

7月社零同比+2.7%，增速较6月略有回升

——2024年7月社零数据跟踪报告

强于大市(维持)

2024年08月16日

行业核心观点:

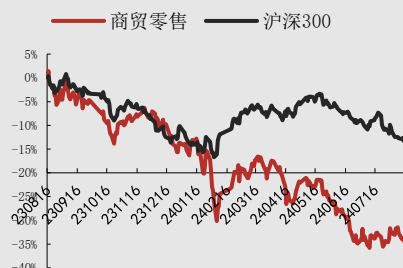
2024年7月我国社会消费品零售总额37,757亿元,同比增长2.7%,较6月增速回升0.7pcts,较去年同期增速回落0.2pcts。其中,商品零售和餐饮收入分别同比+2.7%/+3.0%。①**细分品类**:7月份,限额以上单位16类商品中,9类商品(烟酒类、服装鞋帽类、化妆品类、金银珠宝类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类和家具类)为负增长;较6月增速来看,6类商品(粮油食品类、烟酒类、服装鞋帽类、金银珠宝类、家具类、石油及制品类)零售额同比增速回落,4类商品(日用品类、中西药品类、饮料类、通讯器材类)正增长且增幅扩大,5类商品(化妆品类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类)为负增长但跌幅收窄,1类商品(体育娱乐类)由负转正增长。**必选品类**中,日用品类、中西药品类增速有所提升,粮油食品类增速略有回落。**可选品类**中,烟酒类、服装鞋帽类、金银珠宝类、家具类、石油及制品类增速回落,饮料类、通讯器材类同比正增长且增幅扩大,化妆品类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类负增长但跌幅收窄,体育娱乐类由负转正增长。②**网上**:2024年1-7月,全国网上零售额83,784亿元,同比+9.5%,较2023年同期减少3.0pcts,占社会消费品零售总额的比重为30.6%。其中,实物商品网上零售额70,093亿元,同比增长8.7%。在实物商品网上零售额中,吃类/穿类/用类商品分别增长19.7%/6.3%/7.5%。

总体来看,7月社会消费品零售总额同比增速较6月略有回升,增加0.7pcts,但增速仍处于较低水平。当前国内商品消费需求仍显弱势,但市场预期有所好转。2024年二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》重申加快培育完整内需体系,明确了财税体制改革中消费税的调整方向,有望引导地方改善消费环境,加强消费基础设施建设,提振居民消费倾向,促进消费行业整体增长和转型,推动消费蓝筹股的业绩回暖与估值修复;8月国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》,将服务消费定调为未来一段时间内扩大内需的主要政策抓手。**投资建议**:1)**食品饮料**:食品饮料作为消费必选品韧性十足,业绩稳健。建议关注零食、白酒、啤酒、乳制品、调味品等板块龙头。2)**社会服务**:受益于扩大服务消费政策支持,建议关注餐饮、旅游、景区、酒店等板块。3)**化妆品**:近期化妆品需求端出现疲软,品牌表现分化加剧,建议关注化妆品龙头企业。

投资要点:

总体:7月社零同比+2.70%,较6月增速略有回升。7月我国社会消费品零售总额37,757亿元,同比增长2.70%,较2024年6月同比增速上升0.7pcts。①**按消费类型分类**:商品零售增速较上

行业相对沪深300指数表现



数据来源:聚源,万联证券研究所

相关研究

除家电环比增配,其余大消费板块均环比减配

关注政治局会议信号,提振消费扩大内需
加快培育完整内需体系,关注消费税改革进程

分析师:

陈雯

执业证书编号:

S0270519060001

电话:

02032255207

邮箱:

chenwen@wlzq.com.cn

月有所回升，餐饮收入增速有所下降。7月商品零售同比+2.70%，较6月增速提升1.2pcts；餐饮收入同比+3.0%，较6月增速回落2.4pcts。限上企业商品零售额同比0.0%，较6月增速提升1pcts。

②按地区分类：城镇和乡村社零增速均有回升，乡村增速高于城镇。7月城镇消费品零售额同比+2.4%，较6月增速回升0.7pcts；7月乡村消费品零售额同比+4.6%，较6月增速回升0.8pcts。

