



零售数据连续三个月好转 “618” 助力消费加速回暖

作者：刘琼 王欣蕾

电话：010-58352887

邮箱：xhcj@xinhua.org

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



“五一”假期叠加“双品网购节”，5月消费市场继续好转。国家统计局数据显示，5月国内社会消费品零售总额31973亿元，同比下降2.8%，降幅在4月收窄8.3个百分点的基础上，再次收窄4.7个百分点。

随着国内疫情防控形势向好，复商复市步伐加快，人们外出购物和就餐活动增多，零售数据连续三个月好转。进入6月，多个省市出台促消费政策，通过发放消费券、举办购物节等各类促消费活动，“618”购物节也在火热进行中，有望使得消费在6月维持加速回暖趋势。但新冠肺炎疫情的反复也会对消费信心和服务业产生一定的影响。

目录

一、消费升级类商品保持较快增长	3
二、“618”线上线下齐发力提振消费	6
三、数字赋能促进消费升级	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	4
图表 4：快递业务量	5
图表 5：餐饮收入当月值	5

零售数据连续三个月好转 “618” 助力消费加速回暖

“五一”假期叠加“双品网购节”，5月消费市场继续向好。国家统计局数据显示，5月国内社会消费品零售总额31973亿元，同比下降2.8%，降幅在4月收窄8.3个百分点的基础上，再次收窄4.7个百分点。

随着国内疫情防控形势向好，复商复市步伐加快，人们外出购物和就餐活动增多，零售数据连续三个月好转。进入6月，多个省市出台促消费政策，通过发放消费券、举办购物节等促进消费，“618”购物节也在火热进行中，有望使得消费在6月维持加速回暖趋势。但疫情的反复也会对消费信心和服务业产生一定的影响。

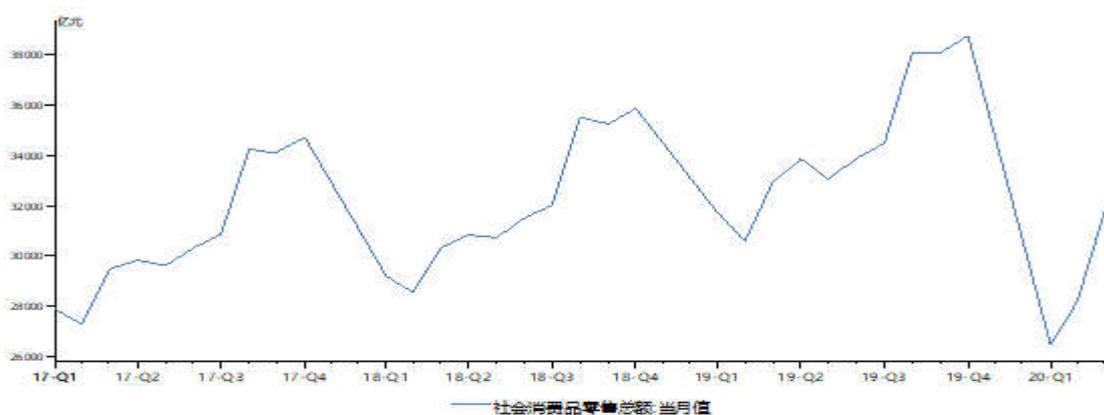
一、消费升级类商品保持较快增长

随着“五一”小长假以及“双品网购节”的火热，5月消费市场继续回暖。其中汽车等消费升级类商品保持较快增长；餐饮业情况有所改善，但整体较上年仍有一定差距。

5月商品零售已接近去年同月水平。国家统计局数据显示，5月份，国内社会消费品零售总额31973亿元，同比下降2.8%，降幅在4月收窄8.3个百分点的基础上，再次收窄4.7个百分点。其中，除汽车以外的消费品零售额28597亿元，下降3.5%。按消费类型分，5月，商品零售28959亿元，同比下降仅为0.8%，降幅比上月收窄3.8个百分点，已接近2019年同月水平。

