



**上海证券**  
SHANGHAI SECURITIES

# “618”综合电商发展趋缓，直播电商增速较快

——行业周报（20230619-0621）

## 增持（维持）

行业：

日期：2023年06月24日

分析师：彭毅

Tel: 021-53686136

E-mail: pengyi@shzq.com

SAC 编号: S0870521100001

分析师：张洪乐

Tel: 021-53686159

E-mail: zhanghongle@shzq.com

SAC 编号: S0870523040004

### ■ 周度核心观点：

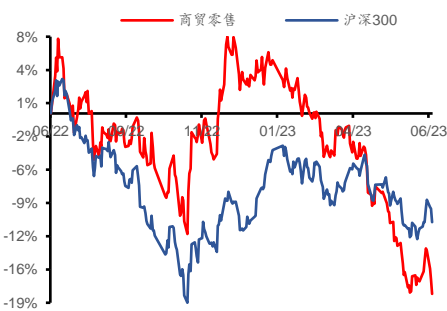
电商：

“618”综合电商发展趋缓，直播电商增速仍较快。“618”大促结束，根据星图数据，5月31日20:00-6月18日24:00，综合电商平台、直播平台累积销售额为7987亿元，同比+14.77%，其中综合电商同比+5.4%，直播电商同比+27.6%。总体来看，综合电商增速趋缓，直播电商虽仍保持较快速度增长，但规模占比仅为23%，且不及上年124%的高增速。分平台来看，天猫销售额居首位，用户、商家规模、成交三项指标全面正增长，短视频和直播也取得高速增长，此外中小商家也成为今年淘宝天猫618关注的对象。京东618增速超预期，再创新的纪录，大量的品牌商家获得了亮眼的增长，围绕着“多、快、好、省”的主题公布了一系列数据，更加强调全渠道协同。拼多多618期间除手机之外，家电品牌的全品类销售规模同比增长113%。抖音电商直播累计时长达4202万小时，挂购物车链接的短视频播放了1309亿次，整体销量同比增长了66%。其中，货架场景抖音商城的销量同比增长达177%。快手电商订单量同比上年增长近四成，买家数同比增长近三成，品牌商品GMV同比增长超200%，短视频挂车下单订单量同比增长近210%，搜索支付GMV同比增长近130%。近期，阿里继续调整组织架构，张勇9月将卸任阿里集团董事长和CEO，此后将专职担任阿里云智能集团董事长兼CEO，蔡崇信将出任阿里集团董事会主席，吴泳铭出任阿里集团CEO；此外马云指出淘宝天猫未来三个方向为：回归淘宝、回归用户、回归互联网，集团未来将迎来多项管理制度的改革。我们认为，综合电商平台增速逐渐趋缓，各个平台将不断寻求突破方式来应对增长乏力，争夺市场份额。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：

5月社零同比增长12.7%，边际增速放缓。2023年5月，我国社零总额为3.78万亿元，同比+12.7%（前值为18.4%），两年复合增速+2.6%；1-5月社零总额为18.76万亿元，同比+9.3%，两年复合增速+3.7%。从消费类型看，5月商品零售同比+10.5%，两年复合增速为2.5%；餐饮收入+35.1%，两年复合增速为3.3%。1-5月商品零售同比+7.9%；餐饮同比+22.6%。我们推算5月线下零售额（社零总额-实物

### 最近一年行业指数与沪深300比较



相关报告：

《社零延续复苏态势，建议关注黄金珠宝及电商》

——2023年06月17日

《5月社零同比增长12.7%，两年复合增速2.6%》

——2023年06月16日

《孩子王并购乐友国际拓展北方市场，龙头版图再扩张》

——2023年06月10日

网上商品零售额)为2.69万亿元,同比+13.48%(较4月-3.58pct),两年复合增速为-0.8%;推算1-5月线下零售额增速为8.23%。1-5月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8.0%、6.8%、6.0%、11.4%,超市零售额同比下降0.3%。社会消费延续复苏态势,实体店零售逐步改善,2023年各项促消费政策进一步显效发力,新消费模式不断拓展,消费回升态势有望持续,将带动经济整体好转。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。5月限额以上单位金银珠宝零售额同比增长24.4%,增速环比4月份-20.3pct;1-5月金银珠宝同比增长19.5%,增速环比+1pct。据商务部商务大数据监测,“五一”假期金银珠宝销售额同比增长22.8%。

