



上海证券
SHANGHAI SECURITIES

阿里 Q3 业绩稳中有进，盒马同店实现双位数增长

——行业周报（20230220-0224）

增持（维持）

行业： 商贸零售
日期： 2023年02月25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
联系人： 袁家岗
Tel: 021-53686249
E-mail: yuanjiagang@shzq.com
SAC 编号: S0870122070024

■ 周度核心观点：

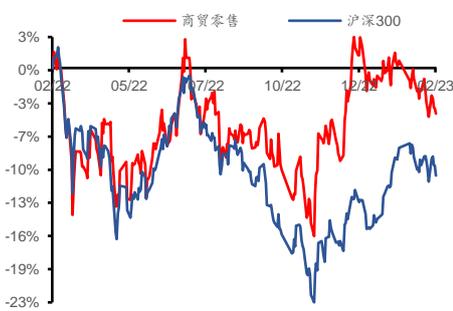
电商：

阿里巴巴整体稳中有进，海外电商业务增速强劲。阿里公布 2023 财年第三季度（截至 22 年 12 月 31 日止季度）业绩。该季度，阿里实现收入同比增长 2% 至 2477.56 亿元，高于市场预期；经调整 EBITA 同比增长 16% 至 520.48 亿元，归属于普通股股东净利润同比增长 69% 至 468.15 亿元，非公认会计准则净利润同比增长 12% 至 499.32 亿元。总体来看，第三财季阿里的海外电商数字商业板块、菜鸟以及本地生活板块的收入增长，抵消了核心电商业务中国数字商业板块的收入下降。具体来看，该季度海外电商业务率先迎来复苏周期，国际商业业务板块收入同比增长 18% 至 194.65 亿元，其中土耳其电商 Trendyol 强劲增长，带动了国际零售业务整体订单量同比增长 3%、收入同比增长 26%。中国商业板块该季度实现 1699.86 亿元收入，同比下滑 1%。受消费疲软和疫情等因素影响，淘宝天猫等消费业务短期承压，但通过短视频和直播等方式，淘宝不断提升对消费者的吸引力。本季度，在淘宝和淘特上 M2C 商品产生的支付 GMV 同比增长超过 35%。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：

盒马同店销售双位数增长，关注线下商超加速复苏机会。本季度，阿里的直营业务及其他收入同比增长 10% 至人民币 744.21 亿元，直营业务季度收入首次突破 100 亿美元。自 2017 年阿里巴巴开辟新零售赛道以来，盒马已逐步成长为具有独特消费者价值的业态，本季度录得双位数的同店销售增长，并在内地目标城市扩大线上和线下足迹。盒马持续强化销售能力，提升配送效率及改善运营，从而使本季度毛利率提高，同比亏损显著减少。今年元旦，盒马 CEO 侯毅曾在内部全员新中提到，盒马主力业态盒马鲜生已实现盈利，未来盒马将坚持“商品力是唯一的核心竞争力”，在自有品牌商品、农产品供应链等领域持续投入，通过向

最近一年行业指数与沪深 300 比较



相关报告：

《综合施策释放消费潜力，看好商超和黄金珠宝的投资机会》

——2023 年 02 月 18 日

《发展与规范齐头并进，助平台经济行稳致远》

——2023 年 02 月 11 日

《政策明确支持恢复和扩大消费，持续关注行业龙头优质标的》

——2023 年 02 月 04 日

消费者提供优质的差异化商品，获得独特竞争力。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概率趋势和主旋律。建议关注：永辉超市、家家悦、红旗连锁、高鑫零售。

黄金珠宝：

节后消费势头依旧不减，板块2023年业绩修复弹性较大。据中国黄金协会最新数据，今年春节到元宵节期间，我国黄金消费同比增长18.2%，呈现快速回暖势头。元宵节过后黄金消费势头依旧不减，迎来第二波黄金消费小高峰。同时，随着黄金消费市场复苏，相关企业开店意愿回暖。为了赢得更大线下市场份额，各黄金珠宝商采取差异化策略，向市场提供适销对路的产品，以满足消费者的需求。我们认为，后疫情时代黄金珠宝类消费复苏弹性较大，关注持续修复机会。建议关注：周大生、老凤祥、迪阿股份。