细分：必选消费品表现相对稳健，大部分可选消费品增速环比回升。7月份，限额以上单位16类商品中，9类商品（烟酒类、服装鞋帽类、化妆品类、金银珠宝类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类和家具类）为负增长；较6月增速来看，6类商品（粮油食品类、烟酒类、服装鞋帽类、金银珠宝类、家具类、石油及制品类）零售额同比增速回落，4类商品（日用品类、中西药品类、饮料类、通讯器材类）正增长且增幅扩大，5类商品（化妆品类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类）为负增长但跌幅收窄，1类商品（体育娱乐类）由负转正增长。①必选：日用品类（+2.1%）、中西药类（+5.8%）增速有所提升，粮油食品类（+9.9%）增速略有回落。②可选：烟酒类（-0.1%）、服装鞋帽类（-5.2%）、金银珠宝类（-10.4%）、家具类（-1.1%）、石油及制品类（+1.6%）增速回落，饮料类（+6.1%）、通讯器材类（+12.7%）同比正增长且增幅扩大，化妆品类（-6.1%）、家用电器类（-2.4%）、文化办公类（-2.4%）、汽车类（-4.9%）、建筑类（-2.1%）负增长但跌幅收窄，体育娱乐类（+10.7%）由负转正增长。

网上：线上零售额增速同比放缓。2024年1-7月，全国网上零售额83,784亿元，同比+9.5%，较2023年同期减少3.0pcts，占社会消费品零售总额的比重为30.6%。其中，实物商品网上零售额70,093亿元，同比增长8.7%。在实物商品网上零售额中，吃类/穿类/用类商品分别增长19.7%/6.3%/7.5%。

风险因素：政策力度不及预期风险、消费复苏不及预期风险、宏观经济增长不及预期风险。

正文目录

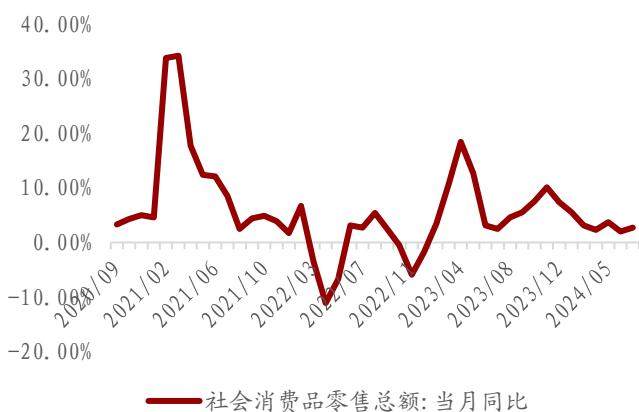
1 总体：7月社零同比+2.70%，增速环比略有回升.....	4
2 细分：必选消费品表现相对稳健，大部分可选消费品增速环比回升.....	5
3 网上：线上零售额增速同比放缓.....	9
4 投资建议.....	10
5 风险因素.....	10

图表 1：社会消费品零售总额 37,757 亿元，同比增长 2.70%.....	4
图表 2：CPI 7 月同比+0.50%.....	4
图表 3：商品零售同比增长 2.70%，餐饮收入同比增长 3.00%.....	4
图表 4：限额以上企业商品零售额当月同比 0.0%.....	4
图表 5：城镇消费品零售额同比增长 2.40%，乡村消费品零售额同比增长 4.60%.....	5
图表 6：粮油、食品类零售额同增 9.90%至 1619 亿元.....	5
图表 7：日用品类零售额同增 2.10%至 594 亿元.....	5
图表 8：中西药品类零售额同增 5.80%至 548 亿元.....	6
图表 9：家电和音像器材类零售额同减 2.40%至 730 亿元.....	6
图表 10：化妆品类零售额同减 6.10%至 245 亿元.....	6
图表 11：金银珠宝类零售额同减 10.40%至 200 亿元.....	7
图表 12：饮料类零售额同增 6.10%至 268 亿元.....	7
图表 13：服装鞋帽/针纺织品类零售额同减 5.2%至 936 亿元.....	7
图表 14：家具类零售额同减 1.10%至 129 亿元.....	7
图表 15：石油及制品类零售额同增 1.60%至 2035 亿元.....	7
图表 16：体育娱乐用品类零售额同增 10.70%至 105 亿元.....	7
图表 17：烟酒类零售额同减 0.10%至 410 亿元.....	8
图表 18：通讯器材类零售额同增 12.70%至 521 亿元.....	8
图表 19：汽车类零售额同减 4.90%至 3798 亿元.....	8
图表 20：建筑及装潢材料类零售额同减 2.10%至 130 亿元.....	8
图表 21：文化办公用品类零售额同减 2.40%至 312 亿元.....	8
图表 22：2024 年 1-7 月全国网上零售额累计达 83,784 亿元，累计同比增长 9.50%.....	9
图表 23：实物商品网上零售额累计达 70,093 亿元，累计同比增长 8.70%.....	9
图表 24：吃类、穿类和用类商品分别增长 19.70%、6.30%、7.50%.....	9