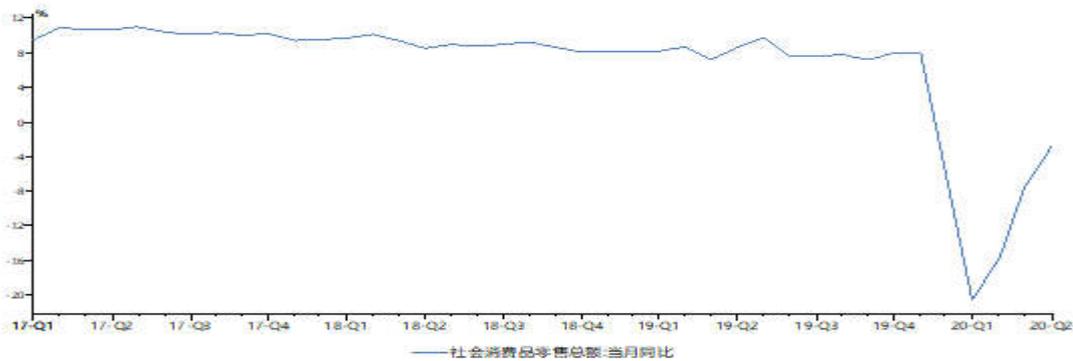
按经营单位所在地分，5月，城镇消费品零售额27881亿元，同比下降2.8%，降幅比上月收窄4.7个百分点；乡村消费品零售额4092亿元，下降3.2%，降幅比上月收窄4.5个百分点。

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



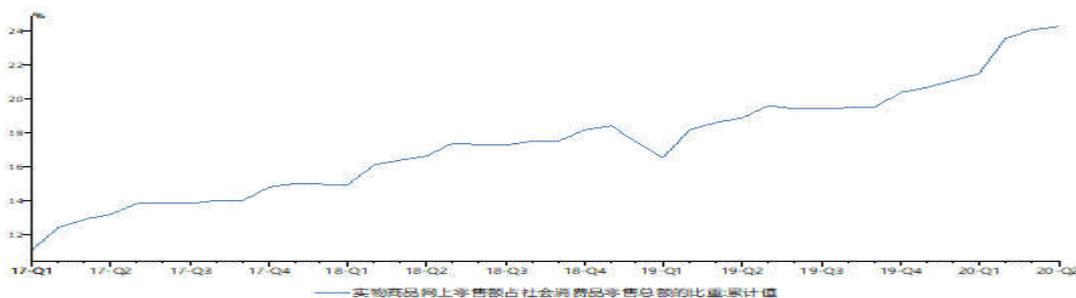
来源：国家统计局，新华财经

汽车等消费升级类商品保持较快增长。在中央和地方出台的稳定和促进汽车消费政策带动下，居民购车和换车需求持续释放，汽车市场销售回暖。如广州、深圳、杭州出台了增加限购指标的政策，上海增加牌号拍卖指标，贵阳取消限购措施。南京、长春等地对报废或者出售旧车并购买新车给予补贴。中国汽车工业协会数据显示，5月份乘用车销售量同比增长7%，4月份为下降2.6%。

国家统计局数据显示，5月份，限额以上单位汽车类商品零售额同比增长3.5%，增速为2018年5月份以来次高值。限额以上单位化妆品类和体育娱乐用品类商品零售额同比分别增长12.9%和15.4%，增速分别比4月份加快9.4和3.8个百分点；通讯器材类商品零售额增长11.4%，继续保持两位数较快增长。

实物商品网上零售额占比继续提升。疫情防控常态化的形势下，消费模式加速向线上转型。国家统计局数据显示，1-5月份，全国网上零售额40176亿元，同比增长4.5%，比1-4月提高2.8个百分点。其中，实物商品网上零售额33739亿元，增长11.5%，增速比1-4月份加快2.9个百分点；占社会消费品零售总额的比重为24.3%，占比继续小幅提升，比上年同期提高5.4个百分点。