■ 本周行情回顾：

本周（2023.02.20-2023.02.24），商贸零售（中信）指数上涨1.08%，跑赢沪深300指数0.42pct，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、综合业态和其他连锁。

■ 行业动态跟踪：

电商：饿了么到店业务将与高德合并；京东到家首页已上线“京东买菜”频道；TikTok东南亚全面上线商城；快手电商2022年Q4美妆GMV环比2022年Q1增长245%；浙江首家京东MALL落地宁波；饿了么星选App已经停止运营；抖音电商测试PC端购物与带货；沃尔玛电商彻底取消GMV招商门槛限制；京东“百亿补贴”2月23日已启动内测；叮咚买菜开出50亿订单，招募预制菜合伙人；唯品会上年GMV总额达1752亿。

传统零售：MUJI全国首家农场概念店落户前滩太古里；六成百货企业2022年出现亏损，6家首亏；邻几全国第1000家门店在合肥开业；华润万象生活今年将投运12个商业项目；沃尔玛中国Q4净销售额增长13.5%；Tims天好中国和21世纪不动产达成合作；苏宁易购将在一二级市场拓展合伙人门店，首批500家；新世界百货中期亏损1.66亿港元，关闭2家店；大悦城控股商业今年计划新开6座商业项目；盒马鲜生山东首店将换址重开。

黄金珠宝：中国（深圳）黄金回购市场发展论坛于深圳举行；IDO发布官方声明回应破产新闻；戴比尔斯2022年利润上升；IGI

加入世界钻石协会（WDC）。

■ 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；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 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	7
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.....	13
2.4 上市公司 2022 年年报预计披露日期.....	14
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: 本周零售子板块涨跌幅.....	6
图 5: 今年以来零售子板块涨跌幅.....	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 2022 年年报预计披露日期.....	14

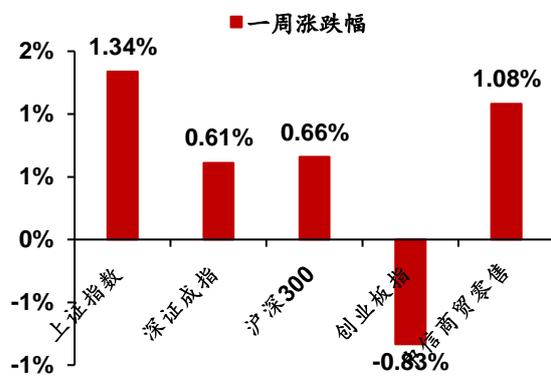
1 本周行情回顾

1.1 板块行情

本周（2023.02.20-2023.02.24），商贸零售（中信）指数上涨1.08%，跑赢沪深300指数0.42pct。年初至今，商贸零售板块上涨0.28%，跑输沪深300指数4.61pct。

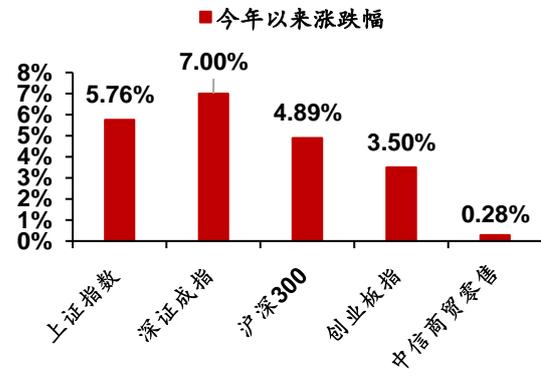
本周，商贸零售板块在30个中信一级行业中排名第20位，其中26个行业上涨，煤炭（+5.71%）、钢铁（+4.75%）、家电（+3.64%）领涨。

