

美国消费者理性购物，性价比跨境电商迎来机遇 ——行业周报（20231225-1229）

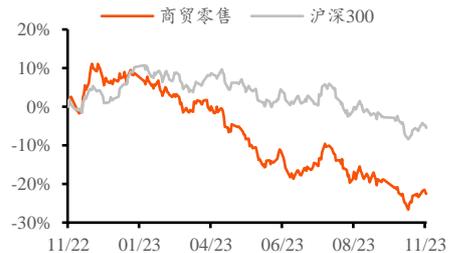


增持(维持)

行业： 商贸零售
日期： 2024年01月05日

分析师： 彭毅
E-mail： pengyi@yongxingsec.com
SAC 编号： S1760523090003
分析师： 吴昱迪
E-mail： wuyudi@yongxingsec.com
SAC 编号： S1760523020001

近一年行业与沪深300比较



资料来源：Wind， 甬兴证券研究所

相关报告：

行情回顾

本周，沪深300环比上涨2.81%；商贸零售板块整体上涨0.33%，跑输沪深300指数2.49pct，涨跌幅在申万一级31个行业中排第27位。子板块中，专业连锁II涨幅居于首位，上涨1.04%，一般零售次之，上涨0.72%，贸易II和互联网电商呈下跌态势，分别下跌0.04%和6.73%。

核心观点

美国假日购物季：消费者购物行为谨慎，销售额增幅减弱。据Mastercard SpendingPulseTM，23/11/1-23/12/24期间，剔除汽车消费，美国零售销售额+3.1%，增幅不及2022年增幅7.6%的一半。我们认为，美国利率的上升和通胀在一定程度上给消费者支出带来了压力。具体来看，23年底的假日季主要有3个零售趋势：1)线上购物增速优于线下：11/1-12/24期间，网上零售额同比+6.3%，线下门店销售额+2.2%，线上消费趋势向好。2)服装品类销售涨幅居前：受季节和节日活动催化，冬季服饰销售较好，带动服装品类同比+2.4%，成为涨幅居前的品类之一；而电子产品和珠宝首饰销售则有所下滑，分别同比-0.4%和-2.0%。3)节日带动餐饮消费增长：假日经济中美国餐饮消费表现亮眼，亲朋好友外出就餐推动餐饮消费提升，板块同比+7.8%。总的来说，黑五网一预售到平安夜购物季是美国最长假日购物季之一，消费者在商品和服务方面的支出已接近疫情前的水平。据NRF预计11-12月全美商品零售额将达9573-9666亿美元，较2022年增长3%-4%。虽然11月美国失业率有所降低、工资水平保持增长态势，但许多消费者储蓄已较疫情期间大幅减少，疫情期间积累的超额储蓄带来的消费力正在减弱，且消费者还面临信用卡借贷成本攀升等问题。我们认为，随着海外消费者钱包缩水，性价比消费或将成为未来主线，受益于消费者理性购物，中国跨境电商和性价比电商板块有望迎来机遇。

美妆：抖音平台助力国货美妆加速渗透。据青眼情报，12/18-12/24圣诞节活动期间，天猫护肤类目商品销售榜TOP20中80%为国际品牌旗下产品，但珀莱雅红宝石面霜3.0击败兰蔻、雅诗兰黛热门产品斩获了护肤类目商品榜第一，GMV达1076.9万元。彩妆香水类目中香水、口红是圣诞节送礼热门品类，TOP20商品榜中国货品牌彩棠、卡姿兰、INTOYOU上榜，但国际品牌依然占据了70%的比重，日韩美妆则持续遇冷。而在抖音平台，消费者更倾向于购买国货产品，护肤类目商品榜TOP20中70%为国货品牌产品，彩妆香水类目TOP20产品中80%为国货品牌产品。我们认为，虽然天猫平台的消费者在节日送礼中更倾向于选择国际品牌，但头部国货品牌在快速崛起，抖音平台凭借其内容及流量优势有望助力国货美妆实现弯道超车。

投资建议

投资建议：我们认为线上消费持续向好。建议关注：1)受益于消费者理性购物、跨境业务快速拓展的性价比电商和海外布局良好的连锁企业：拼多多、名创优品；聚焦品牌特卖折扣电商龙头：唯品会；2)核心业务有所回暖的传统电商平台：阿里巴巴、京东；3)本地生活龙头地位稳固，即时零售业务打开第三增长曲线的美团；4)拓展新变现模式的内容平台及相关产业链：抖音、快手；5)受益“颜值经济”的化妆品板块：福瑞达、珀莱雅；6)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

消费复苏不及预期；市场竞争加剧；宏观经济波动等。

正文目录

1. 本周核心观点	3
2. 本周行业动态	4
2.1. 板块行情	4
2.2. 个股行情	5
3. 行业跟踪	7
3.1. 行业数据跟踪	7
3.2. 行业资讯	9
4. 上市公司公告	11
5. 风险提示	12

