

## 1-2月社零同比增长3.5%，餐饮等 接触型消费明显回暖

3月15日，国家统计局发布数据显示，2023年1-2月份，社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%，较2022年12月同比增速-1.8%大幅改善。其中，除汽车以外的消费品零售额70409亿元，增长5.0%。

按经营单位所在地分，1-2月份，城镇消费品零售额66796亿元，同比增长3.4%；乡村消费品零售额10271亿元，增长4.5%，城镇及乡村消费均大幅改善。按消费类型分，商品零售增势良好，餐饮等接触型消费明显回暖。从具体商品分类来看，1-2月份基本生活类商品零售继续保持较快增长，部分升级类商品零售表现较好。

总体来看，1-2月社零增速由降转增，说明市场需求活力在回升，消费回升态势在增强和改善。从后期走势看，消费回升向好值得期待，一是我国14亿人口超大规模市场优势明显，二是经济逐步恢复，居民消费能力逐步增强，三是过去一年疫情对消费的限制作用会逐步消除，有利于释放消费潜力。

作者：刁倩 蔡翔宇

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：[www.cnfin.com](http://www.cnfin.com)

客服热线：400-6123115



## 目录

一、1-2月社零同比增长3.5%，较2022年12月增速继续改善.....	3
二、餐饮等接触性消费明显回升，升级类消费需求不断释放.....	4
三、社零增速由降转增，消费回升态势在增强和改善.....	6

## 图表目录

图表 1：社会消费品零售总额同比增长速度（%）.....	3
图表 2：各月城镇及乡村消费情况.....	4
图表 3：近年城镇乡村消费较2019年增速.....	4
图表 4：各月餐饮及商品零售消费情况.....	5
图表 5：各月餐饮及商品零售较2019年增速.....	5
图表 6：商品零售各类别消费品同比增速（%）.....	6
图表 7：近年社会消费品零售总额同比增速（%）.....	7

## 1-2月社零同比增长3.5%，餐饮等接触型消费明显回暖

3月15日，国家统计局发布数据显示，2023年1-2月份，社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%，较2022年12月同比增速-1.8%大幅改善。其中，除汽车以外的消费品零售额70409亿元，增长5.0%。

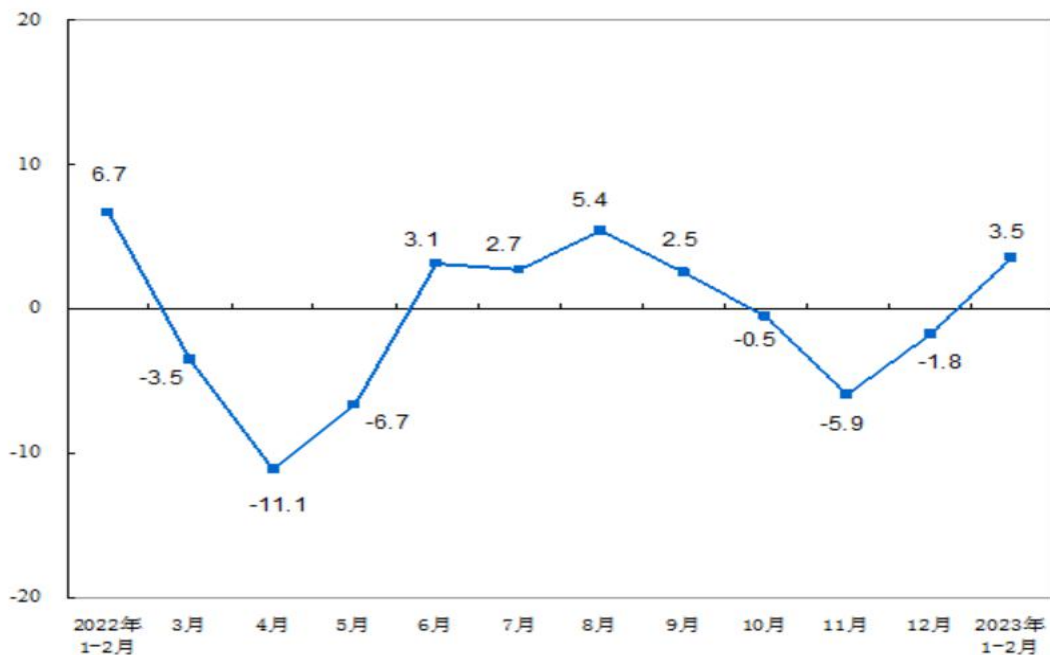
按经营单位所在地分，1-2月份，城镇消费品零售额66796亿元，同比增长3.4%；乡村消费品零售额10271亿元，增长4.5%，城镇及乡村消费均大幅改善。按消费类型分，商品零售增势良好，餐饮等接触型消费明显回暖。从具体商品分类来看，1-2月份基本生活类商品零售继续保持较快增长，部分升级类商品零售表现较好。

