



网上零售占比提升 预计5月消费市场继续回暖

在常态化疫情防控形势下，国内复商复市步伐加快，各地各部门促消费政策频出，国内消费市场趋于好转。国家统计局公布的数据显示，4月份，国内社会消费品零售总额28178亿元，同比下降7.5%，降幅比3月份收窄8.3个百分点。

随着“五一”假日消费小高峰的出现，以及直播带货等新业态持续火爆，预计5月消费市场整体继续回暖。但线下消费还有待提升，消费的回补仍依赖于经济与就业回暖带来的收入预期修复，“报复性消费”仍需观察。

作者：刘琼

王中净

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



目录

一、实物网上消费活跃 占比提升	3
二、预计 5 月消费进一步反弹.....	5
三、“报复性”消费仍需观察	6

图表目录

图表 1：社会消费品零售总额（按月）	3
图表 2：社会消费品零售总额当月同比.....	4
图表 3：实物商品网上零售额占比.....	5
图表 4：餐饮收入（按月）	5

网上零售占比提升 预计5月消费市场继续回暖

在常态化疫情防控形势下，国内复商复市步伐加快，各地各部门促消费政策频出，国内消费市场趋于好转。国家统计局公布的数据也显示，4月份，国内社会消费品零售总额28178亿元，同比下降7.5%，降幅比3月份收窄8.3个百分点。

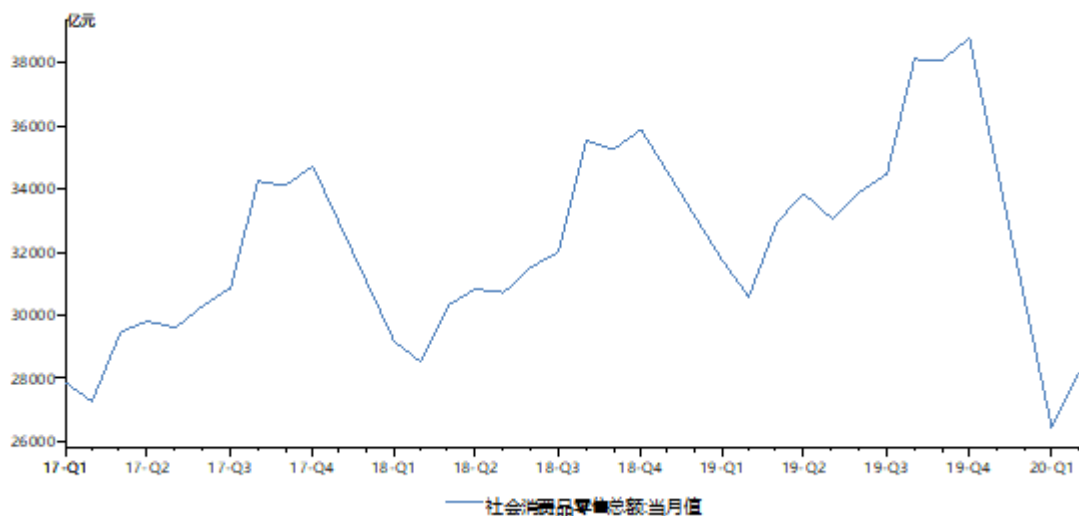
随着“五一”假日消费小高峰的出现，以及直播带货等新业态持续火爆，预计5月消费市场整体继续回暖。但线下消费还有待提升，消费的回补仍依赖于经济与就业回暖带来的收入预期修复，“报复性消费”仍需观察。

一、实物网上消费活跃 占比提升

整体来看，4月消费出现回暖迹象，特别是网上零售占比持续提升。但线下消费仍不足，餐饮业整体收入疲软。

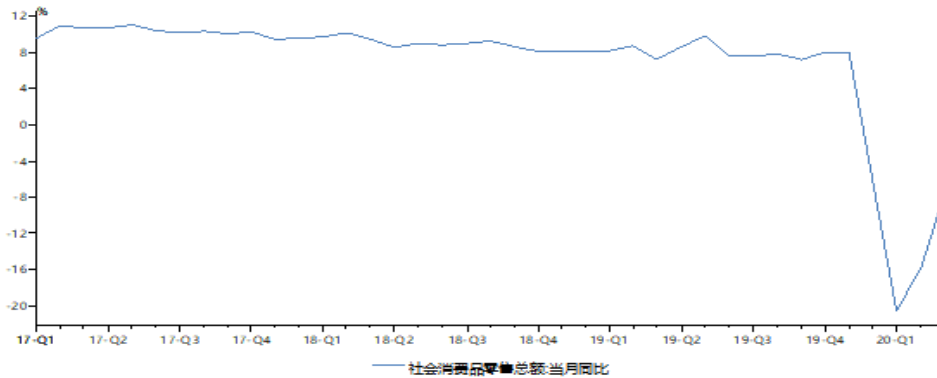
4月零售数据降幅有所收窄。国家统计局数据显示，4月份，国内社会消费品零售总额28178亿元，同比下降7.5%，降幅比3月份收窄8.3个百分点。1-4月份，社会消费品零售总额106758亿元，同比下降16.2%，降幅比1-3月份收窄2.8个百分点。