图目录

图 1: 商贸零售行业与沪深 300 走势	4
图 2: 本周申万一级行业指数涨跌幅 (%)	5
图 3: 商贸零售 II 级子行业指数走势	5
图 4: 商贸零售 II 级子行业指数周涨跌幅	5
图 5: A 股商贸零售业本周涨跌幅前五情况	6
图 6: 美股中资零售业本周涨跌幅前五情况	6
图 7: 港股零售业本周涨跌幅前五情况	7
图 8: 社零及限额以上企业商品零售总额 (%)	7
图 9: CPI 情况 (%)	7
图 10: 实物商品网上零售额情况 (亿元, %)	8
图 11: 网上商品细分品类零售额情况 (%)	8
图 12: 单月实物商品网上零售额情况	8
图 13: 当月线下零售额情况	8

表目录

表 1: 线上线下社零数据推算(亿元)	8
表 2: 11 月社零数据(亿元)	9
表 3: 商贸零售本周上市公司重点公告	11

1. 本周核心观点

美国假日购物季：消费者购物行为谨慎，销售额增幅减弱。据 Mastercard SpendingPulse™，在 23 年 11 月 1 日至 12 月 24 日期间，剔除汽车消费，美国零售销售额增长了 3.1%，增幅不及 2022 年增幅 7.6% 的一半。我们认为，美国利率的上升和通胀在一定程度上给消费者支出带来了压力。具体来看，23 年底的假日季主要有 3 个零售趋势：

1) 线上购物增速优于线下：

在 23 年 11 月 1 日至 12 月 24 日期间，网上零售额同比增长了 6.3%，线下门店销售额增长了 2.2%。虽然线下购物总支出仍然占据较大份额，但线上购物正在快速增长，所占比例也在逐年扩大，线上消费趋势向好。

2) 服装品类销售涨幅居前：

受季节和节日活动催化，冬季服饰销售较好，带动了服装品类同比增长 2.4%，成为涨幅居前的品类之一；而电子产品和珠宝首饰销售则有所下滑，分别同比 -0.4% 和 -2.0%。

3) 节日带动餐饮消费增长：

假日经济中美国的餐饮消费表现亮眼，亲朋好友外出就餐推动餐饮消费提升，板块同比增长了 7.8%。

总的来说，据财联社，黑五网一到平安夜的购物季是美国最长的假日购物季之一，消费者在商品和服务方面的支出已接近疫情前的水平。据中国邮政快递报，美国全国零售联合会(National Retail Federation)预计 11-12 月全美商品零售额将达到 9573 亿-9666 亿美元，较 2022 年增长 3%-4%。虽然 11 月美国失业率有所降低、工资水平保持增长态势，但许多消费者储蓄已较疫情期间大幅减少，疫情期间积累的储蓄带来的消费力正在减弱，同时消费者还面临着信用卡借贷成本攀升等问题。我们认为，随着海外消费者的钱包缩水，性价比消费或将成为未来主线，受益于消费者理性购物，中国跨境电商和性价比电商板块有望迎来机遇。

美妆：抖音平台助力国货美妆加速渗透。据青眼情报，12/18-12/24 圣诞节活动期间，天猫护肤类目商品销售榜 TOP20 中 80% 为国际品牌旗下产品，但珀莱雅红宝石面霜 3.0 击败兰蔻、雅诗兰黛热门产品斩获了护肤类目商品榜第一，GMV 达 1076.9 万元。彩妆香水类目中香水、口红是圣诞节送礼热门类别，TOP20 商品榜中国货品牌彩棠、卡姿兰、INTO YOU 上榜，但国际品牌依然占据了 70% 的比重，日韩美妆则持续遇冷。而在抖音平台，消费者更倾向于购买国货产品，护肤类目商品榜 TOP20 中 70% 为国货品牌产品，彩妆香水类目 TOP20 产品中 80% 为国货品牌旗下产品。我们认为，虽然天猫平台的消费者在节日送礼中更倾向于选择国际品牌，但头部国货品牌在快速崛起，抖音平台凭借其内容及流量优势有望助力国货美妆实现弯道超车。

投资建议：我们认为线上消费持续向好。建议关注：1) 受益于消费者理性购物、跨境业务快速拓展的性价比电商和海外布局良好的连锁企业：拼多多、名创优品；聚焦品牌特卖的折扣电商龙头：唯品会；2) 核心业务有所回暖，国际业务延续增长的传统电商平台：阿里巴巴；3) 本地生活龙头地位稳固，即时零售业务打开第三增长曲线的美团；4) 拓展新变现模式的内容平台及相关产业链：抖音、快手；5) 受益“颜值经济”的化妆品板块：福瑞达、珀莱雅；6) 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。