总体来看，1-2月社零增速由降转增，说明市场需求活力在回升，消费回升态势在增强和改善。从后期走势看，消费回升向好值得期待，一是我国14亿人口超大规模市场优势明显，二是经济逐步恢复，居民消费能力逐步增强，三是过去一年疫情对消费的限制作用会逐步消除，有利于释放消费潜力。

### 一、1-2月社零同比增长3.5%，较2022年12月增速继续改善

3月15日，国家统计局发布数据显示，1-2月份，社会消费品零售总额77067亿元，同比增长3.5%。其中，除汽车以外的消费品零售额70409亿元，增长5.0%。

图表 1：社会消费品零售总额同比增长速度（%）



来源：统计局，新华财经

1-2月份，社会消费品零售总额同比增速为3.5%，去年同期数值为6.7%。1-2月份的同比增速相较于2022年12月份已大幅回升，但仍旧低于此前的同比增速。主要是在于：一是疫情防控改善，推动1-2月消费复苏。2022年12月份疫情防控政策进行调整，12月份为感染高峰，社零数据负向增长。而随着感染高峰过去，2023年1-2月份迎来元旦、春节等传统佳节，消费恢复带来了1-2月份社零数据的反弹及正向增长。二是尽管1-2月份社零数据保持增长，但仍处于消费恢复期，不及2022年1-2月份增速。三是1-2月份乘用车市场复苏不及预期，对社零增速形成拖累。

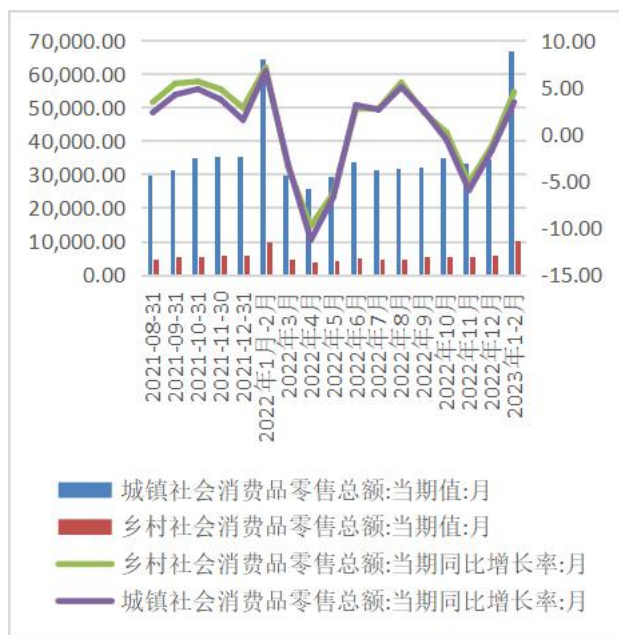
2月乘用车市场小幅回暖，但车市整体复苏力度小于预期，对社零增速形成拖累。根据乘联会最新统计的数据，今年2月国内乘用车市场零售139万辆，同比增长10.4%，环比增长7.5%。1-2月，国内乘用车市场零售267.9万辆，同比下降19.8%，下滑较大。尽管2月乘用车销量有所回暖，但受去年购置税减半和新能源汽车国补政策退出提前透支部分购买力等因素影响，车市总体复苏力度低于预期。