图 1：本周主要指数涨跌幅



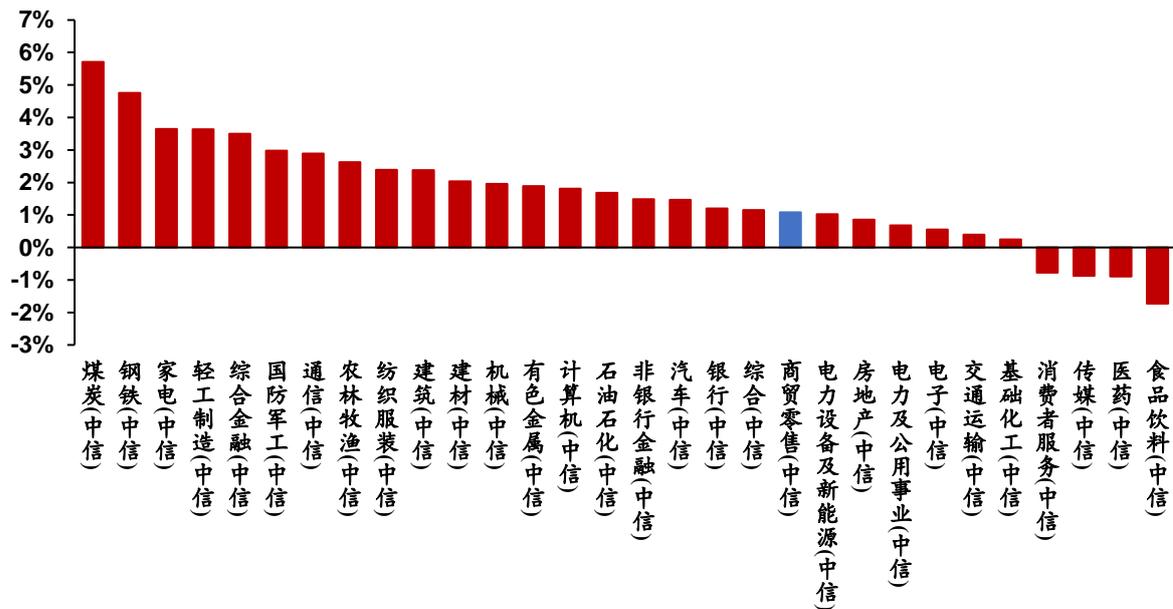
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

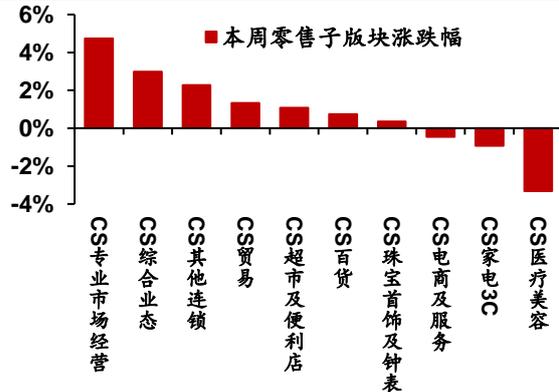
图 3：本周中信一级行业指数区间涨跌幅对比



资料来源：Wind，上海证券研究所

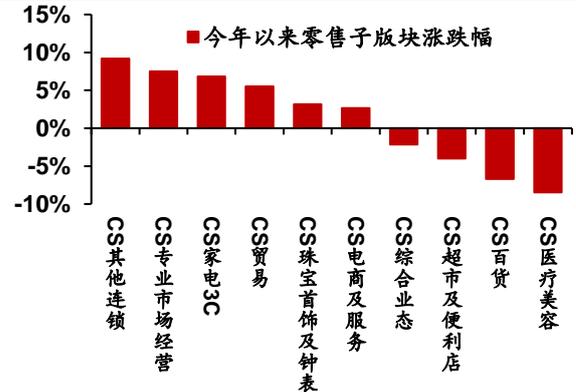
商贸零售商板块子行业表现：本周涨幅排名靠前的子行业分别是专业市场经营、综合业态和其他连锁，涨幅分别为 4.74%、2.98%和 2.27%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别是其他连锁、专业市场经营和家电 3C，涨幅分别为 9.19%、7.51%和 6.82%。

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，66 家公司上涨，39 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：中央商场 (+14.14%)、小商品城 (+8.18%)、鄂武商 A (+8.10%)；跌幅较大的个股为：健之佳 (-8.40%)、人人乐 (-8.29%)、*ST 商城 (-2.58%)。

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	600280.SH	中央商场	14.1	37
2	600415.SH	小商品城	8.2	290
3	000501.SZ	鄂武商 A	8.1	90
4	600861.SH	北京城乡	7.7	78
5	600790.SH	轻纺城	7.0	70

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	605266.SH	健之佳	-8.4	84
2	002336.SZ	人人乐	-8.3	56
3	600306.SH	*ST 商城	-2.6	18
4	000564.SZ	*ST 大集	-2.5	295
5	300785.SZ	值得买	-2.5	44