2. 本周行业动态

2.1. 板块行情

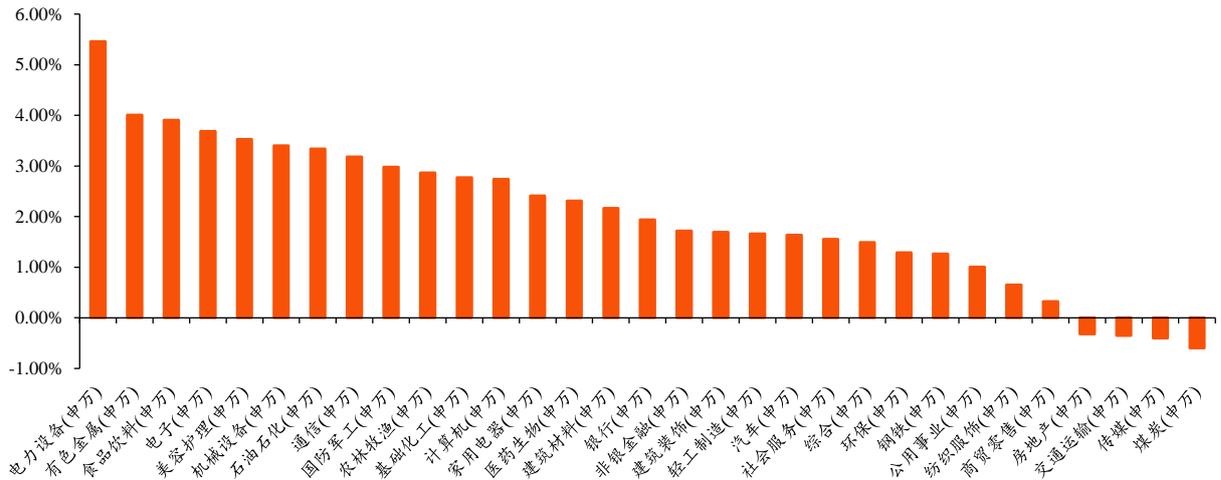
2023/12/25-2023/12/29 期间，沪深 300 环比上涨 2.81%；商贸零售板块整体上涨 0.33%，跑输沪深 300 指数 2.49pct，涨跌幅在申万 I 级 31 个行业中排第 27 位。

图1:商贸零售行业与沪深300走势



资料来源：Wind，甬兴证券研究所

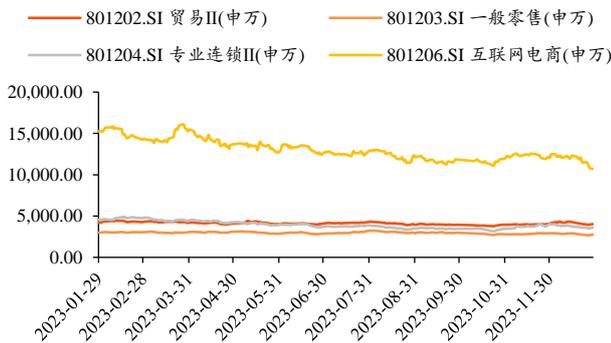
图2:本周申万一级行业指数涨跌幅(%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

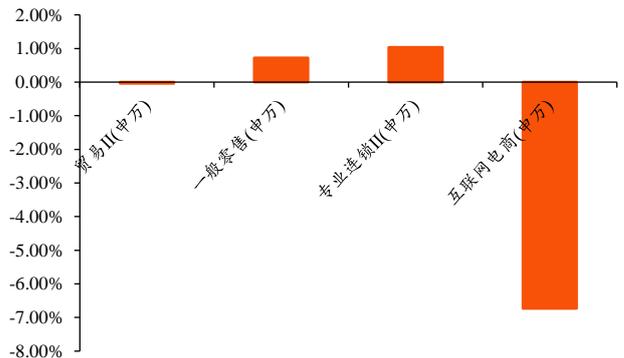
商贸零售二级子板块表现: 四大板块中专业连锁II涨幅居于首位, 上涨1.04%, 一般零售次之, 上涨0.72%, 贸易II和互联网电商呈下跌态势, 分别下跌0.04%和6.73%。