“618”大促黄金珠宝表现亮眼,京东“618”活动开始4小时,黄金珠宝品类整体成交额同比增长超100%,其中黄金品类增长5倍,周大生品牌成交额同比增长超50倍。唯品会战报显示,升级类消费如黄金珠宝,销量同比增长30%以上。黄金珠宝板块在五一假期、520、母亲节、618等节日催化下,送礼等消费需求释放,我们认为行业景气度仍可延续,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(2023.06.19-2023.06.21),商贸零售(中信)指数下跌4.41%,跑输沪深300指数1.91pct,本周,商贸零售板块在30个中信一级行业中排名第26位,商贸零售板块唯一上涨的子行业为医疗美容。

#### ■ 行业动态跟踪:

**传统零售:**全国最大体量重奢万象城诞生,华中首座万象天地落户南昌;Babycare北京首店开业;王府井奥莱UP TOWN将在2023年底开业;宜家“最小型门店”在悉尼开业。

**电商:**618全网总体销售额为7987亿元;京东618言犀虚拟主播已带动商家成交额较2022年11.11增长超246%;淘宝天猫618用户、商家规模、成交三项指标全面正增长;拼多多618年轻品牌手机销量同比超过500%;唯品会核心品类相比2022年销量整体涨幅达20%以上;快手618期间订单量同比2022年增长近四成;抖音618整体销量同比增长了66%;马云指出淘宝天猫未来三个方向,张勇9月卸任阿里集团董事长和CEO;快手磁力引擎上线“快手指数”平台;微信上线“安静模式”;视频号小店上线先用后付功能。

**黄金珠宝：**“618买金热”持续升温；珠宝首饰成为江苏最受欢迎的品类；老福黄金布局新零售赛道。

■ **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；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

<b>1 本周行情回顾</b> .....	<b>5</b>
1.1 板块行情.....	5
1.2 个股行情.....	6
<b>2 行业动态跟踪及大事提醒</b> .....	<b>6</b>
2.1 行业要闻回顾.....	7
2.2 行业资本动态.....	12
2.3 上市公司动态跟踪.....	13
2.4 下周大事提醒.....	14
<b>3 风险提示</b> .....	<b>14</b>

## 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: 下周大事提醒.....	14

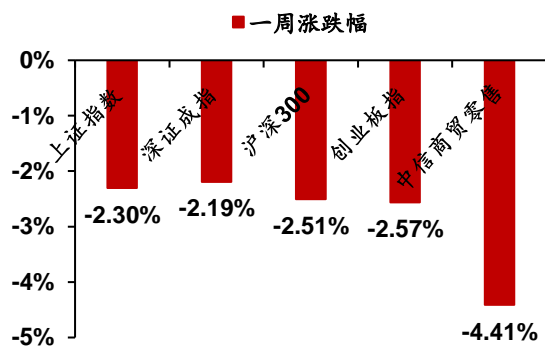
## 1 本周行情回顾

### 1.1 板块行情

本周（2023.06.19-2023.06.21），商贸零售（中信）指数下跌 4.41%，跑输沪深 300 指数 1.91pct。年初至今，商贸零售板块下跌 6.65%，跑输沪深 300 指数 6.46pct。

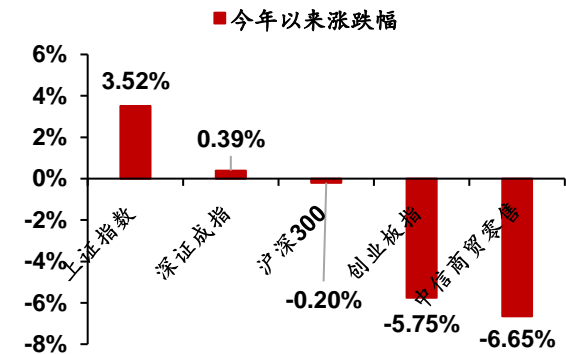
本周，商贸零售板块在 30 个中信一级行业中排名第 26 位，其中 5 个行业上涨，国防军工（+2.00%）、汽车（+0.97%）、机械（+0.58%）领涨。

