

6月社零同比+3.1%，政策提振家居消费信心

社零数据点评

事件概述：

统计局发布 2023 年 1-6 月社零、地产数据：1) 社零方面，2023 年 1-6 月社零整体同比+8.2%，其中家具、文化办公用品、化妆品、金银珠宝、线上社零增速分别为+3.8%、-3.9%、+8.6%、+17.5%、+10.8%；6 月社零整体同比+3.1%（2021-2023 年均复合增长率为 3.1%），其中家具、文化办公用品、化妆品、金银珠宝、线上零售增速分别为+1.2%、-9.9%、+4.8%、+7.8%、+9.8%。2) 地产方面，2023 年 1-6 月全国住宅新开工面积、竣工面积、销售面积、房地产开发投资完成额分别同比-24.9%、+18.5%、-2.8%、-7.3%；6 月全国住宅新开工面积、竣工面积、销售面积、房地产开发投资完成额分别同比-33.5%、+15.8%、-27.9%、-21.6%。

分析与判断：

家居：竣工端稳定向好，家居消费政策催化加速。

零售端：2023 年 1-6 月全国住宅新开工面积、竣工面积、销售面积、房地产开发投资完成额分别同比-24.9%、+18.5%、-2.8%、-7.3%，增速较 2023 年 1-5 月分别-2.2pct、-0.5pct、-5.1pct、-0.9pct。6 月销售数据同比增速有所走弱，保交付背景下竣工端持续回暖，其更多在于兑现前期居民购房需求，而当前居民消费保持较为谨慎的情况下，我们认为销售端复苏将以温和进行，预计随着国家后续出台更多购房相关利好政策，销售端有望迎来加速修复。从家具零售方面来看，2023 年 1-6 月限额以上家具零售额同比+3.8%（其中 6 月+1.2%），受到 6 月地产销售端疲软影响，6 月家具零售同比增速有所放缓；而根据证券时报报道，6 月 29 日国常会审议通过《关于促进家居消费的若干措施》并将于近日印发有望进一步提振家居消费信心，我们认为政策催化加速下，家居公司业绩有望逐季向好。

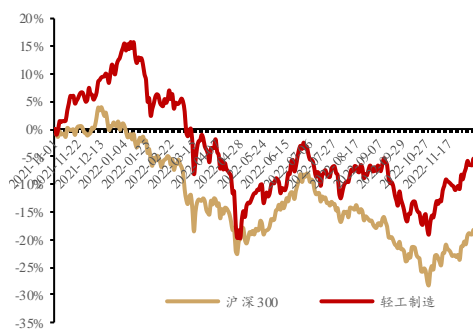
工程端：据奥维云网，2023 年 1-5 月，全国商品住宅精装新开盘项目数 477 个，精装项目渗透率为 36.3%，同比-2.3pct；5 月新开盘精装项目 137 个，同比下降 23.0%；规模 7.6 万套，同比下降 37.9%。短期来看，精装房规模有所下降，主要受前期房地产市场表现低迷以及地产公司资金问题频出等影响，而随着房市逐渐回暖，中长期来看，受国家政策、市场环境和各地持续推出的精装新政等多方面因素推动，精装修市场预计渗透率仍有较大提升空间，后市发展趋势向好。

化妆品：1-6 月化妆品零售表现较好。2023 年 1-6 月化妆品零售额同比+8.6%；单 6 月来看，化妆品零售额同比+4.8%。6 月线

评级及分析师信息

行业评级：推荐

行业走势图



分析师：徐林锋

邮箱：xulf@hx168.com.cn

SAC NO: S1120519080002

上“618 购物节”表现优异，推动化妆品零售增速稳健向上。建议关注本土优质国货龙头，特别是具备研发实力和品类扩张能力的公司。

金银珠宝：1-6 月金银珠宝零售保持高增。2023 年 1-6 月金银珠宝零售额同比+17.5%；单 6 月来看，金银珠宝零售额同比+7.8%。开年来各类节假日消费刺激使得居民对非必选消费中的金银珠宝类的配置有较大提升；此外，美国 7 月通胀数据持续降温，加息渐尽彰显黄金优异价值和避险属性，2023 年黄金市场有望持续走强，金银珠宝消费需求后市或将保持稳定向上。