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

【饿了么到店业务将与高德合并】阿里巴巴生活服务板块下饿了么到店业务（原“口碑”）将与高德合并，原到店业务负责人张亮将由向阿里本地生活服务公司 CEO 俞永福汇报，改为向高德 CEO 刘振飞汇报。（2023-02-20，36 氪）

【京东测试“买菜”项目：京东到家首页已上线“京东买菜”频道】京东正在测试“买菜”项目。明确动作主要有两步，一是京东集团下属子公司北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司于 2023 年 1 月 5 日申请注册“京东买菜”商标，分类涉及广告销售、农林生鲜等；二是京东到家平台已在首页上线“京东买菜”频道。从现有京东买菜频道来看，其主要商品分类为时令水果、新鲜蔬菜、肉禽蛋、海鲜水产、火锅、预制菜及精选品类。频道模式为平台化运作，由消费者所在定位周边的第三方商户供货。其中有山姆会员店、OLE 精品超市等连锁商超、叮咚买菜等前置仓电商，以及菜市场业态。（2023-02-21，零售商业财经）

【TikTok 东南亚全面上线商城】TikTok Shop 宣布将在泰国、菲律宾等东南亚地区正式全面上线商城功能。此前这一功能已经在印尼上线。此外，此前上线的印尼 TikTok Shop 商城仅能入驻本土卖家，此次商城功能全面上线后，跨境卖家也将有资格入驻。这意味着，除了直播电商，TikTok Shop 将正式发力货架电商场景。（2023-02-21，36 氪）

【快手电商 2022 年 Q4 美妆 GMV 环比 2022 年 Q1 增长 245%】快手电商在杭州举办快 LINK·快手美妆 2023 品牌&达人双选会。会上，快手电商美妆行业运营负责人邹继安介绍称，2022 年，快手电商美妆行业增势迅猛，有近 300 场美妆直播 GMV 破千万，2022 年 Q4 美妆 GMV 环比 2022 年 Q1 增长 245%，近 40 位美妆达人年度成交额破亿。（2023-02-22，亿邦动力）

【浙江首家京东 MALL 落地宁波】浙江首家京东 MALL 已与鄞州区商务局完成签约。在宁波市鄞州区招商引资暨扩投资攻坚行动

大会上，该区商务局与京东五星电器集团签约，计划打造由京东集团自营的消费电子主题类购物中心。该项目位于宁波市鄞州区中河街道利时广场，经营面积约3万平方米，总投资5亿元，由北京京东世纪贸易有限公司设立全资项目公司进行投资。预计最快将在今年十一前开业。（2023-02-22，联商网）

【饿了么星选 App 已经停止运营】饿了么旗下主打高端外卖的饿了么星选 App 已经停止运营，饿了么相关工作人员证实了该消息，并表示早已在 2021 年就停掉了服务器，相关服务并入了饿了么 App。目前，该 App 在各大应用商店已经无法搜索和下载。（2023-02-22，亿邦动力）

【抖音电商测试 PC 端购物与带货】抖音电商开始发力 PC 端带货和购物的能力。抖音电商对 PC 端进行重点建设，目前已先后在移动端和 PC 端对橱窗带货的新功能进行测试，重点围绕对橱窗内发布“内容”的带货能力。抖音电商的购物功能已不再局限于移动端，正在对 PC 端赋予更多的电商购物能力，目前在直播间已经增加商品挂载功能，用户可以在 PC 端通过抖音 APP 扫码进行购物，这意味着抖音电商初步打通在 PC 端的购物场景，打造抖音版 PC 商城。（2023-02-23，Tech 星球）

【沃尔玛电商彻底取消 GMV 招商门槛限制】沃尔玛电商平台已放开对中国卖家的年 GMV 招商门槛限制。据不少跨境卖家透露，2021 年沃尔玛电商刚进入中国市场时，更偏好年 GMV 在 300 万元及以上的大卖家。后面一再放宽至 30 万元 GMV，直至今年彻底取消了 GMV 门槛限制。这意味着平台对卖家的争夺将进入白热化，作为后来者的沃尔玛电商，正瞄准了以亚马逊为主的海外电商平台的市场份额。（2023-02-23，36 氪）