图 1：本周主要指数涨跌幅



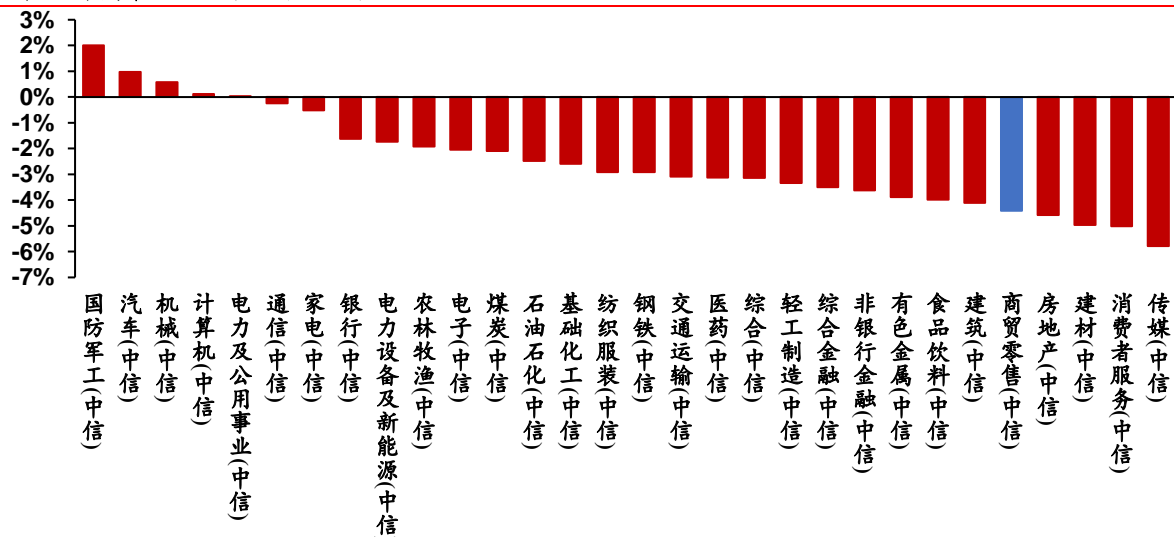
资料来源：Wind，上海证券研究所

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

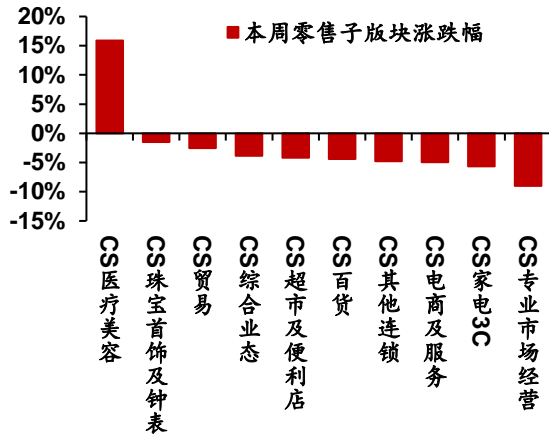


资料来源：Wind，上海证券研究所

商贸零售板块子行业表现：本周唯一上涨的子行业为医疗美容，涨幅为 15.87%。今年以来，涨幅排名靠前的子行业分别为专  
请务必阅读尾页重要声明

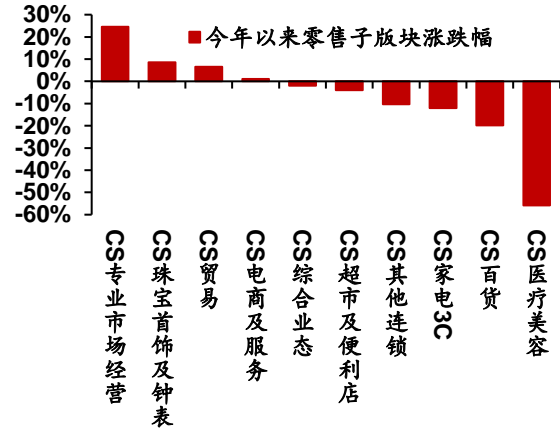
业市场经营、珠宝首饰及钟表和贸易，涨幅分别为 24.49%、8.49% 和 6.52%。