## 二、餐饮等接触性消费明显回升，升级类消费需求不断释放

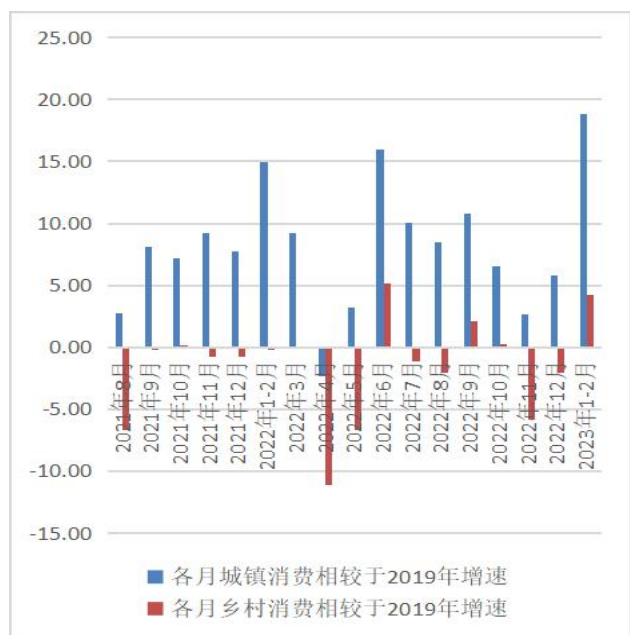
按经营单位所在地分，1-2月份，城镇消费品零售额66796亿元，同比增长3.4%；乡村消费品零售额10271亿元，增长4.5%。

城镇及乡村消费均大幅改善。自2022年12月疫情防控政策调整，消费逐渐复苏，城镇和乡村消费市场同步恢复。1-2月份，城镇消费品零售额同比增长3.4%，2022年全年为下降0.3%；乡村消费品零售额同比增长4.5%，2022年与2021年基本持平。从增速来看，乡村市场销售恢复好于城镇。

