形式进一步拓宽商家开放范围。
(2023-01-17, 亿邦动力)

【京东 2023 新春贺信：下一个 20 年将持续优化成本效率体验】 京东集团面向员工发布了 2023 年新春贺信。京东在贺信中表示，2023 年，公司将推动组织效能提升，打造灵活敏捷的组织模式，以更好地适配业务的发展。下一个二十年京东的经营理念将围绕成本、效率以及产品、价格、服务，京东的任何一个业务的发展，必须要为客户提供更好的体验，必须要为行业伙伴实现成本和效率的优化。京东在贺信中还表示，公司的员工总数已经超过 54 万，公司将会持续提升所有物流、客服等基层员工的收入水平和福利保障。
(2023-01-17, 亿邦动力)

【阿里发布 2023 春节团圆消费报告】 1 月 18 日，阿里发布 2023 春节团圆消费报告。淘宝天猫数据显示，异地年货成交保持同比正增长，菜鸟直送数据也显示，今年春节期间预计处理单量同比

将增加 30%，单量会进一步攀升，包裹主要是酒水和年货礼盒；佛山、苏州、成都、杭州正成为新的热门自驾目的地，家庭跨省游和长线出游都迎来增长，其中房车游成交额上涨超 3 倍。(2023-01-19，联商网)

【京东发布《2023 春节假期消费趋势》】京东《2023 春节假期消费趋势》显示，春节期间手机通讯、家用电器和医疗保健的成交额占比提升明显，生活服务、手机保障服务、家电维修、电池换新和电脑安装的成交额同比增长分别达 302%、296%、83%、57%、53%。礼盒类商品持续走俏，整体销量同比增长超 50%，其中白酒礼盒、果脯礼盒的销售额同比增长超 10 倍，水果礼盒、烘焙礼盒、水产干货礼盒同比增长超 3 倍，车厘子礼盒销售额同比增长 102%。“兔”年主题珠宝首饰销量同比增长超 10 倍。花胶鸡、佛跳墙等吉祥菜热销，鲍鱼成交额同比增长超过 10 倍，鱼成交额同比增长近 5 倍，预制菜成交额同比增长超 6 倍。氨基酸口服液、保健酒和蛋白粉春节期间成交额分别同比增长 215%、86% 和 70%。Steam 玩具、天文望远镜销量同比增长达 81 和 63%。滑雪裤、滑雪车和滑冰鞋的成交额同比增长达 98%、86% 和 73%，水暖毯、毛线帽的成交额同比增长超 100%。(2023-01-27，联商网)

【春节消费市场火热，京东小时购销售增长 90%】京东小时购发布《2023 年春节即时消费数据报告》。报告显示，农历小年以来，京东小时购销售额较 2022 年农历同期增长 90%，礼盒类销售量超 50%。其中，白酒礼盒、果脯礼盒的销售额同比增长超 10 倍，水果礼盒、烘焙礼盒、水产干货礼盒同比增长超 3 倍。车厘子销售额同比增长 102%，成为春节期间最热销的水果。毛线帽、手套、电热毯、取暖器等保暖用品的销售额同比增长超 2.5 倍。春节期间，手机类销售额同比增长超 70%，香水彩妆同比增长超 120%，生活电器销售额同比增长 226%，一些滋补品如阿胶销售额同比超 4 倍。大桶食用油、大米、桶装饮用水销售额同比超 3.5 倍，南北干货、中式糕点等销售额同比增长超 70%。猫狗出行装备销售额同比增长 176%，猫狗玩具、宠物美容用具、宠物医疗用品均同比增长超 110%。智能健康监测用品销售额同比增长超 10 倍，按摩仪、电养生壶、空气净化器同比增长超 2 倍。扫地机器人、料理机、空气炸锅等厨类家电迎来爆发式增长，同比增长超 8 倍。(2023-01-28，联商网)

【美团：春节前 6 天日均消费规模比 2019 年增长 66%】美团发布 2023 年春节消费数据显示，春节假期前 6 天，日均消费规模比 2019 年春节增长 66%。全国多人堂食套餐订单量同比 2022 年增长 53%。其中，上海堂食消费最旺，订单量同比 2022 年增长 240%。异地消费较 2022 年同期增长 76%。旅游消费规模较 2019 年、2022 年同期均显著增长。全国雪场及周边住宿订单量同比近乎翻倍增长。相较 2019 年同期，新疆阿勒泰地区春节住宿入住量增长 350%。主题公园订单量居各类旅游景点首位。除夕当日，上海迪士尼度假区门票预订量同比 2022 年同期增长超 200%；上海海昌海洋公园正月初三、初五单日入园人次突破 4.5 万人。全国夜间消费规模占比达 49%，较 2022 年同期上涨 13 个百分点。
(2023-01-28, 联商网)