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，9 家公司上涨，101 家公司下跌。商贸零售个股方面，本周涨幅较大的个股为：莱百股份（+9.8%）、苏美达（+7.5%）、海印股份（+2.5%）；跌幅较大的个股为：小商品城（-17.0%）、丽人丽妆（-11.3%）、汇嘉时代（-9.5%）。

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	605599.SH	莱百股份	9.8	101
2	600710.SH	苏美达	7.5	110
3	000861.SZ	海印股份	2.5	52
4	000151.SZ	中成股份	1.5	43
5	003010.SZ	若羽臣	1.2	28

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	600415.SH	小商品城	-17.0	470
2	605136.SH	丽人丽妆	-11.3	47
3	603101.SH	汇嘉时代	-9.5	28
4	000715.SZ	中兴商业	-9.4	30
5	600250.SH	南纺股份	-8.6	18

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

**【全国最大体量重奢万象城诞生】**重庆万象城北区(二期)开业。北区开业后,重庆万象城项目整体商业体量将达到 50 万平方米,成为目前国内最大体量的重奢定位万象城。重庆万象城北区定位“先锋潮流”,引入品牌 240 余个,其中,70 余家为西南/重庆地区首店、旗舰店,致力打造城市潮流前沿地标。北区开业后,重庆万象城品牌总数超过 700 个。(2023-06-19,联商网)

**【Babycare 北京首店开业】**母婴品牌 Babycare 北京首店在京西大悦城正式开业。2017 年 Babycare 开始布局线下,到 2023 年 6 月 18 日, Babycare 线下门店数达到 100 家,遍布北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州、南京、武汉、长沙、厦门等一二线城市。此外,通过进驻全国连锁商超、母婴集合店, Babycare 线下零售终端总数已超 3 万个。(2023-06-19,联商网)

**【华中首座万象天地落户南昌】**华润万象生活官宣一组宣传图,赫然在列的是华中首座万象天地——南昌红谷滩万象天地,南昌将是全国第五座万象天地项目。根据宣传内容显示,此次华润打造的南昌红谷滩万象天地是与江西天使集团合作,其原址就是此前的天使金融广场。整个项目商业建筑面积 11 万方,开工时间和竣工时间都是 2023 年。(2023-06-19,联商网)

**【王府井奥莱 UP TOWN 将在 2023 年底开业】**王府井集团宣布旗下王府井奥莱品牌将正式进驻世界之花假日广场项目,以“王府井奥莱 UP TOWN”为案名全新面市,这是王府井奥莱体系中首次推出的年轻力品牌线。项目分为两期规划,一期将于 2023 年底开业。三年内,奥莱还将陆续接管世界之花二期。(2023-06-20,联商网)

**【华盛商业首个轻资产项目落地珠海鹤洲】**钟珠海首家“奥特莱斯”合作项目,即深圳华盛商业(奥特莱斯)与珠海华桐(都会四季项目)合作备忘录签约仪式在鹤州新区筹备组管委会会议室举行。此次华盛奥特莱斯落地鹤洲核心发展区,不仅是华盛商业的第一个轻资产项目,也是珠海首家“奥特莱斯”商业综合体,预计 2024 年开业。(2023-06-20,联商网)

**【宜家“最小型门店”在悉尼开业】**一家新的宜家门店在悉尼开业，这是宜家的“最小型门店”，只有 215 m<sup>2</sup>。门店提供更个性化和定制化的购物体验，想要进行更复杂的家居装饰项目(如厨房和衣柜)的顾客，可获得一对一的专家建议。这种新的门店规格是继 2022 年 9 月在墨尔本的 Highpoint 购物中心开设后，在澳洲的第二家。(2023-06-20, 联商网)

## 2. 电商行业动态跟踪

**【微信上线“安静模式”】**微信上线了一个新功能，“安静模式”。在 iOS 微信更新到最新版本，通过“微信”-“我”-“设置”-“关怀模式”-“安静模式”，就能开启。之后，微信在消息通知、音视频通话、视频号内容播放等所有场景下，都不会再发出声音。(2023-06-19, 微信派)