【阿里 2023 财年 Q3 营收增长 2%】阿里巴巴集团公布 2023 财年第三季度（自然年 2022 年第四季度）业绩：季度收入同比增长 2% 至人民币 2477.56 亿元，经调整 EBITA 同比增长 16%，非公认会计准则净利润同比增长 12%。财报显示，本季度淘特、淘菜菜、饿了么、盒马等业务实现了亏损同比显著收窄，优酷已连续七个季度亏损同比收窄。本季度自营和其他收入同比增长 10%，其中盒马和阿里健康为主要驱动力，盒马季度内实现双位数的同店销售增长。（2023-02-24，联商网）

【京东内部邮件：“百亿补贴”2月23日已启动内测】京东内部邮件显示，目前京东已经开启了“百亿补贴”的内测工作。邮件称，为了百亿补贴有更好的用户体验，将于面向京东内部同事开放内部众测优先体验。邮件信息显示，该邮件的发出时间是在2月23日中午，这意味着，目前京东已经开启了“百亿补贴”的内测工作。（2023-02-24，新浪科技）

【叮咚买菜开出50亿订单，招募预制菜合伙人】在2023年叮咚买菜食品生鲜行业生态链生态峰会上，叮咚买菜正式宣布将正式步入“大健康预制菜2.0”时代，并开出了目标规模50亿元的预制菜“订单”，面向全行业招募“预制菜合伙人”，帮助预制菜产业更加规范化、标准化健康发展。2023年，叮咚买菜首批将推出5个系列预制菜。截至目前，预制菜的销售额已经占到叮咚买菜GMV的14.9%，共有40多家工厂为叮咚买菜生产预制菜，其中包括7家自营工厂。（2023-02-24，联商网）

【唯品会上年GMV总额达1752亿】唯品会公布截至2022年12月31日的季度和全年未经审计的财务业绩。2022年，唯品会实现净营收1032亿元，非美国通用会计准则下（Non-GAAP）净利润68亿元，同比增长14%。全年毛利润为216亿元，而上一年为231亿元。2022年，唯品会实现GMV1752亿元，同比下降8.5%。全年活跃客户数量为8480万，而上一年为9390万。2022年，唯品会超级VIP活跃用户数量增至670万，对线上消费的贡献占比提升至41%。（2023-02-24，联商网）

2. 传统零售动态跟踪

【MUJI 全国首家农场概念店落户前滩太古里】MUJI 上海前滩太古里店正式启幕，该家门店为 MUJI 在全国范围内的首家农场概念店。此次概念店的亮点颇多，开设首家国内 MUJI FARM 农场、引入 MUJI 探访国内各地茶酒带来的茶工坊与 MUJI WINE，同时 MUJI DINER 也会迎来曾任米其林主厨定制的全新料理菜单，而人们亦可以在 MUJI Grocery 中选购不同品牌与种类的食物。（2023-02-20，联商网）

【六成百货企业2022年出现亏损，6家首亏】截至目前已经有28家百货上市公司披露2022年业绩快报，其中实现增长的仅有新华百货、国芳集团、宁波中百、百大集团4家，其余24家均出现不

同程度下滑，并有 17 家企业在 2022 年亏损，约占总数的 61%。值得注意的是，欧亚集团、广百股份、汇嘉时代、文峰股份、益民集团、上海新世界均为上市以来首次亏损。（2023-02-20，联商网）

【邻几全国第 1000 家门店在合肥开业】邻几全国第 1000 家门店——合肥天鹅湖万达店正式开业，成为安徽最大便利店连锁企业之一。创业至今，邻几先后获得了源码资本、今日资本等一线投资机构多轮融资，在酷爱跑步的邻几创始人、董事长刘忠建看来，创业犹如一场马拉松，门店总数突破千家相当于马拉松选手在比赛中完成身体的第一次生理极限。刘忠建透露，邻几计划未来五年内门店总数突破 3000 家。（2023-02-22，联商网）