【抖音上线“超市”功能】抖音超市已在 APP 内正式开门迎客，全国各地用户可以在抖音内进行线上超市的购物体验。用户在搜索栏或购物入口内搜索“抖音电商”，即可进入到抖音超市内进行购物。
(2023-01-28, Tech 星球)

2. 传统零售动态跟踪

【64.1%便利店企业 2022 年销售总额同比实现增长】中国连锁经营协会发布 2022 便利店业态发展情况概览，调查显示，64.1%的便利店企业销售总额同比实现增长，35.9%的便利店企业销售总额同比出现下降，便利店行业的整体发展表现良好。销售出现下滑的企业中，主要以门店数量在 500 家以下的企业为主，50%便利店企业的可比门店销售同比实现增长，45.3%企业的可比门店销售同比下降，4.7%持平。39.1%的便利店企业净利润同比实现增长，37.5%的企业净利润同比出现下降，另外有 23.4%的企业净利润同比持平。
(2023-01-18, 联商网)

【44.3%的超市企业 2022 年销售同比增长】中国连锁经营协会发布《2022 超市业态调查快报》，本次调查样本企业共 70 家，拥有 1.6 万余家门店。2022 年，44.3%的企业销售同比增长，比 2021 年高出 15.2 个百分点；11.4%的企业销售持平。此外，44.3%的企业销售同比下降，比 2021 年减少 22.8 个百分点。44.3%的企业净利润同比增长，比 2021 年增加 24 个百分点。净利润下降的企业占 47.1%，比 2021 年减少 25.1 个百分点。2022 年，样本企业超

市业态新开门店 621 家，关闭门店 873 家，净减少门店 252 家。
(2023-01-18, 联商网)

【杭州商圈消费增速位居全国第一】支付宝发布 2023 年春节消费观察，截至 2023 年 1 月 25 日的春节假期前 7 天数据显示，这个春节，小城经济、阖家出游、出门逛街、跨境游、景区慢直播都火了，消费实现翻倍增长。据支付宝数据显示，杭州湖滨银泰 in77、杭州武林商圈、长沙五一广场、长沙坡子街、厦门中山路中华城、长沙都正街、重庆解放碑、重庆山城巷、南京夫子庙、南京新街口等知名商圈火热异常，消费增速位列全国前十，其中长沙独占三席。(2023-01-27, 联商网)

【新茶饮春节消费大热，喜茶部分门店销量增加 500%】喜茶相关数据显示，春节假期期间，喜茶各地门店均出现了销量暴增的情况。同比节前，喜茶众多门店销量增长超 300%，部分门店增幅达到了 500%。喜茶推出的新年新品红红火火山楂莓销售大热，总销量超 100 万杯，单店单日最多卖出超 600 杯。(2023-01-28, 联商网)

【480 座万达广场春节客流 1.6 亿人次，销售收入 126.8 亿】万达集团消息称，今年春节期间，全国 480 座已开业万达广场客流和销售均同比 2019 年录得增长。春节期间全国 480 座万达广场客流 1.6 亿人次，销售收入 126.8 亿元，其中可比万达广场同比 2019 年客流增长 15%，销售额增长 29%。(2023-01-28, 联商网)

3. 黄金珠宝行业动态跟踪

【2022 年全国黄金消费量 1001.74 吨，同比下降 10.63%】2022 年，我国黄金消费量 1001.74 吨，同比下降 10.63%。其中：黄金首饰 654.32 吨，同比下降 8.01%；金条及金币 258.94 吨，同比下降 17.23%；工业及其他用金 88.48 吨，同比下降 8.55%。受国内疫情多点散发影响，黄金首饰消费明显下滑，但部分重点加工企业和民族零售品牌产销量仍能保持相对稳定，品牌集中度进一步提升。2022 年黄金产量 372.048 吨，同比增长 13.09%。其中，大型黄金企业（集团）境内矿山矿产金产量 148.066 吨，占全国的比重为 50.12%。(2023-01-19, 中国黄金珠宝)

2.2 行业资本动态

【百果园登陆港股，上市首日高开 16.4%】1月 16 日，百果园集团在港交所上市，首日上市高开 16.43% 报 6.52 港元，市值 102.95 亿港元。截至收盘，最终上涨 7.14% 报 6 港元，总市值 94.74 亿港元。根据弗若斯特沙利文的资料，按 2021 年水果零售额计，百果园是中国第一大水果零售商，占中国总市场份额 1.0%，而五大参与者合计占总市场份额 3.6%。百果园在国内的线下门店共有 5645 家，其中 5626 家为加盟店，19 家为自营门店。(2023-01-16, 联商网)