文化办公用品：2023 年 1-6 月表现有所落后。2023 年 1-6 月文化办公用品零售额同比-3.9%；单 6 月来看，文化办公用品零售额同比-9.9%，我们认为主要是因为今年暑假部分学校放假早于去年同期，导致短期需求短暂偏弱，我们预计随着秋季学期将至，后续文化办公用品消费需求有望迎来改善。

线上零售：2023 年 1-6 月实现快速增长。2023 年 1-6 月线上零售额同比+10.8%；单 6 月来看，线上零售额同比+9.8%。受各类兴趣电商的快速发展以及各类电商加大补贴折扣，刺激线上消费进一步增长。

投资建议：

家居板块，短期看，地产数据已有一定改善，政策行情逐渐转向兑现行情，中长期则随着二手房、改善房、保障房等需求释放，行业保持稳步增长，行业属性也将逐渐从地产后周期属性转向消费属性。龙头企业在品牌、渠道、产品、产能等优势突出，持续抢占中小企业市场份额，业绩增速仍然在地产链中表现突出，推荐**欧派家居、顾家家居、敏华控股、曲美家居、志邦家居、金牌厨柜、瑞尔特**；**文化办公用品板块**，阳光采购政策驱动办公文具集采行业快速发展，推荐零售端具备渠道护城河、文创产品提升盈利能力以及新业务科力普、新零售业务快速发展的**晨光文具**；**化妆品板块**，受益“颜值经济”，国内化妆品行业保持高景气度，国货龙头大有可为，有望通过多产品、多品类、多品牌战略持续提升份额，推荐**贝泰妮、珀莱雅、上海家化、登康口腔**。