1 总体：7月社零同比+2.70%，增速环比略有回升

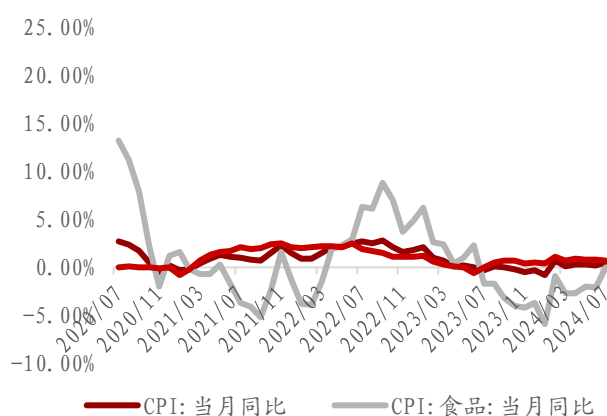
总体：7月社零同比+2.70%，较6月增速略有上升。7月我国社会消费品零售总额37,757亿元，同比增长2.70%，较2024年6月同比增速提升0.7pcts。7月我国CPI同比+0.5%，较6月同比增速提升0.3pcts。

图表1: 社会消费品零售总额37,757亿元，同比增长2.70%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

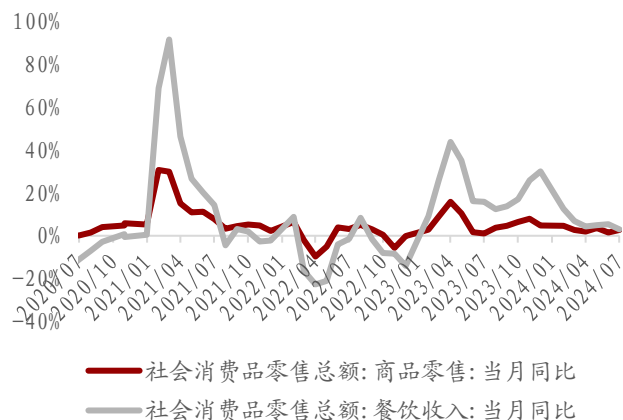
图表2: CPI 7月同比+0.50%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

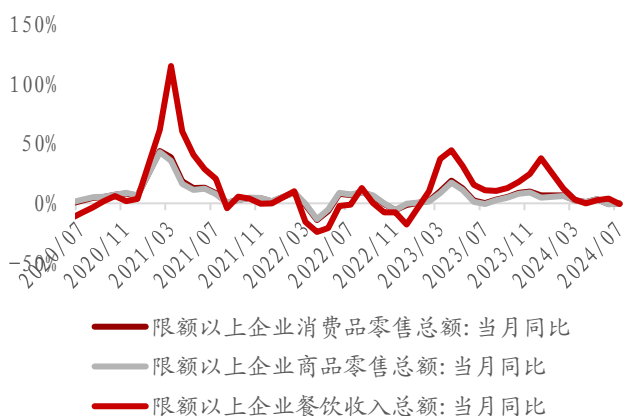
按消费类型分类：商品零售增速较上月有所回升，餐饮收入增速有所下降。7月商品零售同比+2.70%，较6月增速提升1.2pcts；餐饮收入同比+3.0%，较6月增速回落2.4pcts。限上企业商品零售额同比0.0%，较6月增速提升1pcts。

图表3: 商品零售同比增长2.70%，餐饮收入同比增长3.00%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

