



**社零数据点评：1-2 月社零表现
优于市场预期 金银珠宝表现
优异*王冯**



事件描述：

3月15日，国家统计局公布2023年1-2月社零数据。

事件点评：

1-2月社零表现优于市场预期，2月社零总额环比1月基本持平。23年1-2月，国内实现社零总额7.70万亿元，同比增长3.5%，增速由负转正，表现优于市场一致预期（根据Wind，23年1-2月社零当月同比增速预测平均值为+2.9%）。其中，除汽车以外的消费品零售总额同比增长5.0%。根据国家统计局，从环比看，2月份社会消费品零售总额比上月下降0.02%。按消费类型分，餐饮收入在上年同期高基数情况下同比增长9.2%，商品零售同比增长2.9%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额同比增长3.4%，乡村消费品零售额同比增长4.5%。今年以来，国内消费市场如期复苏，线下客流显著恢复，接触型餐饮消费表现显著优于商品零售，根据汇客云，2023年农历春节期间（1.21-1.27日）全国购物中心场均日客流1.95万人次，同比2022年春节增长6.9%。“3.8女神节”全国购物中心场均日客流2.06万次，同比去年同期增长15%。

商品零售线上渠道表现继续优于线下，百货业态增速由负转正。线上渠道，2023年1-2月，实物商品网上零售额为1.75万亿元/+5.3%，实物商品网上零售额占商品零售比重为25.5%，其中，吃类、穿类和用类商品同比分别增长5.3%、4.0%、5.7%。线下渠道，2023年1-2月，实物商品线下零售额(商品零售额-实物商品网上零售额)约为5.12万亿元/+1.6%。

按零售业态分，2023年1-2月限额以上超市、便利店、专业店、百货店零售额同比分别增长2.3%、10.0%、3.6%、5.5%，品牌专卖店下降5.4%，百货业态增速由负转正。

可选消费品类中金银珠宝表现更优，住宅竣工回暖明显。必选品类，2023年1、2月，食品类CPI分别同比增长6.2%、2.6%，2023年1-2月，限上粮油食品类同比增长9.0%，限上饮料类同比增长5.2%，表现较为稳健；限上日用品同比增长3.9%，限上烟酒类同比增长6.1%，增速由负转正。可选品类，2023年1-2月，限上化妆品同比增长3.8%，限上金银珠宝同比增长5.9%，限上纺织服装同比增长5.4%，金银珠宝在上年同期高基数的情况下依旧实现更快增速，在婚庆需求释放、金价稳步上涨、克重黄金首饰工艺提升驱动下，表现优异。2023年1-2月，我国住宅新开工面积9891万平方米，同比下降8.72%，住宅销售面积1.34亿平方米，同比下降0.56%，住宅竣工面积9782万平方米，同比增长9.73%，地产相关消费品家具、家电音像类同比分别增长5.2%、下滑1.9%，改善明显。

投资建议：

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_53381