风险提示

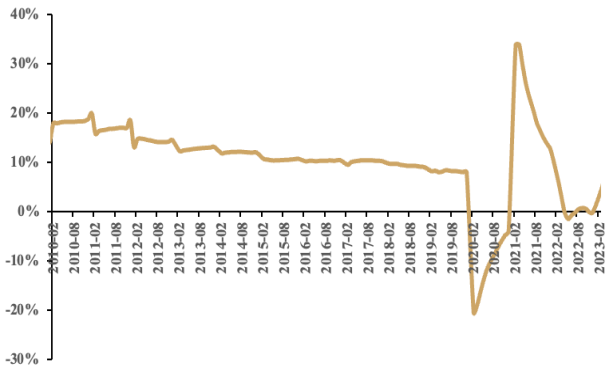
原材料价格大幅波动、疫后需求修复不及预期、行业竞争加剧。

图 1 社会消费品零售同比增速总结

	2023/06	增速环比	2023/05	2023/04	2023/03	2023/01-02	2022/12	2022/11	2022/10	2022/09	2022/08	2022/07	2022/06
社零总额	3.1%	-9.6%	12.7%	18.4%	10.6%	3.5%	-1.8%	-5.9%	-0.5%	2.5%	5.4%	2.7%	3.1%
粮油、食品类	5.4%	6.1%	-0.7%	1.0%	4.4%	9.0%	10.5%	3.9%	8.3%	8.5%	8.1%	6.2%	9.0%
饮料类	3.6%	4.3%	-0.7%	-3.4%	-5.1%	5.2%	5.5%	-6.2%	4.1%	4.9%	5.8%	3.0%	1.9%
烟酒类	9.6%	1.0%	8.6%	14.9%	9.0%	6.1%	-7.3%	-2.0%	-0.7%	-8.8%	8.0%	7.7%	5.1%
服装鞋帽针纺品类	6.9%	-10.7%	17.6%	32.4%	17.7%	5.4%	-12.5%	-15.6%	-7.5%	-0.5%	5.1%	0.8%	1.2%
化妆品类	4.8%	-6.9%	11.7%	24.3%	9.6%	3.8%	-19.3%	-4.6%	-3.7%	-3.1%	-6.4%	0.7%	8.1%
金银珠宝类	7.8%	-16.6%	24.4%	44.7%	37.4%	5.9%	-18.4%	-7.0%	-2.7%	1.9%	7.2%	22.1%	8.1%
日用品类	-2.2%	-11.6%	9.4%	10.1%	7.7%	3.9%	-9.2%	-9.1%	-2.2%	5.6%	3.6%	0.7%	4.3%
体育、娱乐用品类	9.2%	-5.1%	14.3%	25.7%	15.8%								
家用电器和音像器材类	4.5%	4.4%	0.1%	4.7%	-1.4%	-1.9%	-13.1%	-17.3%	-14.1%	-6.1%	3.4%	7.1%	3.2%
中西药品类	6.6%	-0.5%	7.1%	3.7%	11.7%	19.3%	39.8%	8.3%	8.9%	9.3%	9.1%	7.8%	11.9%
文化办公用品类	-9.9%	-8.7%	-1.2%	-4.9%	-1.9%	-1.1%	-0.3%	-1.7%	-2.1%	8.7%	6.2%	11.5%	8.9%
家具类	1.2%	-3.8%	5.0%	3.4%	3.5%	5.2%	-5.8%	-4.0%	-6.6%	-7.3%	-8.1%	-6.3%	-6.6%
通讯器材类	6.6%	-20.8%	27.4%	14.6%	1.8%	-8.2%	-4.5%	-17.6%	-8.9%	5.8%	-4.6%	4.9%	6.6%
石油及制品类	-2.2%	-6.3%	4.1%	13.5%	9.2%	10.9%	-2.9%	-1.6%	0.9%	10.2%	17.1%	14.2%	14.7%
汽车类	-1.1%	-25.3%	24.2%	38.0%	11.5%	-9.4%	4.6%	-4.2%	3.9%	14.2%	15.9%	9.7%	13.9%
建筑及装潢材料类	-6.8%	7.8%	-14.6%	-11.2%	-4.7%	-0.9%	-8.9%	-10.0%	-8.7%	-8.1%	-9.1%	-7.8%	-4.9%

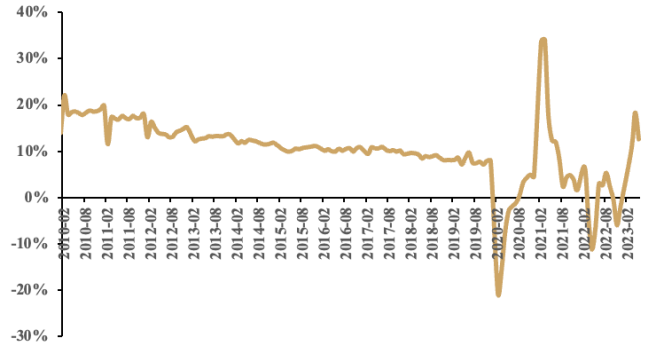
资料来源：wind、国家统计局，华西证券研究所

图 2 1-6 月全国社零同比增长 8.2%



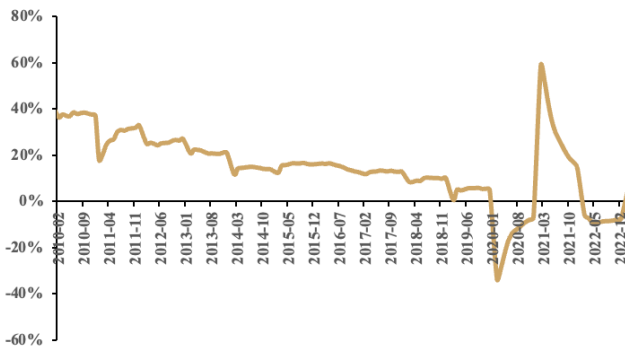
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 3 6 月全国社零同比增长 3.1%