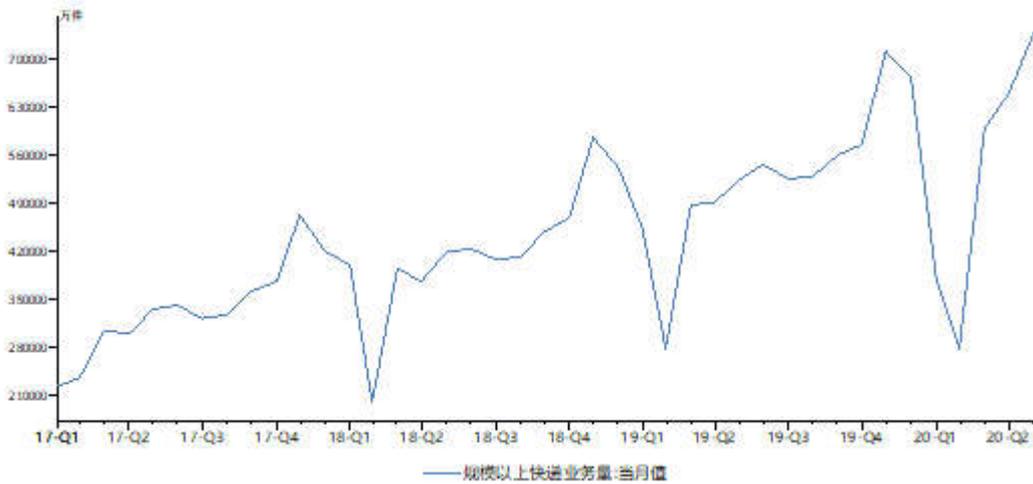
图表 3：实物商品网上零售额占比



来源：国家统计局，新华财经

国家邮政局数据显示，得益于“双品网购节”、直播带货的持续火热，5月我国快递业务量完成73.8亿件，同比增长41%，快递业务收入完成771亿元，同比增长25%。

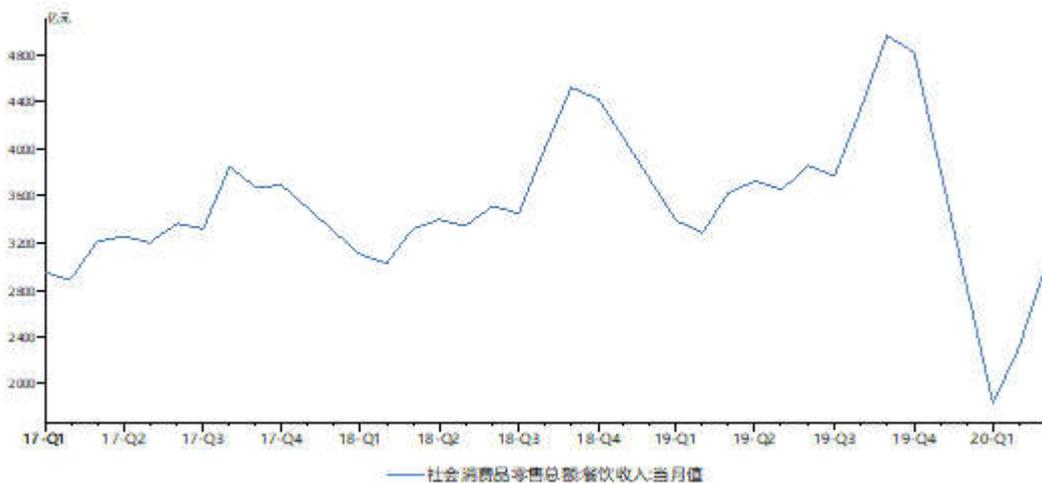
图表 4： 快递业务量



来源：国家统计局，新华财经

餐饮业情况有所改善。国家统计局数据显示，5月份，餐饮收入3013亿元，下降18.9%，在4月份大幅收窄15.7个百分点的基础上，降幅继续收窄12.2个百分点。其中外卖等餐饮服务快速增长，5月份限额以上住宿和餐饮业企业通过公共网络实现的餐饮收入同比增长超过20%。1-5月份，餐饮收入11346亿元，下降36.5%。整体来看，相较于往年，仍有一定的差距。