**【马云指出淘宝天猫未来三个方向】**阿里巴巴创始人马云召集淘天集团各业务负责人，开了一场小范围内的沟通会。马云称，阿里过去那些赖以成功的方法论可能都不适用了，应该迅速改掉。他为淘天集团指出了三个方向：回归淘宝、回归用户、回归互联网。马云判断，当前国内经济下行、消费信心不足的情况还会持续，因此接下来是淘宝而不是天猫的机会。(2023-06-19, 晚点 LatePost)

**【618 全网总体销售额为 7987 亿元】**2023 年 5 月 31 日 20: 00-2023 年 6 月 18 日 24: 00, 综合电商平台、直播平台累积销售额为 7987 亿元。分平台来看, 综合电商平台销售总额达 6143 亿元, 同比增长 5.4%, 天猫占据综合电商平台榜首位置, 京东紧随其后, 拼多多排名第三。直播电商平台成本届大促最大亮点, “618”期间, 直播电商累积销售额达 1844 亿元, 同比增长 27.6%。抖音以一定优势排名直播电商平台榜首, 点淘屈居第二, 快手排名第三。新零售, 销售额为 243 亿元, 美团闪购排名新零售平台第一, 京东到家和饿了么以微小差距分别位列二、三名。社区团购总销售额为 167 亿元, 多多买菜、美团优选、兴盛优选位居前三。热门销售品类中, 美容护肤品类疲软, “618”期间销售额为 300 亿元; 香水彩妆保持增速, 总销售额为 106 亿元; 洗护清洁总销售额达 144 亿元; 粮油调味作为刚需产品销售增速不减, 总销售额为 105 亿元; 休闲零食微幅增长, “618”期间销售额为 66 亿元; 营养保健和运



动户外作为后疫情时代兴起的热门品类，销售增速迅猛，大促期间营养保健品类整体销额为 88 亿元，运动户外销售额达 258 亿元；“空巢青年”催生宠物经济，在我国正以较高的速度持续增长，“618”大促期间宠物食品线上销售额突破 50 亿人民币。（2023-06-19，星图数据）

**【京东 618 言犀虚拟主播已带动商家成交额较 2022 年 11.11 增长超 246%】**618 期间，言犀虚拟主播已带动商家成交额较 2022 年 11.11 增长超 246%。商品上，合作门店数同比 2022 年增加 8 成，新增趋势品类超 1200 个；服务上，推出超过 200 项针对消费者痛点的全链路服务，以及 80 余项行业首创、行业独有服务。3C 数码、家电家居产品以旧换新成交额同比增长超 150%。言犀智能客服累计咨询服务量超 7 亿次。一键保价被点击超过 6.6 亿次。京东云每秒用户访问峰值同比提升 119%。智能化服务平台“京小智”为超 22.3 万家京东第三方商家提供了智能客服、智能营销、智能分析决策等服务；物流上，618 高潮期间，全国超过 95% 区县实现当日达次日达。此外，京东 618 期间，2000 多个县市区消费者体验到京东到家“小时购”服务，巅峰期开场仅 10 分钟，近 1000 个县区的消费者已收货。2023 年京东 618，基于达达快送大促服务升级，京东到家进一步提升配送时效，单均履约时长缩短 6 分钟。（2023-06-19，京东黑板报）

**【淘宝天猫 618 用户、商家规模、成交三项指标全面正增长】**淘天集团阿里妈妈及市场公关总裁家洛所说，今年淘宝天猫 618，用户、商家规模、成交三项指标全面正增长。在 618 的战报当中，淘宝天猫也不再强调总增长，只是公布了部分中小商家和内容化方面的增长数字。根据淘天集团数据，今年 618 期间，每天在淘宝发布短视频的商家数增长 55%，达人增长了 200%；淘宝上短视频的日均观看用户数增长了 113%，浏览量和观看时长也相应实现翻倍增长。淘宝今年还首次推出了“直播闪降节”，观看直播人次同比去年增加了 60%，参与商家的店播成交比日常也普遍增加了 2-3 倍，今年 618 来到淘宝开播的达人主播同比增长了 139%。此外，广大产业带中小企业也通过直播实现成交增长，618 期间开播数量环比 5 月增长 100%，成交金额环比增长 180%。数据显示，截至 6 月 18 日 0 点，淘宝天猫上成交破亿品牌数已达 305 个，超 256 万名中小商家今年 618 的成交额超过去年同期，还有 118 万名中小商家达成了“1 万元成交”的小突破，其中 6.8 万名商家加入淘宝还不到 3 个月。（2023-06-19，电商报 Pro）