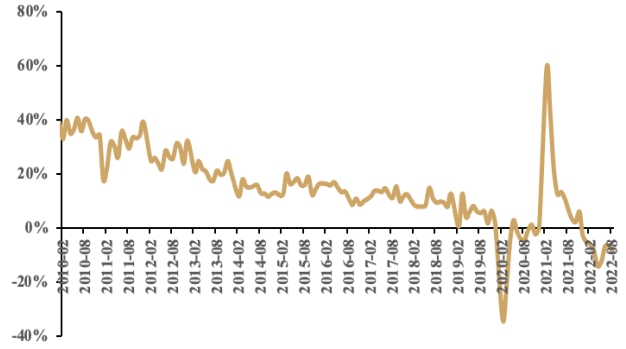
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 4 1-6 月限额以上家具类零售额同比增长 3.8%



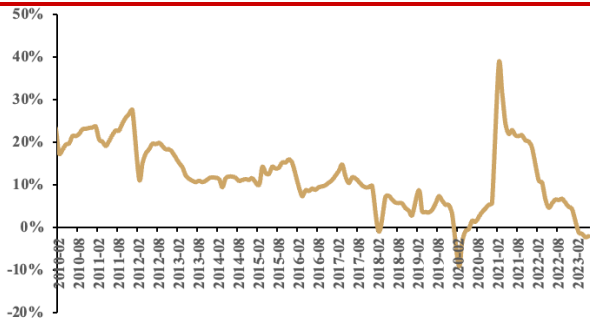
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 5 6 月限额以上家具类零售额同比增长 1.2%



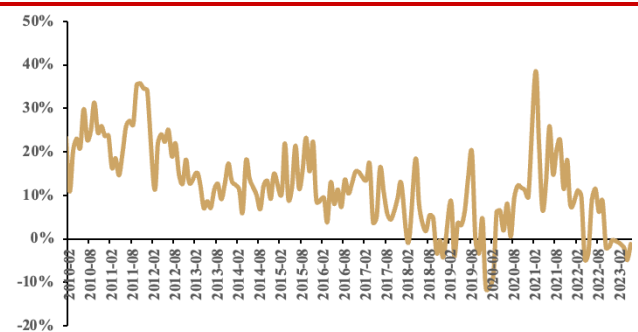
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 6 1-6 月限额文化办公用品类零售额同比下降 3.9%



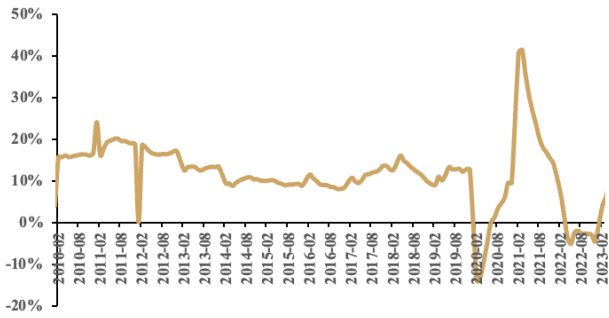
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 7 6 月限额文化办公用品类零售额同比下降 9.9%



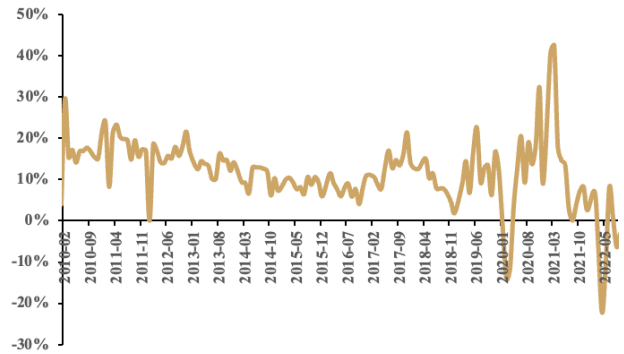
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 8 1-6 月限额以上化妆品类零售额同比增长 8.6%



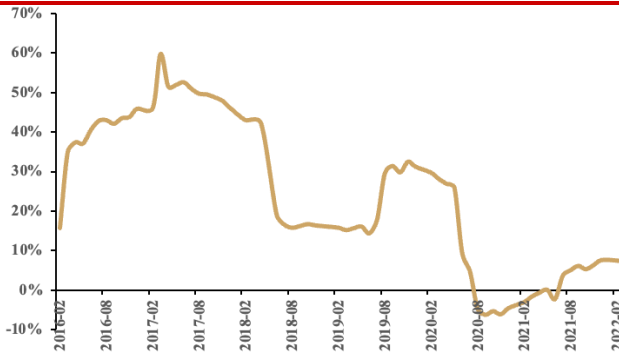
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 9 6 月限额以上化妆品类零售额同比增长 4.8%