图表 2：各月城镇及乡村消费情况



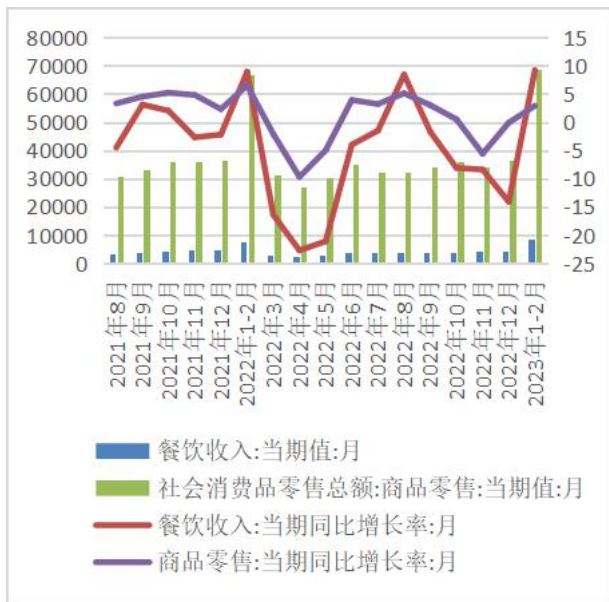
图表 3：近年城镇乡村消费较 2019 年增速



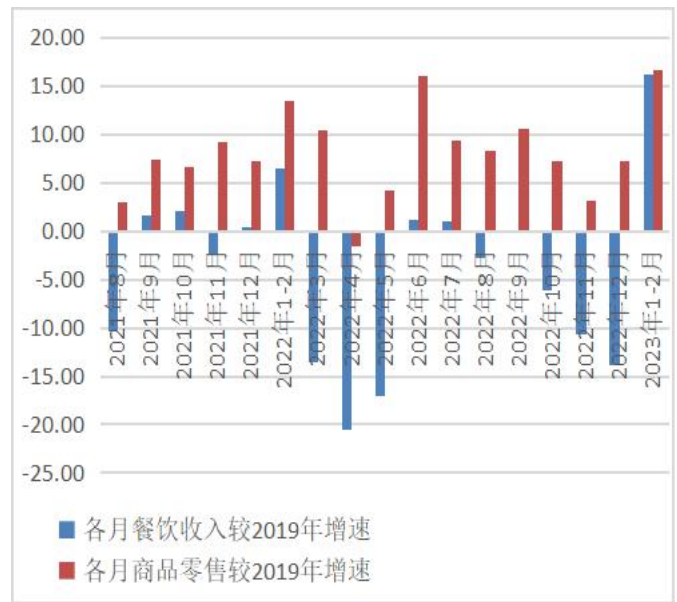
来源：统计局，新华财经

**商品零售增势良好，餐饮等接触型消费明显回暖。**1-2月份，商品零售额同比增长2.9%，增速比2022年全年加快2.4个百分点。随着疫情防控政策优化调整，餐饮堂食、电影院等线下消费场景有序恢复，带动相关消费回暖向好。1-2月份，全国餐饮收入同比增长9.2%，2022年全年为下降6.3%；电影票房收入139.5亿元，同比增长6.8%，2022年全年为下降30%以上。同时，出行类相关服务消费加快恢复。今年春节假期期间（1月21日至27日），全国铁路、公路、水路、民航共发送旅客约2.3亿人次，比上年春节假期增长71.2%；国内旅游出游达3亿人次，增长23.1%，已恢复至2019年同期的近九成。

图表 4：各月餐饮及商品零售消费情况



图表 5：各月餐饮及商品零售较 2019 年增速



来源：统计局，新华财经

按零售业态分，1-2月份限额以上零售业单位中的超市、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%。

**实体店铺经营增势良好。**1-2月份，限额以上实体店零售中，便利店、专业店零售额同比分别增长10.0%和3.6%，增速分别高于上年全年6.3和0.1个百分点；百货店零售额由2022年全年下降9.3%，转为增长5.5%。

1-2月份，全国网上零售额20544亿元，同比增长6.2%。其中，实物商品网上零售额17476亿元，增长5.3%，占社会消费品零售总额的比重为22.7%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长5.3%、4.0%、5.7%。

**线上购物较快增长。**1-2月份，全国实物商品网上零售额同比增长5.3%，增速比社会消费品零



售总额高1.8个百分点，拉动社会消费品零售总额增速1.2个百分点；占社会消费品零售总额的比重为22.7%，比上年同期提高0.7个百分点。

从具体商品分类来看，1-2月份基本生活类商品零售继续保持较快增长，部分升级类商品零售表现较好。从商品类别看，限额以上单位中七成商品类值零售额同比增长，其中基本生活类商品零售继续保持较快增长。1-2月份，限额以上单位粮油食品、饮料和烟酒类商品零售额同比分别增长9.0%、5.2%和6.1%，服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额增长5.4%。

同时，随着市场供给不断优化，消费热点逐步拓展，升级类商品消费需求不断释放。1-2月份，限额以上单位化妆品类、金银珠宝类、书报杂志类商品零售额同比分别增长3.8%、5.9%和12.8%，增速分别比限额以上单位商品零售额高2.3、4.4和11.3个百分点。