**【拼多多 618 年轻品牌手机销量同比超过 500%】**平台数码家电产品仍是最广大用户在 2023 年 618 的“真香”选择，苹果、小米、荣耀、vivo、iQOO、一加等手机品牌在平台的销量也不断攀升，荣耀销量同比超过 100%，iQOO 新品销量较上代产品提升一倍，一加等年轻品牌手机销量同比超过 500%。在消费区域中，新一线及三四线城市仍是手机消费的主力，北上广深等一线城市销量仍保持最快增幅，订单占比突破 20%。而在广大的县域市场中，手机新品的订单量同比增长 130%。家电品牌的全品类销售规模在 2023 年 618 期间同比增长 113%。家电消费的年轻化趋势进一步凸显，90 后、95 后群体在消费人群的占比中同比增长了 11%。与 80 后等消费群体相比，年轻群体更加偏爱智能家电、高端家电产品，尤其是三四线城市的年轻群体成为高端家电消费的主力人群，并推动当地家电消费迭代升级。（2023-06-19，封面新闻）

**【快手 618 期间订单量同比 2022 年增长近四成】**在 6 月 1 日-6 月 18 日大促活动期间，快手电商订单量同比 2022 年增长近四成，买家数同比 2022 年增长近三成。品牌商品 GMV 同比 2022 年增长超 200%，短视频挂车下单订单量同比 2022 年增长近 210%，搜索支付 GMV 同比 2022 年增长近 130%。其中，生鲜类 GMV 同比 2022 年增长 70%，服饰鞋靴 GMV 同比 2022 年增长 268%，家用电器 GMV 同比 2022 年增长 245%，无线洗地机、节能空调、智能冰箱成为老铁购买最多的家用电器产品。（2023-06-19，快手）

**【快手 618 期间消电家居行业 GMV 同比提升 59%】**618 期间（6 月 1 日-6 月 18 日），消电家居整体 GMV 同比 2022 年提升 59%，品牌自播 GMV 同比提升 64%，行业单均价同比提升 33%。其中手机订单量同比增长 67%，安卓机 GMV 同比提升 280%，冰箱、洗衣机、空调类目 GMV 同比提升 313%，电视&厨电 GMV 同比提升 221%，电子教育类目 GMV 同比提升 198%，笔记本电脑类目 GMV 同比提升 138 倍，美容仪器 GMV 同比提升 125 倍，扫地机器人 GMV 同比提升 143 倍，床品、家纺、话费快充等类目实现高速增长。（2023-06-19，快手电商）

**【唯品会核心品类相比 2022 年销量整体涨幅达 20%以上】**女装、男装、箱包等核心品类相比 2022 年销量整体涨幅达 20%以上，部分细分品类出现倍数级增长。美妆护肤、运动户外等品类涨势突出，此外，升级类消费如黄金珠宝、宠物生活、营养健康等销量

同比增长 30%以上。家电与数码电子中，清洁家电、制冷家电等受到消费者青睐，洗地机、清洁机、扫地机器人销量同比增长 80%以上，空调销量同比增长 36%。智能手表销量同比增长 73%，平板电脑销量同比增长 27%。（2023-06-19，封面新闻）

**【抖音 618 整体销量同比增长了 66%】**5 月 31 日至 6 月 18 日，抖音电商直播累计时长达 4202 万小时，挂购物车链接的短视频播放了 1309 亿次，整体销量同比增长了 66%。其中，货架场景抖音商城的销量同比增长达 177%。18 岁以上的 00 后消费者数量不断增长，是 2022 年同期的 2.1 倍，成为消费市场的新生力量。从地域来看，来自上海的用户消费最为活跃，北京、重庆、成都、广州等地紧随其后。热卖榜国货占比近 90%，“焕新非遗”专区里的商品销量同比增长了 164%，端午粽子、陶瓷茶杯、太谷饼、武夷岩茶和花丝镶嵌项链成为最受欢迎的非遗好物。抖音电商里购买图书的消费者人数同比增长了 51.4%。“全民好书计划”助力图书整体销量达到 2022 年同期的 1.53 倍。教辅类图书、儿童图书和励志类图书销量位列前三，社会科学类图书和文学图书也收获了较高的销量增长。（2023-06-20，抖音电商）