图3:商贸零售II级子行业指数走势



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

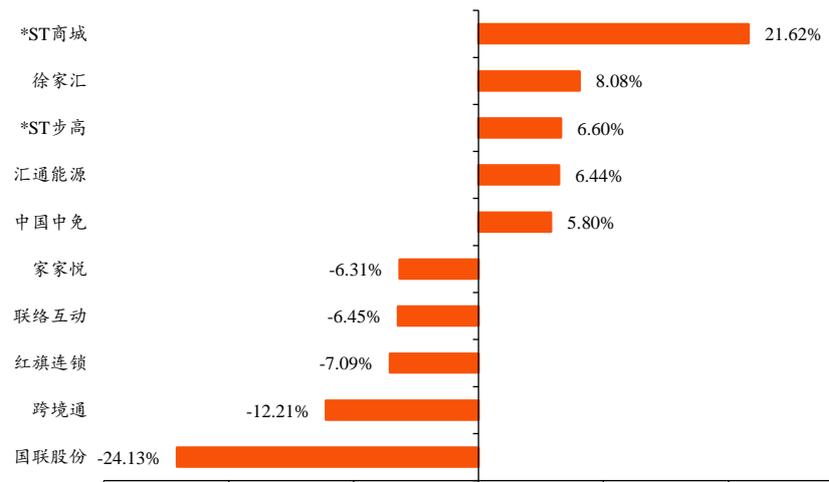
图4:商贸零售II级子行业指数周涨跌幅



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

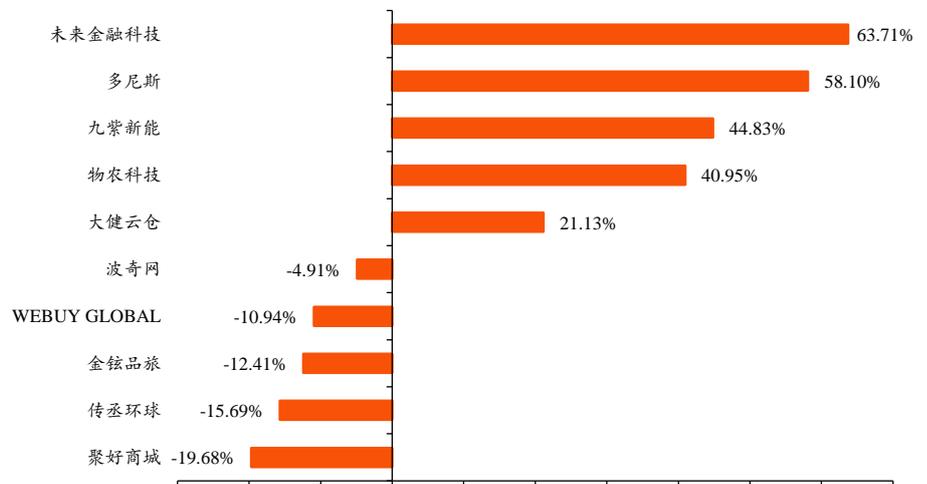
2.2. 个股行情

A股申万商贸零售业104家企业中, 本周上涨的个股为54支(占比51.92%), 下跌的个股50支(占比48.08%)。涨幅前五的个股有*ST 商城(21.62%)、徐家汇(8.08%)、*ST 步高(6.60%)、汇通能源(6.44%)、中国中免(5.80%); 跌幅前五的为国联股份(-24.13%)、跨境通(-12.21%)、红旗连锁(-7.09%)、联络互动(-6.45%)、家家悦(-6.31%)。

图5:A 股商贸零售业本周涨跌幅前五情况


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

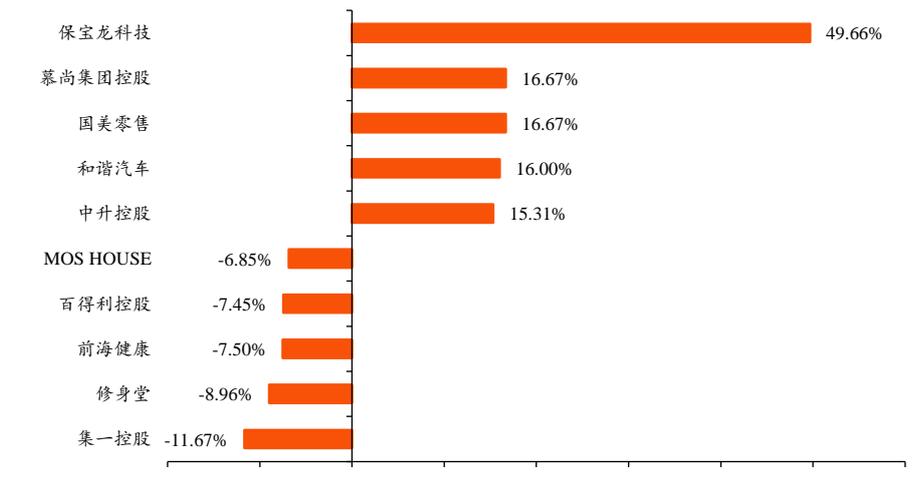
Wind 美国中资股零售业 34 家企业中, 本周上涨的个股为 24 支 (占比 70.59%), 下跌的个股 10 支 (占比 29.41%)。涨幅前五的个股有未来金融科技(63.71%)、多尼斯(58.10%)、九紫新能(44.83%)、物农科技(40.95%)、大健云仓(21.13%); 跌幅前五的为聚好商城(-19.68%)、传承环球(-15.69%)、金铉品旅(-12.41%)、WEBUY GLOBAL(-10.94%)、波奇网(-4.91%)。

图6:美股中资零售业本周涨跌幅前五情况


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

Wind 港股零售业 102 家企业中, 本周上涨的个股为 81 支 (占比 79.41%), 下跌的个股 21 支 (占比 20.59%)。涨幅前五的个股有保宝龙科技(49.66%)、慕尚集团控股(16.67%)、国美零售(16.67%)、和谐汽车(16.00%)、中升控股(15.31%); 跌幅前五的为集一控股(-11.67%)、修身堂(-8.96%)、前海健康(-7.50%)、百得利控股(-7.45%)、MOS HOUSE(-6.85%)。