图表4: 限额以上企业商品零售额当月同比0.0%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

按地区分类：城镇和乡村社零增速均有回升，乡村增速高于城镇。7月城镇消费品零售额同比+2.4%，较6月增速回升0.1pcts；7月乡村消费品零售额同比+4.6%，较6月增速回升0.8pcts。

图表5: 城镇消费品零售额同比增长2.40%，乡村消费品零售额同比增长4.60%



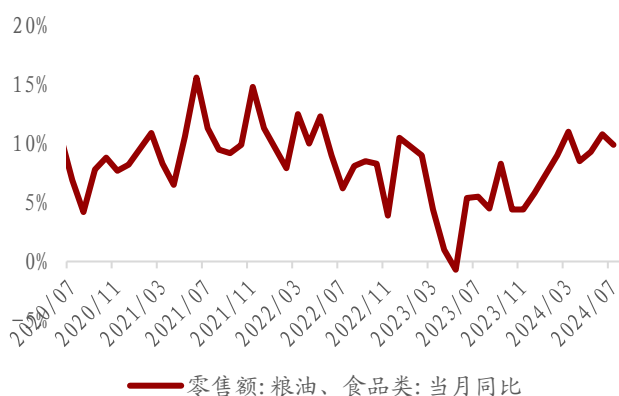
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

2 细分: 必选消费品表现相对稳健, 大部分可选消费品增速环比回升

细分品类方面: 7月份, 限额以上单位16类商品中, 9类商品(烟酒类、服装鞋帽类、化妆品类、金银珠宝类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类和家具类)为负增长; 较6月增速来看, 6类商品(粮油食品类、烟酒类、服装鞋帽类、金银珠宝类、家具类、石油及制品类)零售额同比增速回落, 4类商品(日用品类、中西药品类、饮料类、通讯器材类)正增长且增幅扩大, 5类商品(化妆品类、家用电器类、文化办公类、汽车类、建筑类)为负增长但跌幅收窄, 1类商品(体育娱乐类)由负转正增长。

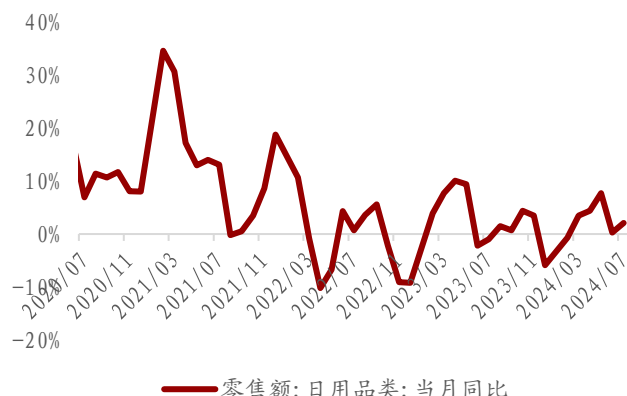
必选: 日用品类(+2.1%)、中西药类(+5.8%)增速有所提升, 粮油食品类(+9.9%)增速略有回落。

图表6: 粮油、食品类零售额同增9.90%至1619亿元



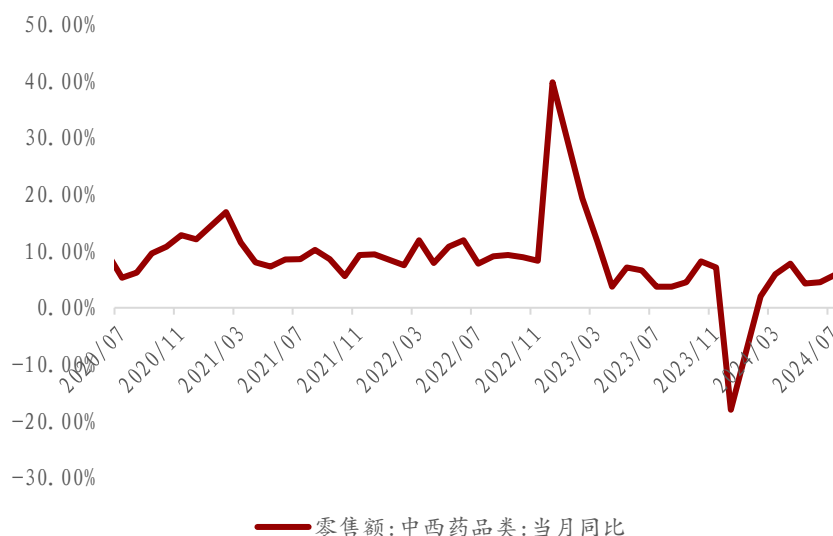
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表7: 日用品类零售额同增2.10%至594亿元