【华润万象生活今年将投运 12 个商业项目】2022 年华润万象生活新开商业项目高达 15 个。最标杆的万象城产品完成了不少区域的首进，比如海南岛上的首座万象城在海口亮相，南昌的首座万象城，福州和武汉两个城市也迎来了万象城，上海和南京也首次迎来了万象天地。2023 年的供应情况上，华润万象生活将投运 12 个商业项目，包括了兰州万象城、北京西三旗万象汇、重庆万象城二期、长春万象城、北京西北旺万象汇、宜宾万象汇、杭州城北商业项目、杭州中心、温州鹿城老港区商业项目、南京燕子矶商业项目、昆明万象城、无锡滨湖万象汇。（2023-02-22，联商网）

【沃尔玛中国 Q4 净销售额增长 13.5%】沃尔玛公布其 2023 财年四季度及全财年业绩，并公布 2024 财年一季度及全财年指引。从全财年来看，沃尔玛在 2023 财年收入同比增长 6.7% 至 6113 亿美元，净利润为 117 亿美元，同比下滑 14.6%。GAAP 下每股净收益为 4.27 美元，调整后 EPS 为 6.29 美元，这是六年来沃尔玛全年利润首次下滑。第四财季，沃尔玛中国净销售额增长 13.5%，可比销售额增长 13.3%；在中国山姆会员商店和电商业务持续表现出色，并且沃尔玛大卖场业绩有所提升。其中，Q4 电商净销售额占沃尔玛中国总净销售额的 48%，其增长率为 70%。（2023-02-22，联商网）

【Tims 天好中国和 21 世纪不动产达成合作】21 世纪不动产中国与 Tims 天好中国正式宣布开启合作，Tims 天好中国将通过 21 世纪不动产全国数万家门店加速在中国市场的战略布局。双方合作的品牌命名为“C21 X Tims Express 咖啡店中店”，其首家门店已于 2

月 18 日在成都正式开业，双方高层表示：C21 X Tims Express 店中店将率先重点布局北京、成都、上海、苏州等城市，今年将在 20 个城市完成 100 家门店试点。（2023-02-22，联商网）

【苏宁易购将在一二级市场拓展合伙人门店，首批 500 家】苏宁易购近日宣布，2023 年将在一二级市场的各类商业中心，拓展合伙人门店，合伙方包括创业投资人、家电零售商、家居建材商、物业房东等，首批计划开设 500 家。苏宁易购将提供一站式零售解决方案，包括：家电供应链、物流售后服务、店面经营团队、与直营门店一致的零售运营支持等。苏宁易购表示，将全面向市场输出自身家电 3C 供应链资源和专业零售能力，链接更多合作伙伴，共同为消费者提供好产品、好服务。（2023-02-22，电商报）

【新世界百货中期亏损 1.66 亿港元，关闭 2 家店】新世界百货中国公布截至 2022 年 12 月 31 日止六个月的中期业绩。根据公告，新世界百货期间实现收益约 7.09 亿港元，上年同期为 10.85 亿港元；期内经营亏损为 1.66 亿港元，上年同期盈利 4100.2 万港元；同店销售同比下滑 29%，上年同期同店销售下滑 10.7%。报告期内，新世界百货先后关闭西安时尚广场以及昆明店。截至 2022 年 12 月 31 日，新世界百货于中国内地营运 24 家百货公司及购物中心。（2023-02-23，联商网）

【大悦城控股商业今年计划新开 6 座商业项目】2022 年大悦城控股商业在全国新开了武汉大悦城、青岛即墨大悦春风里、绍兴国金大悦城三个商业项目，截至 2022 年年末，大悦城控股商业已在全国超 20 个城市拥有 40 余个项目。2023 年大悦城控股商业计划新开出 6 座商业项目，无锡江南大悦城、北京京西大悦城、天津西青大悦汇、成都金牛大悦城、成都天府大悦城、沈阳金融中心大悦城将悉数亮相。（2023-02-23，联商网）

【盒马鲜生山东首店将换址重开】盒马鲜生青岛大拇指广场店发布公告称，由于公司业务优化升级调整，2 月 28 日营业结束后将关闭线下门店业务，线上业务不受影响。该店为山东省首家盒马鲜生门店，原址是华润万家门店。针对此次业务调整，盒马大拇指广场店店长表示，主要是因为商场现有硬件设施等已经无法满足升级改造要求，年内将重新选择新址开出新店。截至目前，除去大拇指广场店，盒马在青岛共有 7 家门店。（2023-02-24，联商网）