图表 1：社会消费品零售总额（按月）



来源：国家统计局，新华财经

图表 2：社会消费品零售总额当月同比



来源：国家统计局，新华财经

按地区分，4月城镇消费品零售额24558亿元，同比下降7.5%；乡村消费品零售额3620亿元，下降7.7%。

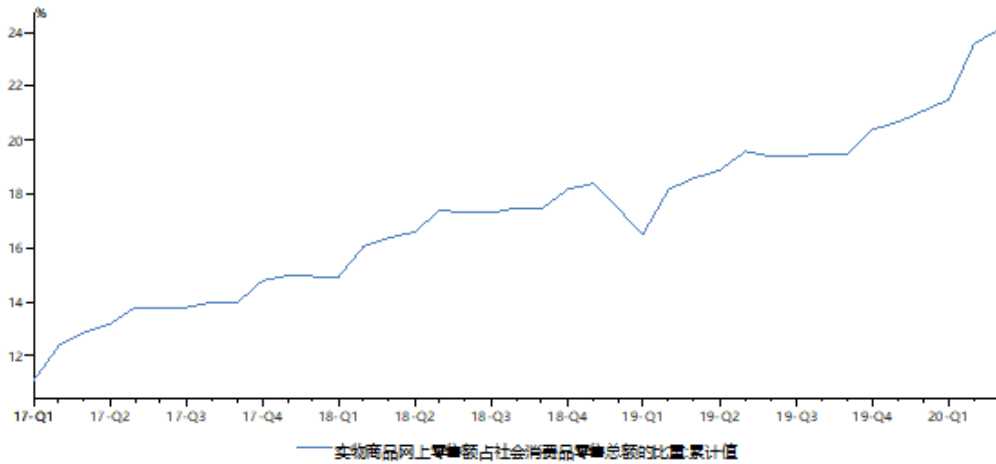
按消费类型分，餐饮收入2307亿元，下降31.1%；商品零售25871亿元，下降4.6%。其中基本生活类商品较快增长，限额以上单位商品零售额中，粮油食品类和饮料类同比分别增长18.2%和12.9%。消费升级类商品销售改善，通讯器材类实现两位数增长，达12.2%，文化办公用品类增长6.5%，比3月份分别加快5.7和0.4个百分点。这与居家办公学习对此类商品需求增加有关，特别是手机、电脑等成为必备品。

从数据结构看，部分地区加大车牌投放力度、提供购车补贴等措施对汽车销售起到正向刺激。4月份，汽车零售同比零增长，表现好于整体消费，较前值回升18.1个百分点，在社会零售消费总额中占比为11%，高于2019年同期。

网上消费新业态继续保持逆势增长，占比提升。疫情对我国消费业态的影响之一，是使得居民加大线上消费的比重，同时消费习惯的养成使得在疫情进入常态化防控后，网购依旧成为人们购物首选。国家统计局数据显示，1-4月份，全国网上零售额30698亿元，同比增长1.7%，由负转正。其中，实物商品网上零售额25751亿元，增长8.6%，比上月加快2.7个百分点，占社会消费品零售总额的比重为24.1%，比去年同期提高5.5个百分点，比1-3月份提高0.5个百分点。在实物商品网上零售额中，吃类和用类商品分别增长36.7%和12.4%，穿类商品下降12.0%。

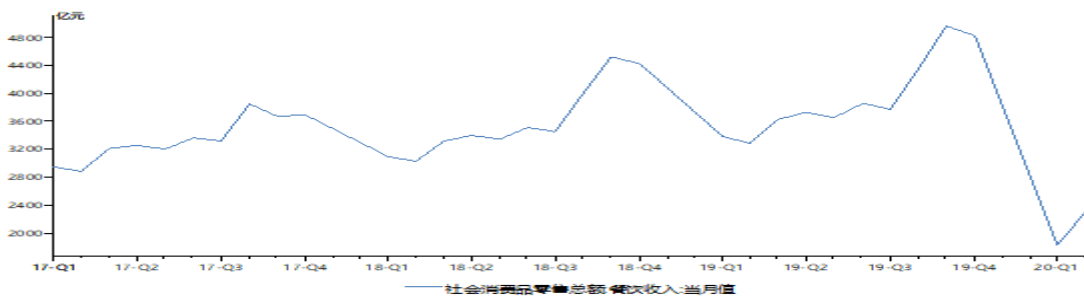
餐饮业收入整体继续疲软。国家统计局数据显示，4月份，全国餐饮收入2307亿元，同比下降31.1%。1-4月份，餐饮收入8333亿元，同比下降41.2%。4月线下商场客流有所恢复，但较疫情前水平仍有较大差距，因此与客流相关密切的餐饮、百货等业态仍然承压。线下消费修复仍需时间。