图7:港股零售业本周涨跌幅前五情况



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

3. 行业跟踪

3.1. 行业数据跟踪

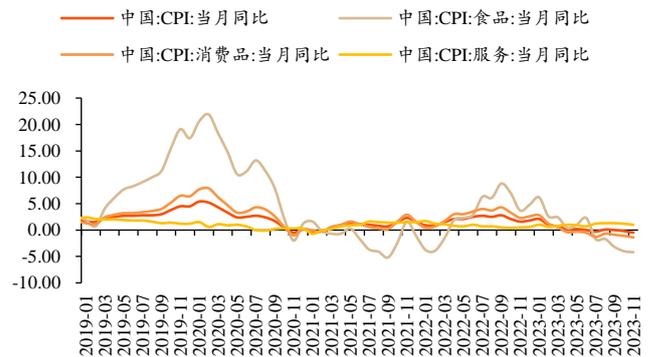
国民经济延续复苏态势,消费市场持续向好。据国家统计局发布,11月份,社会消费品零售总额42505亿元,同比增长10.1%。其中,除汽车以外的消费品零售额38191亿元,增长9.6%。按消费类型拆分来看,11月商品零售36925亿元,同比增长8.0%;餐饮收入5580亿元,增长25.8%。限额以上企业商品零售总额15706亿元,同比增长9.0%,其中,服装/鞋帽/针纺织品类、通讯器材类、烟酒类涨幅居前,分别上涨22%、16.8%、16.2%。另外,11月受食品、能源价格波动下行等因素影响,居民消费价格指数(CPI)同比下跌0.5%。其中,食品价格下降4.2%,非食品价格上涨0.4%;消费品价格下降1.4%,服务价格上涨1.0%。

图8:社零及限额以上企业商品零售总额 (%)



资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图9:CPI情况 (%)



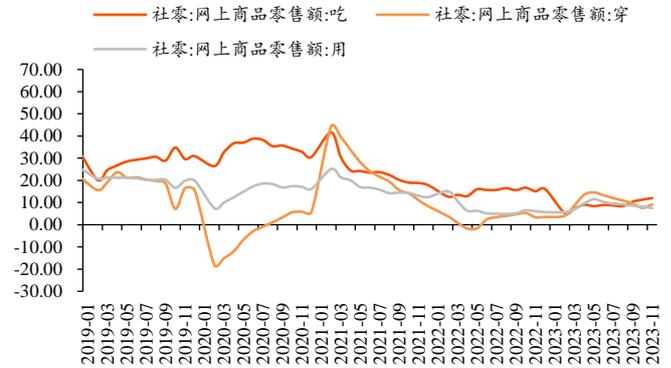
资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

网上零售额延续增长,线上线下同时发力。据推算,11月实物商品网上零售额同比增长8.14%,线下零售同比增长11.12%。据国家统计局,1-11月,全国网上零售额139571亿元,同比增长11.0%。其中,实物商品网上零售额117709亿元,增长8.3%,占社会消费品零售总额的比重为

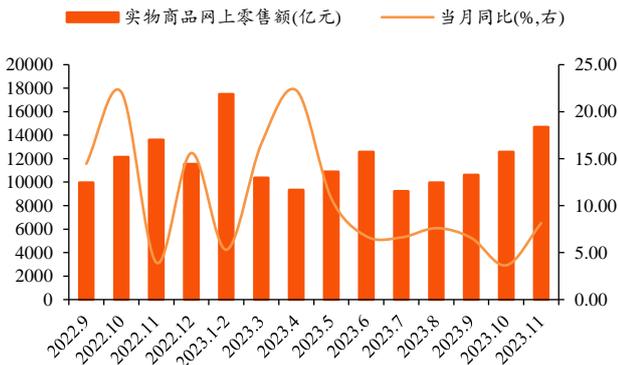
27.5%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长 12.0%、9.2%、7.5%。另外，1-11 月，限额以上零售业单位中便利店、专业店、品牌专卖店、百货店零售额同比分别增长 7.4%、5.1%、4.5%、7.7%，超市零售额同比下降 0.5%。

图10:实物商品网上零售额情况(亿元, %)

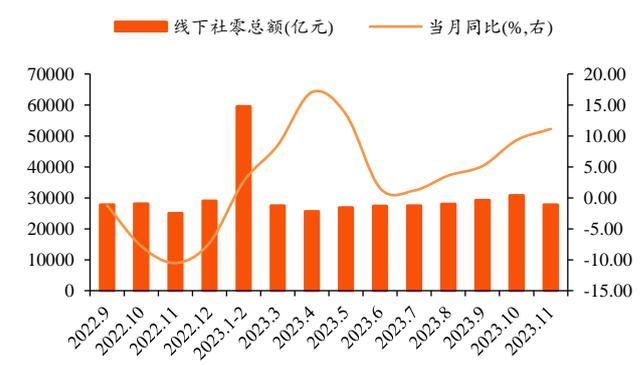

资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图11:网上商品细分品类零售额情况(%)