图表 6：商品零售各类别消费品同比增速（%）

商品零售类别同比增速	2023年1-2月同比增速	2022年1-2月同比增速	2023年1-2月零售相较于2019年1-2月增速
粮油、食品类	9	7.9	37.03
饮料类	5.2	11.4	60.62
烟酒类	6.1	13.6	44.03
服装、鞋帽、针纺织品类	5.4	4.8	9.31
化妆品类	3.8	7	45.45
金银珠宝类	5.9	19.5	35.45
日用品类	3.9	10.7	40.02
家用电器和音像器材类	-1.9	12.7	5.45
中西药品类	19.3	7.5	23.23
文化办公用品类	-1.1	11.1	33.86
家具类	5.2	-6	-8.56
通讯器材类	-8.2	4.8	39.95
石油及制品类	10.9	25.6	28.09
汽车类	-9.4	3.9	11.41
建筑及装潢材料类	-0.9	6.2	-5.68
体育、娱乐用品类	1		

来源：统计局，新华财经研报中心

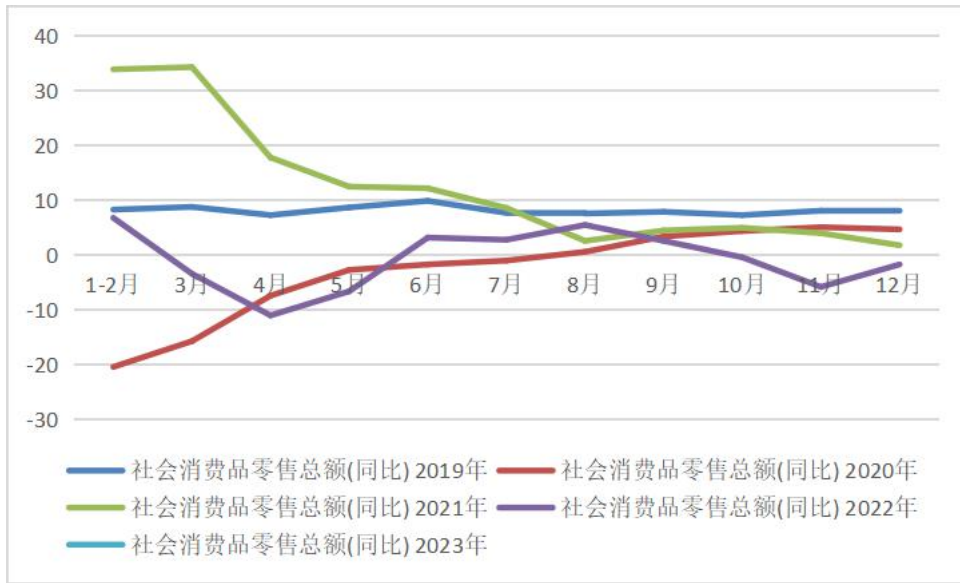
### 三、社零增速由降转增，消费回升态势在增强和改善

总体来看，1-2月社零增速由降转增，说明市场需求活力在回升，消费回升态势在增强和改善。国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖表示，今年前两个月经济运行一个很大的亮点，就是消费的改善和回升。1-2月，社会消费品零售总额同比增长了3.5%，实现了由降转增的变化，说明市场需求活力在回升。具体来看，消费有三个特点，一是接触型消费、服务消费回升比

较明显。二是商品零售多数在改善。三是实体店零售销售明显改善。

国家统计局贸经司统计师付加奇指出，今年以来，疫情防控较快平稳转段，各地区各部门积极推动消费市场有序恢复，商品零售和餐饮等服务消费明显回升。1-2月份，市场销售同比增长，接触型、出行类服务消费快速回暖，升级类消费需求继续释放，新型消费模式激发消费活力。

图表 7：近年社会消费品零售总额同比增速 (%)



来源：统计局，新华财经

付凌晖表示，从后期走势看，消费回升向好值得期待，主要表现在我国14亿人口超大规模市场优势明显，人均GDP已经超过1万美元，人民对美好生活的期望蕴藏着巨大的消费潜力。随着经济逐步恢复，就业增加，居民收入增加，消费能力会逐步增强。同时，过去一年疫情对消费的限制作用会逐步消除，这些都有利于释放消费潜力。

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。