**【张勇 9 月卸任阿里集团董事长和 CEO】**阿里巴巴控股集团董事会主席兼 CEO 张勇宣布，将于 2023 年 9 月 10 日卸任阿里巴巴控股集团董事会主席兼 CEO 职务，此后将专职担任阿里云智能集团董事长兼 CEO，蔡崇信将出任阿里巴巴控股集团董事会主席；吴泳铭出任阿里巴巴控股集团 CEO，同时继续兼任淘天集团董事长。（2023-06-20，联商网）

**【快手磁力引擎上线“快手指数”平台】**快手磁力引擎推出快手生态内容和创作者洞察平台“快手指数”。“快手指数”基于 Aha 品牌力模型及达人推荐模型，为品牌提供品牌声量、品牌搜索、达人分析等多维度数据指标，并定期发布品牌声量榜单和快手达人榜单。具体来看，在达人方面，“快手指数”可以从传播力、发展力、号召力、商业力、性价比力五方面综合衡量达人推荐能力，支持品牌快速挖掘与本品牌调性相符且推荐高效的达人。（2023-06-20，亿邦动力）

**【视频号小店上线先用后付功能】**视频号小店推出先用后付功能。先用后付是指用户可 0 元下单体验商品，待订单确认收货时，再支付货款。先用后付由平台提供资金保障，保障使用先用后付的订

单商家能够在正常结算时间收到货款。先用后付订单适用常规订单的确认收货规则，支持自动确认收货，确认收货后货款会从用户账户中扣除；若消费者不付款，平台会垫资支付给商家，无资损风险。值得注意的是，先用后付服务正在陆续向小店用户开放中，且不同用户对不同商品在先用后付的可用性上存在差异，具体以支付时可使用先用后付为准。（2023-06-20，亿邦动力）

### 3. 黄金珠宝行业动态跟踪

**【“618 买金热”持续升温】**整体大盘看，2023 年黄金品牌再次保持稳健增长。淘宝珠宝行业小二介绍，老铺、千叶、福来岛等大牌同比增幅超过 200%，同时，更多年轻消费者开始涌入买金潮，古法黄金、5G 亮金的新工艺黄金此次 618 涨幅超 100%。黄金珠宝新锐品牌福来岛此次淘宝天猫 618 开卖次日销量已达往届 3 倍，提前完成 618 全周期目标，而曼卡龙代表金饰风华凤仪系列，在 618 期间成交同比翻了 4 倍多。（2023-06-19，电商报）

**【珠宝首饰成为江苏最受欢迎的品类】**2023 年 618，珠宝首饰成为江苏最受欢迎的品类，成交额较 2022 年同比增长 103%，其中黄金成交额同比增长 5.6 倍、彩宝同比增长 1.5 倍，珍珠、翡翠的同比增速也超过了 70%。（2023-06-19，南京晨报）

**【老福黄金布局新零售赛道】**老福黄金新零售赛道发布会在深圳金展珠宝广场举行。发布会上，老福黄金 CEO、莆田电子商务协会执行会长、莆田黄金珠宝协会副会长、阿图传媒联合创始人阿土介绍了老福黄金新零售赛道的具体情况。老福黄金长期坚持整合各类黄金珠宝首饰、花丝镶嵌、铂金、钻石、银饰及其他配饰的设计开发、加工生产、采购、批发、零售等资源，全面保证与国际知名跨国公司的资源共享与交流事务的衔接。依托线下近 200 家店铺及完善的售后服务体系年年创佳绩。老福黄金多点融合布局，在 B2B、B2C、S2B2C、C2C 等领域做大做强。（2023-06-20，中国黄金珠宝）