【潮流零售商 KK 集团再度递表】1月 20 日，潮流零售商 KK 集团向港交所递交上市申请，摩根士丹利和瑞信为其联席保荐人。该公司曾于 2021 年 11 月 4 日向港交所递表申请上市。据招股书披露，KK 集团产品组合涵盖多项产品类别，包括美妆、潮玩、食品及饮品、家居品及文具。以 2021 年 GMV 计，KK 集团位列中国三大潮流零售商之一，并且也是增长速度最快的潮流零售商，2019 年至 2021 年公司 GMV 的复合年增长率为 163.0%。KK 集团旗下拥有四大零售品牌 KKV、THE COLORIST、X11 和 KK 馆，分别拥有 383、207、50、67 家门店。(2023-01-28, 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
01.16	002251.SZ	步步高	2022 年度业绩预告公告。 公司于 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间，归属于上市公司股东的净利润亏损 13 亿元 - 19.5 亿元，同比去年同期下降 606.01%-959.02%；扣除非经常性损益后的净利润亏损 12 亿元 - 18 亿元，同比去年同期下降 170.11%-305.16%；基本每股收益 1.56 元/股 - 2.34 元/股。报告期内公司进行战略重大调整：除购物中心和百货店外，自 2022 年四季度开始，通过关停并转从四川市场全面退出，江西市场大幅收缩至新余、萍乡、宜春三地（临近湖南的城市）；湖南、广西两省也同步关停并转低效亏损门店。
01.16	603214.SH	爱婴室	关于持股 5% 以上股东减持超过 1%暨披露简式权益变动公告。 2023 年 1 月 13 日，合众投资通过大宗交易方式减持公司 1,259,100 股股份，占公司总股本比例为 0.8960%。合众投资持有的公司股份比例由 15.09% 下降至 14.19%。变动后，合众投资持有公司无限售流通股份 19,943,504 股。
01.18	002345.SZ	潮宏基	关于公司 12 月份新增直营门店的公告。 公司于 2022 年 12 月 16 日新增位于 CHJ 天津西青万达的直营门店 1 家。
01.18	600861.SH	北京城乡	关于重大资产重组实施进展的公告。 公司拟通过资产置换及发行股份购买资产的方式，取得北京国有资本运营管理有限公司，接受划转获得的北京外企人力资源服务有限公司 86% 股权；发行股份购买天津融衡股权投资合伙企业（有限合伙）、北京创新产业投资有限公司以及北京京国发股权投资基金（有限合伙）分别持有的北京外企 8.8125%、4.00%、1.1875% 的股权；拟向北京国管非公开发行股份募集配套资金。
01.18	002867.SZ	周大生	关于公司 12 月份新增直营门店的公告。 公司于 2022 年 12 月新增专卖店共五家。其中西南地区一家，华南地区三家，华东地区一家。

01.20	600628.SH	新世界	2022 年度业绩预亏公告。 公司预计 2022 年度归属于上市公司股东的净利润-0.575 亿元到-0.465 亿元，与上年同期相比，将出现亏损；预计 2022 年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润-0.923 亿元到 -0.757 亿元；每股收益 0.11 元。本期业绩预亏的主要原因：一是由于新冠疫情的反复，上海地区疫情形势复杂严峻，公司整体经营情况受疫情影响较大；二是本报告期内，公司积极响应政府号召，减免了小微企业和个体工商户的房屋租金。
01.20	600865.SH	百大集团	2022 年度业绩预告公告。 公司预计 2022 年归属于上市公司股东的净利润为 1.5781 亿元到 1.9161 亿元，同比增长 40% 到 70%，主要系非经常性损益的影响。预计归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 7,944 万元到 8,824 万元，同比下降 10% 到 0%，主要系杭州大酒店租金减免，收入减少 1,384 万元；每股收益:0.30 元。
01.21	601366.SH	利群股份	2022 年度业绩预告公告。 公司于 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间，归属于上市公司股东的净利润亏损 1.35 亿元-1.75 亿元，同比去年同期下降 268.30%-318.17%；扣除非经常性损益后的净利润亏损 1.50 亿元 - 1.95 亿元，同比去年同期下降 10.84%-44.09%。本报告期内业绩变动的主要原因是 2022 年新冠肺炎疫情反复，门店多次关门停业，均受到疫情严重冲击。即使疫情防控放开的一段时间内，客流量仍下降明显，导致公司应受下降，利润亏损。
01.21	603214.SH	爱婴室	关于持股 5% 以上股东减持超过 1% 的提示性公告。 2023 年 1 月 20 日，合众投资通过大宗交易方式减持公司 1,551,000 股股份，占公司总股本的 1.10%。合众投资持有的公司股份比例由 14.19% 下降至 13.09%。变动后，合众投资持有公司无限售流通股份 18,392,504 股。

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

2023/01/30 周一	2023/01/31 周二	2023/02/01 周三	2023/02/02 周四	2023/02/03 周五	2023/02/04 周六	2023/02/05 周日
萃华珠宝 (002731.SZ) 股东大会	宁波中百 (600857.SH) 股东大会		重庆百货 (600729.SH) 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) **疫情反反复加：**国内疫情反复，若疫情防控成效不及预期，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

请务必阅读尾页重要声明

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。