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图12:单月实物商品网上零售额情况


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

图13:当月线下零售额情况


资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

注: 线下零售总额=社零总额-实物商品网上零售额

表1:线上线下载零数据推算(亿元)

指标	2023.8		2023.9		2023.10		2023.11	
	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)	当月值(亿元)	同比(%)
社会消费品零售总额	37933.0	4.6	39826.0	5.5	43333.0	7.6	42505.0	10.1
实物商品网上零售额	9965.0	7.6	10614.0	6.6	12575.0	3.7	14699.0	8.1
推算线下零售额	27968.0	3.6	29212.0	5.1	30758.0	9.3	27806.0	11.1

资料来源: 国家统计局, 甬兴证券研究所

表2: 11月社零数据(亿元)

2 指标	11 月		1-11 月	
	绝对量	同比增长(%)	绝对量	同比增长(%)
社会消费品零售总额(亿元)	42505	10.1	427945	7.2
其中: 除汽车以外的消费品零售额	38191	9.6	384665	7.3
其中: 限额以上单位消费品零售额	16858	10	161540	6.5
其中: 实物商品网上零售额	-	-	117709	8.3
(一) 按经营地分				
城镇	36530	10	370419	7.1
乡村	5975	10.4	57526	7.9
(二) 按消费类型分				
餐饮收入	5580	25.8	47485	19.4
其中: 限额以上单位餐饮收入	1152	24.6	12162	19.4
商品零售	36925	8	380460	5.9
其中: 限额以上单位商品零售	15706	9	149378	5.6
粮油、食品类	1673	4.4	17180	5.1
饮料类	256	6.3	2734	2.8
烟酒类	503	16.2	4993	10.9
服装、鞋帽、针纺织品类	1503	22	12595	11.5
化妆品类	548	-3.5	3843	4.7
金银珠宝类	278	10.7	3024	11.9
日用品类	749	3.5	6923	3.6
体育、娱乐用品类	138	16	1080	10.7
家用电器和音像器材类	946	2.7	7970	0.6
中西药品类	627	7.1	6095	8.5
文化办公用品类	460	-8.2	3743	-5.8
家具类	164	2.2	1377	2.8
通讯器材类	826	16.8	6185	6.6
石油及制品类	1953	7.2	21327	6.5
汽车类	4314	14.7	43280	6.2
建筑及装潢材料类	154	-10.4	1417	-7.8

资料来源: 国家统计局, 甬兴证券研究所

3.2. 行业资讯

【阿里被判赔京东 10 亿】

12月29日,北京市高级人民法院对京东诉浙江天猫网络有限公司、浙江天猫技术有限公司、阿里巴巴集团控股有限公司“二选一”案做出一审判决,认定其滥用市场支配地位实施“二选一”的垄断行为成立,对京东造成严重损害,并判决向京东赔偿10亿元。京东称,公平竞争是市场经济的核心,“二选一”等垄断行为不仅限制了市场竞争,损害了品牌、商家和消费者的合法权益,更削弱了市场发展的创新和活力。从2017年京东为反抗“二选一”垄断发起的诉讼,到2023年京东采销打破“超级主播价格垄断”的行业潜规则,京东始终为品牌和商家谋发展、为消费者争低价。(证券时报)

【前11月全国社会物流总额超300万亿元,同比增长5%】

12月29日,中国物流与采购联合会公布今年前11个月物流运行数据。数据显示,随着工业、消费等基础领域延续恢复态势,物流需求保持同步扩张,物流运行稳中向好的发展基础进一步巩固。今年1-11月份,全国社会物流

总额为 305.9 万亿元,同比增长 5.0%,增速比 1-10 月份提高 0.1 个百分点。11 月份当月增长 6.7%,比 10 月份提高 1.6 个百分点。(中国物流与采购联合会)

【京东零售“涨薪”，涨幅近 100%且业绩激励上不封顶】

12 月 28 日,京东对外披露了相应薪酬调整方式和部分细节。自 2024 年 1 月 1 日起,京东零售所有线上业务同事,原月度绩效工资、浮动年终奖均增加到固定薪酬中,享受 4 倍月薪固定年终奖,调整后年度固定薪酬涨幅接近 100%。此外,业务 Boss 单元额外按照同比改善幅度进行业绩提点,可获得上不封顶的业绩激励。提点方案将在 2024 年 1 月由各事业部公布。变革组织目的之一,是让离客户最近、也是直接作战的业务单元拥有更大的决策权,通过让这些业务单元能长期聚焦某一品类业务,提升团队的专业力和执行力,从而让他们拥有更大的决策权和发挥更强的作战效能。适配低价战略之外,“拆墙提效、放权增产”,真正显露的是京东对扁平化公司管理的决心。(每日经济新闻)