## 2.2 行业资本动态

**【「Ume Tea 优米茶铺」完成数百万美元种子轮融资】**由华人工程师创立的美国茶饮品牌「Ume Tea 优米茶铺」宣布获得数百万美金种子轮融资，由 iFly.vc 资本独投，本轮资金主要用于团队提升、

供应链完善、产品迭代、拓店等。（2023-06-19，36 氩）

## 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
06.20	603708.SH	家家悦	<b>关于公开发行可转换公司债券部分募集资金专户注销的公告。</b> 公司公开发行 6.45 亿元可转换公司债券，每张面值为人民币 100 元，共计 645 万张，期限 6 年。公司公开发行可转换公司债券募集资金总额为人民币 6.45 亿元，扣除承销保荐费、律师费等各项发行费用 1146.03 万元（不含税），实际募集资金净额约为人民币 6.34 亿元。根据公司公开发行可转换公司债券募集说明书的规定，本次募集资金用于“烟台临港综合物流园项目”的建设，现已建设完毕并达到预定可使用状态，公司已将节余募集资金余额转入自有资金账户，募集资金已按计划全部使用完毕。截至本公告日，公司已办理完毕交通银行股份有限公司威海分行募集资金专户的销户手续，上述募集资金专户对应的《募集资金专户存储四方监管协议》相应终止。
06.20	600859.SH	王府井	<b>股东集中竞价减持股份结果公告。</b> 公司收到股东三胞集团南京投资管理有限公司发来的《关于减持所持王府井集团股份有限公司股份结果的告知函》，三胞投资于 2022 年 12 月 30 日至 2023 年 6 月 16 日共减持公司 1135.00 万股股份，占公司总股本的 1%，本次减持计划实施完毕。
06.20	002345.SZ	潮宏基	<b>关于股东股份质押和解除质押的公告。</b> 公司近日接到公司股东廖创宾先生（公司实际控制人廖木枝先生之一致行动人，公司董事长、总经理）函告，廖创宾先生将其所持有的本公司部分股份办理解除质押和股权质押手续，本次解除质押股份数量 1500.00 万股，占其所持股份比例 57.20%，占公司总股本比例 1.69%，本次质押数量 1300.00 万股，其所持股份比例 49.58%，占公司总股本比例 1.46%。
06.20	002264.SZ	新华都	<b>关于控股股东部分股份质押的公告。</b> 公司拟使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司发行的人民币普通股（A 股），用于实施员工持股计划或股权激励。本次回购资金总额上限为 5100.00 万元，资金总额下限为 2600.00 万元。按照回购股份价格上限 9.33 元/股测算，本次回购股份数量区间约为 278.67 万股至 546.62 万股，占公司目前总股本比例的区间为 0.39%至 0.76%。具体回购数量以回购期满时实际回购的股份数量为准。回购股份实施期限为自公司第五届第三十一次（临时）董事会审议通过本次回购股份方案之日起 12 个月内。
06.21	600693.SH	东百集团	<b>关于控股股东部分股份解除质押及再质押公告。</b> 公司控股股东福建丰琪投资有限公司（以下简称“丰琪投资”）及其一致行动人施章峰先生、施霞女士合计持有公司股份约 5.48 亿股，占公司总股本的 62.98%，相关股份均为无限售条件流通股。截至本公告披露日，丰琪投资及施章峰先生合计质押公司股份约 3.53 亿股，施霞女士不存在股份质押的情况，上述主体合计质押股份数量占合计持有公司股份总数的 64.44%，占公司总股本的 40.58%。

资料来源：各公司公告，上海证券研究所



## 2.4 下周大事提醒

**表 4：下周大事提醒**

2023/06/26 周一	2023/06/27 周二	2023/06/28 周三	2023/06/29 周四	2023/06/30 周五	2023/06/01 周六	2023/06/02 周日
中兵红箭 (000519.SZ) 股东大会  孩子王 (301078.SZ) 股东大会  家家悦 (603708.SH) 股东大会	六福集团 (0590.HK) 年报预计披露	合肥百货 (000417.SZ) 分红  重庆百货 (600729.SH) 分红  大商股份 (600694.SH) 股东大会  新世界 (600628.SH) 股东大会	合肥百货 (000417.SZ) 股东大会  步步高 (002251.SZ) 股东大会  永辉超市 (601933.SH) 股东大会	美团-W (3690.HK) 股东大会  山东黄金 (600547.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

- 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

<b>股票投资评级：</b>	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
<b>行业投资评级：</b>	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。