图表 5： 餐饮收入当月值



来源：国家统计局，新华财经

二、“618”线上线下齐发力提振消费

进入6月，多个省市出台促消费政策，通过发放消费券、举办购物节等各类促消费活动，刺激消费需求。“618”购物节也在火热进行中，这种通过整合各类资源举办的大规模网购节，为更多产品提供更多销售平台和渠道，也有望使得社会消费在6月维持加速回暖的趋势。

各地政府多措并举促消费。受疫情影响较大的湖北省，5月底发布《提振消费促进经济稳定增长若干措施》的通知，在扩大零售餐饮消费、释放大宗消费潜力、促进文化旅游体育消费、推动数字消费扩张、实施消费扶贫行动等五个方面共制定30条措施。组织重点商圈、特色商街、商业企业、品牌企业在6月开展“六月欢购节”促销让利活动，举办“荆楚之夜”特色夜经济消费等举措。

北京市委、市政府6月10日发布的《关于加快培育壮大新业态新模式促进北京经济高质量发展的若干意见》，将培育壮大“互联网+”消费新模式，推动实体商业与电商、新媒体等合作，推广社交营销、直播卖货、云逛街等新模式。引导线上企业与街道、社区等合作，推广前置仓、移动“菜篮子”等新模式。

“618”购物节火热进行。“618”已从京东“店庆”成了全民购物狂欢节，今年京东推出超级百亿补贴、千亿优惠和百亿消费券，并结合明星带货和直播手段。苏宁宣布启动“J-10%”省钱计划、“千百万”爆款计划、“1V1”服务计划。天猫优惠直接从“满300减30”变成“满300减40”，并联合多地政府、商家派发现金消费券直补用户。除了传统电商平台，今年抖音、快手等短视频平台纷纷加入，直播正成为重要的流量入口。

同时，活动聚合了线上线下各行业主体，包括中小微企业和个体工商户。其中，全国各地不少特色街区、农贸市场、工厂小店都借机“618”，向消费者推荐各种产品和服务。可以说，从供需两侧、线上线下同时发力，提振消费。

数据显示，6月18日前10分钟，京东超市成交额同比增长500%；前30分钟，京东建材品类成交额同比增长100%。而第1小时结束时，天猫618成交额同比增长100%，苏宁易购全渠道销售增长132%。

三、数字赋能促进消费升级

目前来看，全球新冠肺炎疫情和世界经济形势依然复杂严峻，对我国经济发展的冲击和影响还在不断显现；国内散发病例依然存在，这些在一定程度上会影响居民消费的信心和服务业的恢复。但在线教育、远程办公、健康和科技等核心新消费趋势仍在持续，线上消费场景依旧火爆。同时，线上电商不断发力，并配套高效的快递物流，将弥补线下消费场景的不足。

此外，可以运用5G、物联网、大数据等数字手段，通过网络直播、社交营销提升消费体验。在此基础上，推动发展“网上菜场”“网上餐厅”“网上超市”。以“线上线下云直播”为主线，围绕各类消费主题等开展云逛街、云展览、云发布等活动，以数字赋能优质商家促进消费升级。

同时，还需要做好“六稳”工作、落实“六保”任务，提升人们的消费能力和消费意愿。财政需要加大对低收入群体的转移支付。并大力挖掘释放内需潜力，重点以高质量的供给来适应、引领和创造新需求，促进消费新业态加快发展。

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。