资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表8: 中西药品类零售额同增5.80%至548亿元



资料来源: 国家统计局, iFinD, 万联证券研究所

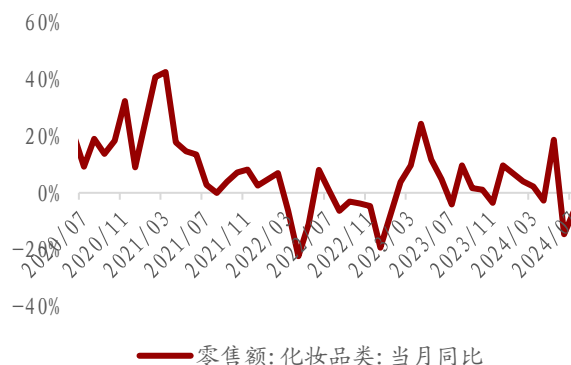
可选: 烟酒类 (-0.1%)、服装鞋帽类 (-5.2%)、金银珠宝类 (-10.4%)、家具类 (-1.1%)、石油及制品类 (+1.6%) 增速回落, 饮料类 (+6.1%)、通讯器材类 (+12.7%) 同比正增长且增幅扩大, 化妆品类 (-6.1%)、家用电器类 (-2.4%)、文化办公类 (-2.4%)、汽车类 (-4.9%)、建筑类 (-2.1%) 负增长但跌幅收窄, 体育娱乐类 (+10.7%) 由负转正增长。

图表9: 家电和音像器材类零售额同减2.40%至730亿元



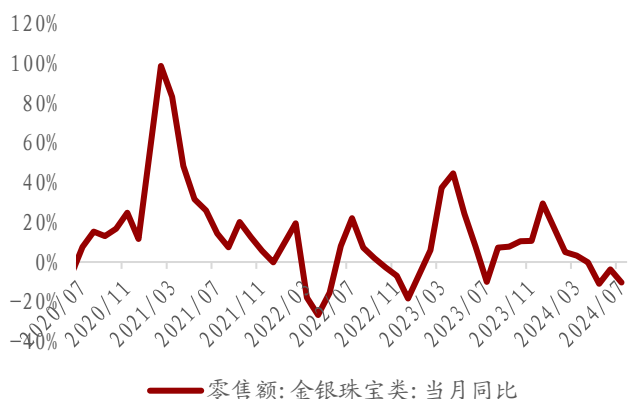
资料来源: 国家统计局, iFinD, 万联证券研究所

图表10: 化妆品类零售额同减6.10%至245亿元



资料来源: 国家统计局, iFinD, 万联证券研究所

图表11: 金银珠宝类零售额同减10.40%至200亿元



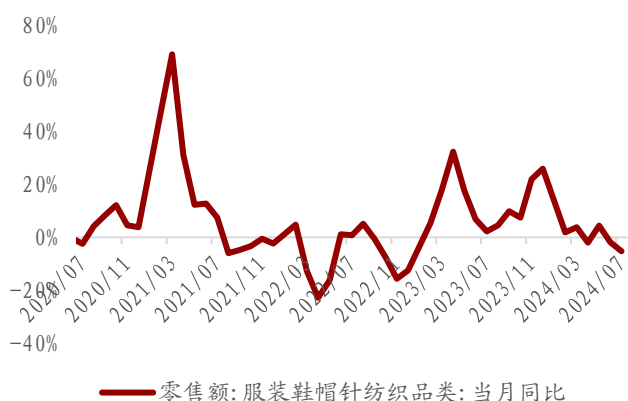
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表12: 饮料类零售额同增6.10%至268亿元