【1688 商家数量突破 100 万】

1688 日前多项业务指标频繁创下公司成立 24 年来的历史新高。1688App 主动打开用户数量突破历史新高,数据显示用户平均年龄 25 岁,女性居多。同时,1688 商家数量突破 100 万,创下历史新高,其中有 60 万家是源头工厂,大部分新增商家是 90 后甚至 00 后的厂二代、厂三代。(亿邦动力)

【2024 快手商城年货节推出“低价特卖”助力商家快速成交爆发】

新年前夕,线上线下迎来年货消费高峰。近日,快手电商宣布,“2024 快手商城年货节”将上线“低价特卖”频道,为用户提供优选低价好物,助力商家抓住大促货架场红利,实现高性价比优质商品销售爆发。在性价比成为消费趋势的当下,通过“低价特卖”频道提供优质商品和有竞争力的价格,快手电商旨在打造高流量、高转化的高效运营阵地,释放更多货架场红利,帮助商家探索年货节期间的全域经营、全域爆发。快手还将投入百亿流量资源,通过“扶摇计划”、“川流计划”、“开播得流量”等流量政策覆盖内容场;同时通过“巨额流量激励”、“平台补贴”、“百万单品扶持”三大政策红利覆盖货架场,助力商家实现成交和成长双丰收。(电商报)

【Temu 登上英国年度热搜榜,搜索量同比增长 2850%】

谷歌趋势数据公布了英国人在 2023 年最为关注的搜索热词, Temu 成功登上英国年度热搜榜,截至 12 月 21 日的统计显示, Temu 的搜索量较 22 年增长了 2850%,这一增幅甚至超过了 ChatGPT(增长 2700%)。 Temu 于 2023 年 4 月在英国推出,现已成为英国下载次数最多的购物应用程序,据估计已有 900 万用户。(亿邦动力)

【淘宝支持仅退款,商家可在 30 日内提起申诉】

12 月 26 日淘宝对外发布变更《淘宝平台争议处理规则》的公示通知,在平台上获得过多差评或违规记录的商家,一旦收到投诉,淘宝可能会对消费者作出仅退款的判定。“仅退款”是拼多多最先推出的售后机制,当消费者向平台申请“仅退款”后,若商家在 48 小时内未进行操作,系统则会默认商

家同意退款申请，自动发起退款。今年9月21日，抖音电商也在《商家售后服务管理规范》中更新了一条有关“仅退款”的规则：商家“商品好评率低于70%，平台有权对该商品交易订单的售后申请采取支持消费者仅退款、退货退款包运费的措施，商品好评率连续7天恢复到70%以上可解除。”（亿邦动力）

【Costco 明年拟全球新增 31 家门店】

12月25日Costco首席执行官Richard Galanti在业绩会上表示，2024财年Costco预计开设33家门店，其中净新增31家，高于2023财年的23家。在接下来的第二财季，开市客计划在年初建设4家新门店，其中包括位于深圳的中国大陆第6家门店，该店将于2024年1月12日开业，也是Costco在华南地区的首店。（亿邦动力）