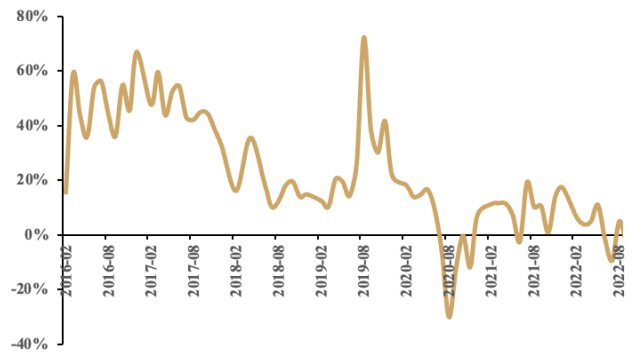
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 10 1-6 月金银珠宝零售额同比增长 17.5%



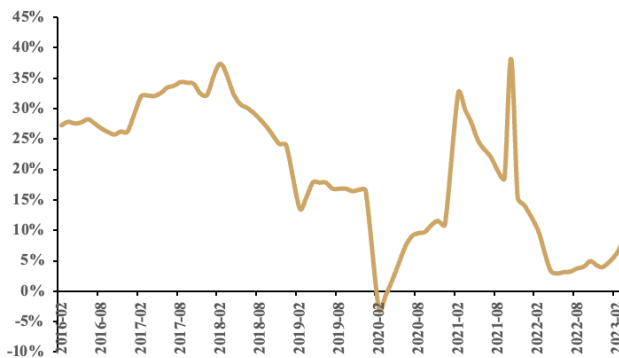
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 11 6 月金银珠宝零售额同比增长 7.8%



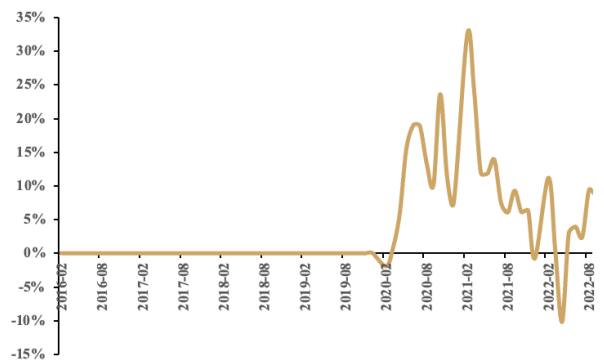
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 12 1-6 月线上零售额同比增长 10.8%



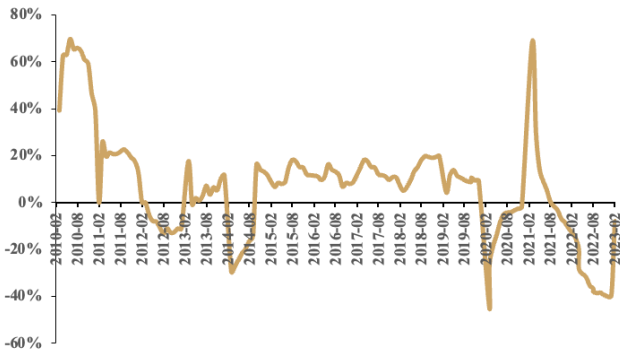
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 13 6 月线上零售额同比增长 9.8%



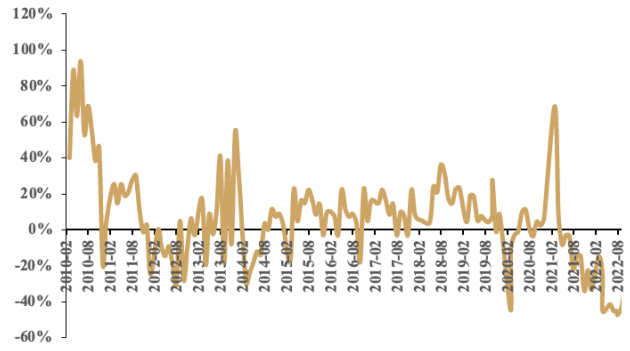
资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 14 1-6 月全国住宅新开工面积累计同比下降 24.9%