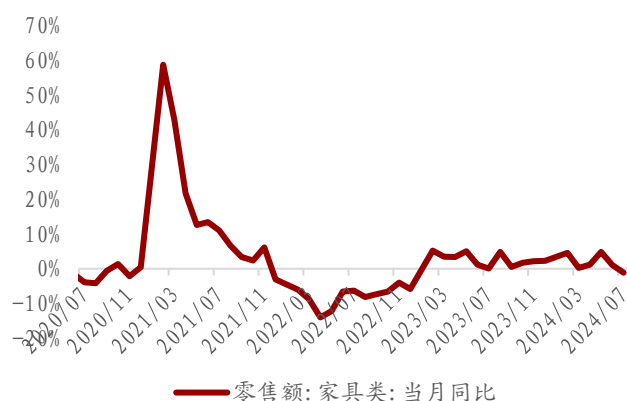
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表13: 服装鞋帽/针纺织品类零售额同减5.2%至936亿元



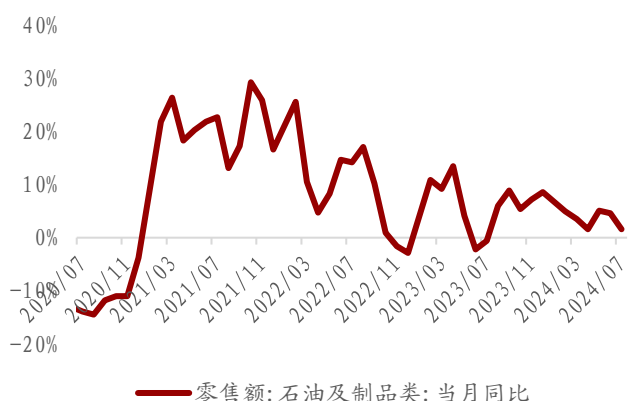
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表14: 家具类零售额同减1.10%至129亿元



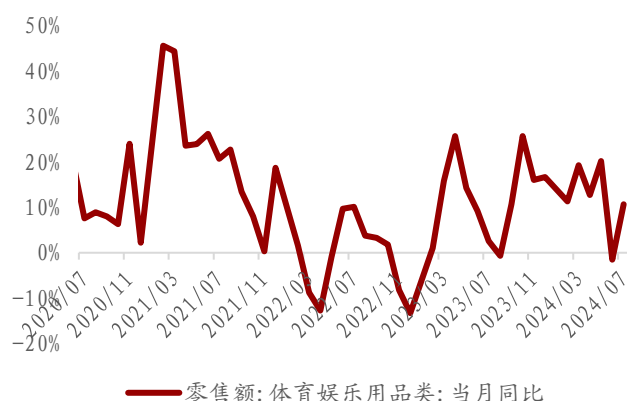
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表15: 石油及制品类零售额同增1.60%至2035亿元



资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表16: 体育娱乐用品类零售额同增10.70%至105亿元



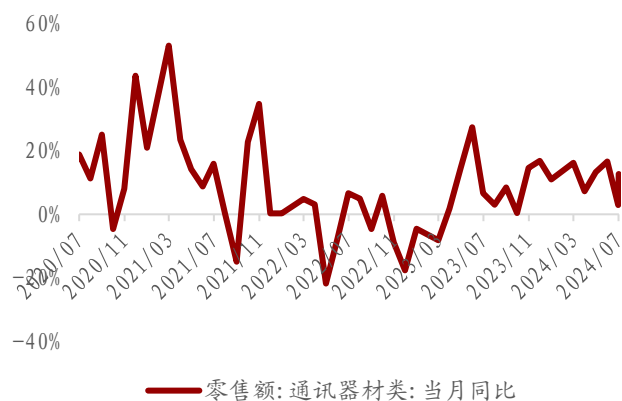
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表17: 烟酒类零售额同减0.10%至410亿元



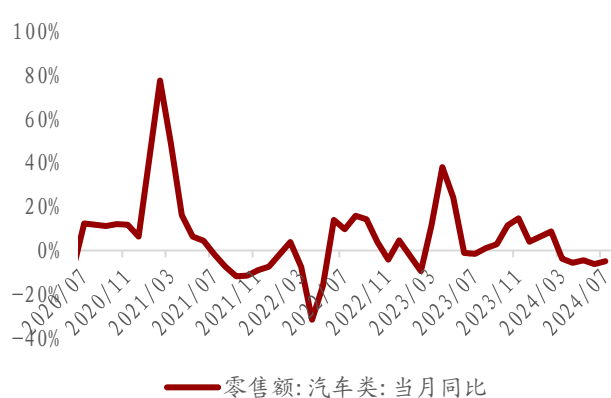
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表18: 通讯器材类零售额同增12.70%至521亿元



