



# 黄金珠宝春节消费专题：新春 贺岁 黄金珠宝消费有望迎来 兔年开门红



本期投资提示：

疫后刚需回补+节前年货消费刺激黄金珠宝需求。中国黄金珠宝零售额与社零总额以及 GDP 变动密切相关,同时表现出更高的弹性。复盘 2020 年以及 2022 年疫情期间金银珠宝社零表现,疫情缓和后,黄金珠宝消费由于婚庆场景刚性迎来需求回补,2020 年 3 月及 2022 年 4 月疫情缓和后半年内月珠宝零售额环比最大反弹力度达 59.51%、69.07%。

2022 年 12 月全国疫情防控优化措施陆续落地,新冠乙类乙管,核心一线城市疫情过峰,1 月 8 日北京/上海/广州/深圳地铁客运量已陆续恢复至 19 年同期 52%/56%/59%/89%,线下活跃度回升助力线下消费复苏。2023 年春节与疫后恢复周期出现重合,头部珠宝品牌有望迎来消费高峰。

渠道资源向头部集中,国货品牌崛起。疫情期间,受线下客流量降低,店铺经营成本上升的影响,黄金珠宝中小品牌进一步出清,线下优质渠道资源进一步向头部品牌集中。根据欧睿数据,中国黄金珠宝市场 CR5 从 2015 年 14.8%提升到 23.7%。23 年预计各头部品牌将保持扩张势头,尤其在疫情缓和后有望步入展店快车道,从而触达更广阔消费群体。

针对国内品牌相较国际奢侈品牌辨识度低,品牌溢价不足问题,头部品牌在渠道拓展同时将更注重品牌力建设,将中国传统文化元素融入产品设计和品牌宣传,打造产品和品牌差异化,加强品牌力建设。

金价看涨预期强化购金需求。自 22 年 11 月初以来,由于全球市场动

荡、衰退风险上升，市场普遍预期 23 年美联储加息已进入下半程，年底有概率开启新一轮降息周期，美债收益率和美元指数或见顶回落。此外预计各国央行将普遍调整加息节奏，同时大量买入黄金，支撑黄金需求，金价整体处于倾斜向上状态。1 月 12 日，伦敦现货黄金最高点涨至 1902 美元/盎司，创半年内新高。金价预期持续上行，黄金投资属性凸显，进一步强化消费者购金需求，同时推动黄金珠宝终端零售价逐步上升，行业有望迎来量价齐升。

投资分析意见：短期看，疫后黄金珠宝刚需回补周期与春节传统黄金珠宝消费旺季重合，共同刺激需求上行，各大品牌把握机遇，推出兔年特别产品和折扣活动吸引消费者，我们看好春节期间头部品牌销售额实现强劲增长。中期看，渠道拓展和品牌力建设将成为黄金珠宝品牌在未来竞争中的胜负手，预计头部品牌 23 年将保持高速展店态势，同时注重品牌力建设，实现品牌提价提升。此外，23 年全球经济衰退预期下，美联储和各国央行调整加息节奏，金价上涨预期强，进一步强化购金需求，同时金价上涨提升终端零售价，行业有望迎来量价齐升。推荐：黄金珠宝龙头老凤祥、周大生 建议关注·周大福 迪阿股份

**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\\_51241](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51241)