3. 黄金珠宝行业动态跟踪

【中国（深圳）黄金回购市场发展论坛于深圳举行】2月22日，由中国黄金协会、深圳市罗湖区人民政府主办的中国（深圳）黄金回购市场发展论坛在深圳市罗湖区水贝壹号成功举办，探讨当前我国黄金回购市场的难点、热点问题，旨在打造一个消费者和投资者信任、公平而规范的黄金回购市场。（2023-02-22，中国黄金珠宝）

【IDO 发布官方声明回应破产新闻】今年1月份，婚戒品牌 I DO 母公司恒信玺利实业股份有限公司收到西藏自治区曲水县人民法院出具的《西藏自治区曲水县人民法院预重整决定书》，决定启动预重整。2月 I DO 母公司恒信玺利通过微信公众号发表声明，对一直以来的“破产”新闻进行了回应，称为了优化公司资产结构，提升公司的持续经营及盈利能力，“I Do”品牌拥有者恒信玺利实业股份有限公司自2023年1月6日启动预重整，不存在“I Do 宣告破产”等不实情况，目前 I Do 全国门店及电商平台均正常有序经营。（2023-02-24，中国黄金珠宝）

【戴比尔斯 2022 年利润上升】戴比尔斯的销售额和利润在2022年有所增长，原因是上半年消费者和钻石贸易的需求增强，抵消了下半年的放缓趋势。戴比尔斯集团收入增长18%至66.2亿美元。其中，原钻销售额增长22%至60亿美元；其余收入来自消费品牌和元素六（Element Six）合成钻石部门等其他业务；基本利润增长了60%至5.52亿美元。原钻的平均售价上涨了35%，达到每克拉197美元。（2023-02-24，中国黄金珠宝）

【IGI 加入世界钻石协会（WDC）】IGI 加入了世界钻石协会（WDC）。WDC 是一个致力于保护天然钻石及其分销链完整性的行业委员会。其使命是确保所有的天然钻石在从矿山到市场的处理过程中，遵循人权、劳工权利、反腐败和反洗钱的基本原则。协会其他知名成员包括蒂芙尼（Tiffany & Co）、西格内特（Signet）、周大福、戴比尔斯（DeBeers）、责任珠宝业委员会、世界珠宝联合会、世界钻石交易所联盟和安特卫普世界钻石中心等，成

员包括了从毛坯钻石生产商到零售珠宝商，钻石全产业链各环节的供应商和组织，使其成为能够代表钻石全产业链的行业机构之一。（2023-02-24，中国黄金珠宝）

2.2 行业资本动态

【家乐福中国引入安徽安庆市迎江区国资战投】家乐福中国与安徽省安庆市迎江区政府达成战略合作签约，双方将围绕产业互联网业务、数字经济创新业务、首店经济标杆项目等将在供应链、资金、商业运营等多方面的深度合作。家乐福中国计划与安庆市迎江区政府所属国资平台开展深度合作，进一步提升迎江区产业互联网布局的广度以及深度。安徽省安庆市迎江区政府相关人士表示，将通过股权投资的方式推动家乐福的转型升级。（2023-02-21，零售商业财经）

【凯德出手 28.1 亿收购北京苏宁生活广场】据凯德集团官微披露，凯德投资设立凯德中国特殊机会伙伴计划（简称“CCOP 计划”），总承诺股本 11 亿新元，投资于中国的特殊机会项目。CCOP 计划包括一支规模 2.91 亿新元的单一资产基金和一家 8.24 亿新元的计划性合资公司。单一资产基金以 5.53 亿新元（28.1 亿元人民币）收购了北京苏宁生活广场。凯德集团表示，对北京苏宁生活广场的资产改造将于 2023 年一季度开始。（2023-02-23，联商网）