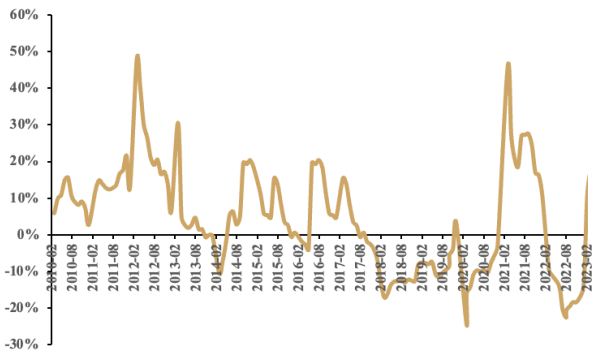
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 15 6 月全国住宅新开工面积同比下降 33.5%



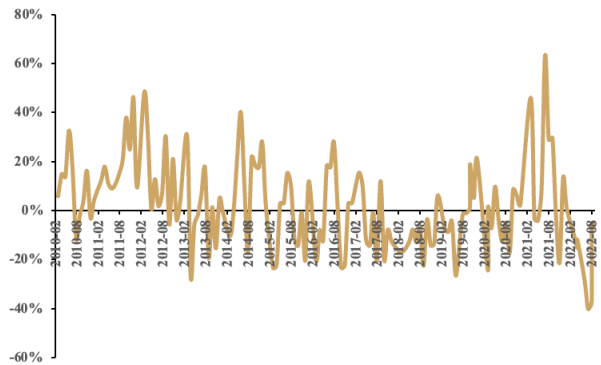
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 16 1-6 月全国住宅竣工面积累计同比上升 18.5%



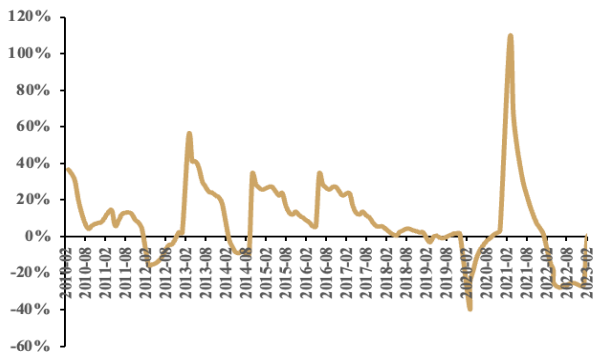
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 17 6 月全国住宅竣工面积同比上升 15.8%



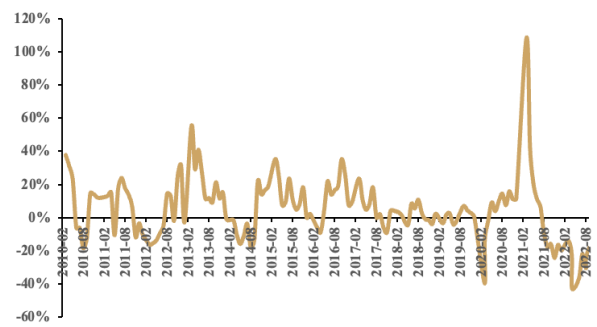
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 18 1-6 月全国住宅销售面积累计同比下滑 2.8%



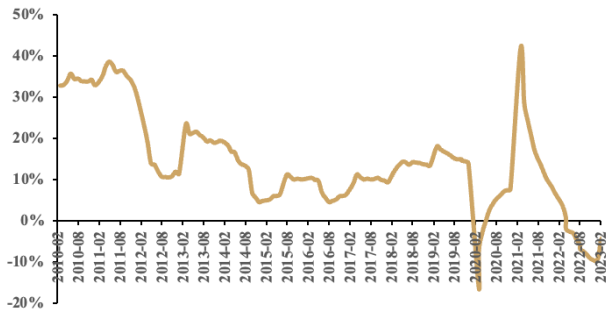
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 19 6 月全国住宅销售面积同比下滑 27.9%