4. 上市公司公告

表3: 商贸零售本周上市公司重点公告

时间	股票代码	公司名称	公告内容
23/12/26	002721.SZ	*ST 金一	子公司转让公告。 公司因执行《北京金一文化发展股份有限公司重整计划》，对所持部分子公司股权进行了剥离。在破产重整工作中，公司对在股权类资产剥离范围内的深圳市贵天钻石有限公司进行整体剥离处置，公司已将直接持有的深圳贵天49%的股权按照经评估的清算价值置入北京科海金一信息咨询中心(有限合伙)用于抵偿债务，为进一步剥离低效资产，降低公司的管理成本、提高运营效率、充分梳理整合资源，公司全资子公司浙江越王珠宝有限公司拟以人民币3,198.38万元的交易价格向北京海鑫资产管理有限公司转让其所持有的深圳贵天51%的股权，股权转让完毕后，公司及浙江越王不再持有深圳贵天的股权。
23/12/27	000715.SZ	中兴商业	资金投向公告。 中兴—沈阳商业大厦(集团)股份有限公司(以下简称“公司”)于2023年12月26日召开第八届董事会第二十一次会议，审议通过了《关于2024年度使用自有闲置资金进行投资理财的议案》，同意公司在风险可控且不影响正常经营和主营业务发展的前提下，使用不超过人民币6亿元投资额度(任一时点交易金额不超过6亿元)进行投资理财，授权期限为2024年1月1日至2024年12月31日，并授权公司管理层负责具体实施事宜。
23/12/29	600415.SH	小商品城	股权激励限售解除公告。 公司2020年限制性股票激励计划首次授予部分第二个解除限售期将于2024年1月14日届满，相应解除限售条件已经成就。本次可解除限售的激励对象共317人，可解除限售的限制性股票数量合计1241.46万股，占目前公司股本总额的0.23%。本次限制性股票解除限售事宜办理完毕解除限售申请手续后，在上市流通前，公司将另行发布公告，敬请投资者注意。
23/12/29	000632.SZ	三木集团	股权收购终止公告。 福建三木集团股份有限公司于2023年5月31日披露公司拟筹划以现金方式收购青岛森城鑫投资有限责任公司下属全资子公司青岛鑫湾房地产开发有限公司100%股权以完成对青岛隆森项下位于山东省青岛市胶州市产业新区西六路东、北三路南侧的1#地块，以及位于山东省青岛市胶州市产业新区北五路北侧、双积路西侧的2#地块合计两项资产的收购，并拟将已预付的46,565万元土地款转为股权收购预付款。现由于1#2#地块的转让无法按照原计划顺利进行，经公司管理层审慎评估后，决定终止2023年5月31日披露的拟收购青岛鑫湾的股权及土地的方案。经友好协商，各方同意终止本次交易事项，同时退回前期公司已支付的相关预付款46,565万元，并根据实际占用时长按照银行一年期LPR3.45%/年计算预付款本金的占用利息。
23/12/29	002072.SZ	凯瑞德	立案调查进展公告。 凯瑞德控股股份有限公司于2023年8月29日收到中国证券监督管理委员会《立案告知书》(编号:证监立案字00042023006)，因公司涉嫌信息披露违法违规，根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国行政处罚法》等法律法规，中国证监会决定对公司立案。公司已于2023年8月30日，在指定信息披露媒体上披露了《关于收到中国证监会立案告知书的公告》(公告编号:2023-L040)，并于2023年9月28日、2023年10月30日、2023年11月29日在指定信息披露媒体上披露了《关于立案调查事项进展暨风险提示的公告》(公告编号:2023-L052、2023-L056、2023-L061)。截至本公告日，中国证监会调查工作仍在进行中，公司尚未收到中国证监会就上述立案事项的结论性意见或决定。若收到相关文件，公司将及时履行信息披露义务。公司已经就前前任实控人吴联模、前任实控人张培峰涉及公司的违法犯罪行为向公安机关进行了刑事报案并获得立案受理。因前前任实控人吴联模、前任实控人张培峰违法犯罪行为给公司造成的历史债务危机已经在2021年通过破产重整消除。目前，公司各项生产经营活动正常有序开展，本次立案预计不会对公司生产、经营和管理造成重大影响，在立案调查期间，公司将积极配合中国证监会的调查工作，并按照《深圳证券交易所股票上市规则(2023年修订)》的相关规定，每月至少披露一次风险性提示公告，说明立案调查进展情况。

资料来源: Wind, 甬兴证券研究所

5. 风险提示

- 1) 消费复苏不及预期：若复苏偏弱，可能导致需求低于预期等影响；
- 2) 市场竞争加剧：若竞争加剧可能影响盈利；
- 3) 宏观经济波动等：经济收缩、政策趋严可能会影响企业经营。

分析师声明

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度，专业审慎的研究方法，独立、客观地出具本报告，保证报告采用的信息均来自合规渠道，并对本报告的内容和观点负责。负责准备以及撰写本报告的所有研究人员在此保证，本报告所发表的任何观点均清晰、准确、如实地反映了研究人员的观点和结论，并不受任何第三方的授意或影响。此外，所有研究人员薪酬的任何部分不曾、不与、也将不会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

甬兴证券有限公司经中国证券监督管理委员会核准，取得证券投资咨询业务许可，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
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；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准指数。

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。

特别声明

在法律许可的情况下，甬兴证券有限公司（以下简称“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投资银行、财务顾问以及金融产品等各种服务。因此，投资者应当考虑到本公司或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。也不应当认为本报告可以取代自己的判断。

版权声明

本报告版权属于本公司所有，属于非公开资料。本公司对本报告保留一切权利。未经本公司事先书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、转载、刊登和引用本报告中的任何内容。否则由此造成的一切不良后果及法律责任由私自翻版、复制、转载、刊登和引用者承担。

重要声明

本报告由本公司发布，仅供本公司的客户使用，且对于接收人而言具有保密义务。本公司并不因相关人员通过其他途径收到或阅读本报告而视其为本公司的客户。客户应当认识到有关本报告的短信提示、电话推荐及其他交流方式等只是研究观点的简要沟通，需以本公司发布的完整报告为准，本公司接受客户的后续问询。本报告首页列示的联系人，除非另有说明，仅作为本公司就本报告与客户的联络人，承担联络工作，不从事任何证券投资咨询服务业务。

本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，本公司对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时思量各自的投资目的、财务状况以及特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司特别提示，本公司不会与任何客户以任何形式分享证券投资收益或分担证券投资损失，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。市场有风险，投资须谨慎。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，本公司和关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，本公司可发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。投资者应当自行关注相应的更新或修改。