



商贸零售行业周报：“双十一”帷幕拉开 内循环持续升级



周度核心观点：

电商：

线上销售保持平稳增长，消费拉动作用进一步显现。10月31日晚8点，电商平台开启了“双十一”第一波售卖，销售1小时，天猫102个品牌成交额过亿元，其中国货品牌占比过半。京东家电全品类1分钟成交金额破10亿，10分钟家电整体成交额同比增长超40%。满帮大数据显示，预售阶段，2022年10月20日-10月31日，快递类订单量最大的线路除了上海、苏州、杭州以外，广州-南宁、杭州-沈阳和昆明-西双版纳成功跻身前十名。华南、东北部地区的经济联动逐步加深，国内经济内循环持续渗透。1-9月份，全国实物商品网上零售额同比增长6.1%（前值5.8%），增速明显快于社会消费品零售总额，继续保持较快增长。7月召开的中央政治局会议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：

社零总体恢复较慢，个股表现优于行业。9月社会消费品零售总额为3.78万亿元，同比增长2.5%，1-9月份，社会消费品零售总额32万亿元，同比增长0.7%，增速比1-8月份加快0.2个百分点。分季度看，三季度增长3.5%，二季度下降4.6%，一季度增长3.3%，三季度较二季度加快恢复。线下零售恢复速度较慢，推算1-9月（社零总额-实物网上商品零售额）累

计同比降低 2.1%，降幅逐渐收窄；细分业态来看，1-9 月份，限额以上实体店商品零售额同比增长 2.3%，增速比 1-8 月份加快 0.7 个百分点。其中，限额以上零售业单位中的超市/便利店/专业店/专卖店零售额同比分别增长 4.0%/4.9%/5.1%/0.7%。具体来看企业前三季度营收增长，永辉超市/家家悦/红旗连锁分别增长 1.53%/5.76%/8.18%，表现优于大盘。线下传统零售行业短期受益于客流量逐渐恢复与 CPI 上行带来的超市同店边际改善；中长期来看，行业竞争格局优化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：

黄金珠宝 9 月零售稳增长，关注 Q4 旺季的复苏机会。9 月金银珠宝类社零总额为 266 亿元，同比增长 1.9%，1-9 月份，金银珠宝类社零总额为 2261 亿元，同比增长 2.2%，在可选消费板块中表现显韧性。具体来看企业前三季度营收增长，周大生/老凤祥分别增长 38%/7.54%，表现优于行业；迪阿股份下跌 10.79%，短期经营相对承压。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 (2022.10.31-2022.11.04), 商贸零售 (中信) 指数上涨 7.14%, 涨幅大于沪深 300 指数 0.76pct, 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分别是其他连锁、百货和超市及便利店。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-37.37, 处于 2012 年以来从小到大的分位数为 3.78%; 沪深 300PE(TTM)为 10.92, 分位数为 22.66%。

行业动态跟踪:

电商: 抖音双 11 好物节公布: 农产品及国货好物成双 11 重点; 京东双 11 开场 10 分钟多品牌成交额同比增长 100%, 开门红期间电脑数码 C2M 商品成交额近 20 亿元; 京东生鲜双 11 开门红整体成交额同比增长高达 90%; 天猫双 11 战报: 开播 1 小时 102 个品牌成交额过亿元; 唯品会双 11 开售 1 小时: 运动羽绒服销量同比增长 104%; 抖音双 11 开门红战报: 抖音商城交易额同比增长 629.9%; 美团外卖协助线下实体商家参与双 11 数码 3C 门店数增长 2 倍。

传统零售: 盒马未来 10 年将创建可服务 10 亿消费者的商品体系; 盒

预览已结束, 完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48446