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
02.20	300785.SZ	值得买	关于持股 5%以上股东减持股份超过 1%的公告。 公司股东、董事、高级管理人员刘峰先生计划在自 2022 年 12 月 19 日起的 6 个月内以集中竞价方式减持本公司股份不超过 1,330,339 股（占本公司总股本比例 1.00%）；计划在自 2022 年 12 月 1 日起的 6 个月内以大宗交易方式减持本公司股份不超过 2,397,894 股（占本公司总股本比例 1.80%）。2023 年 2 月 20 日，公司收到持股 5%以上股东刘峰先生函告，于 2022 年 12 月 29 日-2023 年 2 月 20 日累计减持公司股份 1,711,452 股，其中集中竞价交易减持 1,311,452 股，占本公司总股本比例 0.99%，大宗交易减持 400,000 股，占本公司总股本比例 0.30%，导致所持有的公司股份比例变动超过 1%。
02.22	600612.SH	老凤祥	关于公司监事辞职的公告。 老凤祥股份有限公司监事会于 2023 年 2 月 21 日收到公司监事蒋维娜女士提交的书面辞职报告。蒋维娜女士因工作调整原因申请辞去公司第十届监事会监事职务。该辞职自辞职报告送达监事会时生效。
02.22	600859.SH	王府井	关于持股 5%以上股东集中竞价减持股份进展公告。 王府井集团股份有限公司股东三胞集团南京投资管理有限公司拟于 2022 年 12 月 29 日至 2023 年 6 月 26 日期间，通过集中竞价方式减持不超过 11,350,000 股公司股份，拟减持比例不超过公司总股本的 1%。本次减

			持前三胞投资持有公司 65,436,218 股股份，占公司总股本的 5.765%。2023 年 2 月 21 日公司收到三胞投资发来的《关于三胞集团南京投资管理有限公司减持进展告知函》，三胞投资于 2022 年 12 月 29 日至 2023 年 2 月 21 日共减持公司 5,908,400 股股份，占公司总股本的 0.521%。
02.23	9988.HK	阿里巴巴	2022 年十二月底止季度业绩公告。 阿里巴巴发布截至 2022 年 12 月 31 日止的三个月（「2022 年十二月底止季度」）及未经审核业绩公告。截至 2022 年 12 月 31 日止季度，收入为人民币 2,477.56 亿元（359.21 亿美元），同比增长 2%。经营利润为人民币 350.31 亿元（50.79 亿美元），同比增长 396%或人民币 279.63 亿元，主要由于数字媒体及娱乐分部相关的商誉减值减少人民币 224.27 亿元。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 16%至人民币 520.48 亿元（75.46 亿美元）。归属于普通股股东的净利润为人民币 468.15 亿元（67.88 亿美元）。净利润为人民币 457.46 亿元（66.33 亿美元），同比增长 138%或人民币 265.22 亿元，主要由于数字媒体及娱乐分部相关的商誉减值减少人民币 224.27 亿元。非公认会计准则净利润为人民币 499.32 亿元（72.39 亿美元），同比增长 12%。摊薄每股美国存托股收益为人民币 17.91 元（2.60 美元）及摊薄每股收益为人民币 2.24 元（0.32 美元或 2.51 港元）。

资料来源：各公司公告，上海证券研究所

2.4 上市公司 2022 年年报预计披露日期

表 4：零售行业上市公司 2022 年年报预计披露日期

周一	周二	周三	周四	周五
2023-03-06	2023-03-07	2023-03-08	2023-03-09	2023-03-10
				力量钻石
周一	周二	周三	周四	周五
2023-03-13	2023-03-14	2023-03-15	2023-03-16	2023-03-17
	飞亚达 天虹股份			
周一	周二	周三	周四	周五
2023-03-20	2023-03-21	2023-03-22	2023-03-23	2023-03-24
	腾讯控股		豫园股份	吉宏股业 茂业商业
周一	周二	周三	周四	周五
2023-03-27	2023-03-28	2023-03-29	2023-03-30	2023-03-31
		山东黄金	中百集团	
周一	周二	周三	周四	周五
2023-04-03	2023-04-04	2023-04-05	2023-04-06	2023-04-07
			爱婴室	红旗连锁
周一	周二	周三	周四	周五
2023-04-10	2023-04-11	2023-04-12	2023-04-13	2023-04-14
	小商品城	新世界		曼卡龙 东百集团
周一	周二	周三	周四	周五
2023-04-17	2023-04-18	2023-04-19	2023-04-20	2023-04-21
		华致酒行		ST易购 中国黄金
周一	周二	周三	周四	周五
2023-04-24	2023-04-25	2023-04-26	2023-04-27	2023-04-28
	莱百股份 孩子王 利群股份		华联股份 迪阿股份 老凤祥 家家悦 步步高	周大生 潮宏基 百联股份 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)

请务必阅读尾页重要声明

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) **疫情反复：**国内疫情反复，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。