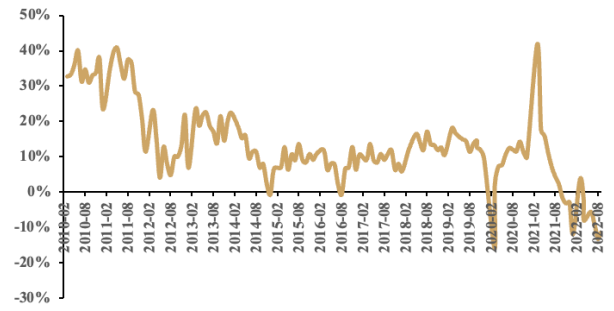
资料来源：Wind、国家统计局，华西证券研究所

图 20 1-6 月全国住宅开发投资完成额同比下降 7.3%



资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

图 21 6 月全国住宅开发投资完成额同比下降 21.6%



资料来源: Wind、国家统计局, 华西证券研究所

分析师与研究助理简介

徐林锋：轻工行业首席分析师。2019年7月加盟华西证券，10年从业经验。浙江大学金融学硕士，南开大学管理学学士。曾就职于中金公司等券商研究所，所在团队获2015年新财富第5名。

分析师承诺

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求客观、公正，结论不受任何第三方的授意、影响，特此声明。

评级说明

公司评级标准	投资评级	说明
以报告发布日后的6个月内公司股价相对上证指数的涨跌幅为基准。	买入	分析师预测在此期间股价相对强于上证指数达到或超过15%
	增持	分析师预测在此期间股价相对强于上证指数在5%—15%之间
	中性	分析师预测在此期间股价相对上证指数在-5%—5%之间
	减持	分析师预测在此期间股价相对弱于上证指数5%—15%之间
	卖出	分析师预测在此期间股价相对弱于上证指数达到或超过15%
行业评级标准		
以报告发布日后的6个月内行业指数的涨跌幅为基准。	推荐	分析师预测在此期间行业指数相对强于上证指数达到或超过10%
	中性	分析师预测在此期间行业指数相对上证指数在-10%—10%之间
	回避	分析师预测在此期间行业指数相对弱于上证指数达到或超过10%

华西证券研究所：

地址：北京市西城区太平桥大街丰汇园11号丰汇时代大厦南座5层

网址：<http://www.hx168.com.cn/hxzq/hxindex.html>

华西证券免责声明

华西证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具备证券投资咨询业务资格。本报告仅供本公司签约客户使用。本公司不会因接收人收到或者经由其他渠道转发收到本报告而直接视其为本公司客户。

本报告基于本公司研究所及其研究人员认为的已经公开的资料或者研究人员的实地调研资料，但本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载资料、意见以及推测仅于本报告发布当日的判断，且这种判断受到研究方法、研究依据等多方面的制约。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及预测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息始终保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者需自行关注相应更新或修改。

在任何情况下，本报告仅提供给签约客户参考使用，任何信息或所表述的意见绝不构成对任何人的投资建议。市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告视为做出投资决策的惟一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在任何情况下，本报告均未考虑到个别客户的特殊投资目标、财务状况或需求，不能作为客户进行客户买卖、认购证券或者其他金融工具的保证或邀请。在任何情况下，本公司、本公司员工或者其他关联方均不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告而导致的任何可能损失负有任何责任。投资者因使用本公司研究报告做出的任何投资决策均是独立行为，与本公司、本公司员工及其他关联方无关。

本公司建立起信息隔离墙制度、跨墙制度来规范管理跨部门、跨关联机构之间的信息流动。务请投资者注意，在法律许可的前提下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券或期权并进行证券或期权交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。在法律许可的前提下，本公司的董事、高级职员或员工可能担任本报告所提到的公司的董事。

所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处为华西证券研究所，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。