图表 3： 实物商品网上零售额占比



来源：国家统计局，新华财经

图表 4： 餐饮收入（按月）



来源：国家统计局，新华财经

二、预计 5 月消费进一步反弹

随着“五一”小长假的到来，各地通过举办购物节、发放消费券、开展让利促销、网络直播带货等各类促消费活动，进一步刺激消费需求，集聚市场人气。百货类、餐饮等各类消费加速回暖，被抑制的消费正在释放，预计5月消费将进一步反弹。

“五一”消费回暖。5月7日，商务部在网上例行新闻发布会上表示，“五一”期间我国消费呈现积极回暖态势，重点零售企业日均销售额比清明假期增长32.1%；全国实物商品网络零售额同比增长36.3%，全国100余家电商企业踊跃参与商务部、工信部、国家邮政局等组织的第二届“双品网购节”，一些大型电商“五一”期间销售额同比增长30%以上；汽车、家电等耐用消费品销售明

显回升，上海、重庆、浙江重点监测企业汽车销售额同比分别增长49.6%、28.5%和8.8%，一些电商平台家电销售额同比增长一倍左右。全国餐饮、住宿行业消费复苏指数比清明假期分别增长18.84个和15.25个百分点，消费规模已恢复至去年同期七成。

上海“五五购物节”开展大规模促消费活动，重点监测商圈客流环比增长68.5%；以购物中心等实体商业为代表的北京客流回暖率已接近五成。5月15日，中国百货商业协会发布的数据显示，“五一”期间各大百货普遍实现两位数增长。

京东5月7日发布的“双品网购节”半程战报显示，“五一”期间，京东平台的线上消费成交额比2019年同期增长接近50%，家电、湖北特产、出口转内销成为关键词。

直播带货受热捧。电商直播带货持续火爆，“买它、买它”成为流行语。五一期间电商直播场次和直播商品数量同比分别增长1倍和4.7倍。为了促消费，劳动节当天，央视主持团直播带货首秀，3小时销售额突破5亿。不仅主持人带货，连企业老总们也加入直播大军。5月12日，董明珠在快手直播3小时带货超3亿。数据显示，开播半个小时后，格力旗下三款产品成交额超过1亿元，三小时破3.1亿元。

旅游业出现积极信号。就在4月29日宣布北京疫情防控响应机制下调后，去哪儿网平台数据显示，消息发布的半小时内，去哪儿网机票搜索量迅速攀升，度假、酒店等其他旅游产品搜索量也上涨3倍。飞猪平台表示，消息发布后一小时内，平台北京进出港机票成交量比前一天同时段增长超500%，进出北京火车票成交量增400%。这也是旅游出行、线下消费加快修复的信号。

文化和旅游部最新统计数据显示，“五一”期间全国累计接待国内游客1.15亿人次，累计实现国内旅游收入475.6亿元，旅游市场基本恢复了去年同期的50%。

三、“报复性”消费仍需观察

目前消费行业在整体恢复中，但线下消费还有待提升，消费的回补仍依赖于经济与就业回暖带来的收入预期修复，“报复性消费”仍需观察。

受疫情影响，国内经济下行压力加大，居民收入增长放缓。一季度，城镇居民人均可支配收入11691元，扣除价格因素实际下降3.9%；农村居民人均可支配收入4641元，实际下降4.7%。最新发布的数据显示，4月城镇调查失业率处在6.0%的历史高位。收入降低、就业低迷将导致消费意愿降低，进而缩减消费支出。因此，中央提出的“六稳”与“六保”都将就业放在首位。只有收入预期得到修复，消费需求才能够有效回补。

此外，常态化疫情防控形势下，线上消费形成新的增长点。应鼓励扶持新业态充分发展释放消费潜能，鼓励企业提供更多新产品新服务，创造更好体验的新业态。同时，也要规范治理消费生态环境。如5月12日中消协发布的“五一”小长假消费维权舆情报告显示，虚假发货、商品质量问题、售后服务问题反映较为集中，而随着网红带货、直播带货成为网络购物新方式，有关网络购物在品控、售后、发货等方面的问题只增不减。

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。