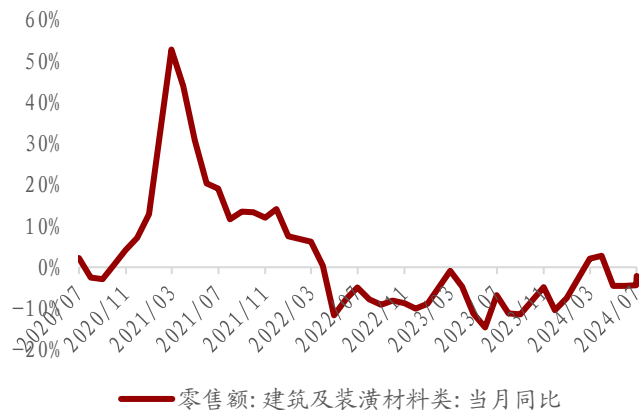
资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表19: 汽车类零售额同减4.90%至3798亿元



资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表20: 建筑及装潢材料类零售额同减2.10%至130亿元



资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

图表21: 文化办公用品类零售额同减2.40%至312亿元

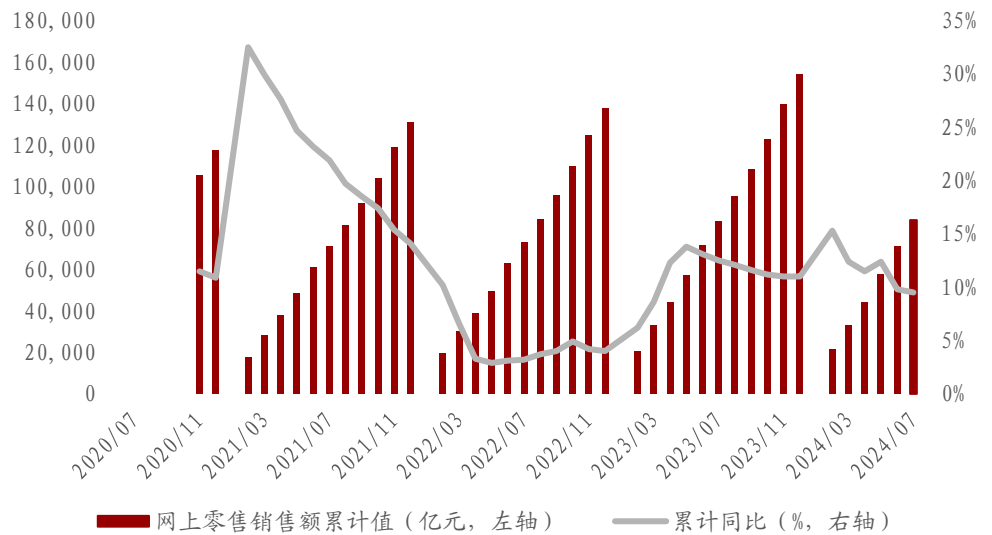


资料来源: 国家统计局, iFind, 万联证券研究所

3 网上：线上零售额增速同比放缓

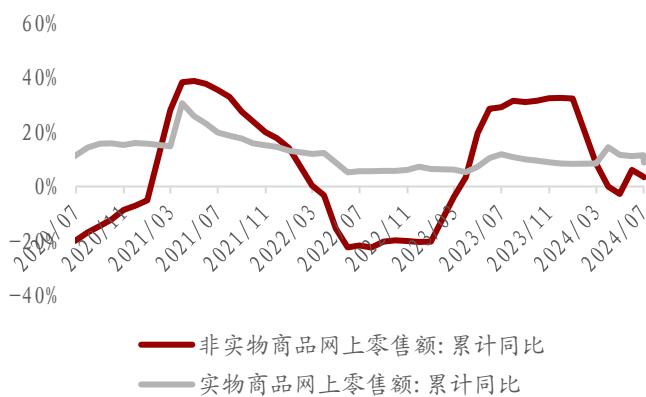
2024年1-7月，全国网上零售额83,784亿元，同比+9.5%，较2023年同期减少3.0pcts，占社会消费品零售总额的比重为30.6%。其中，实物商品网上零售额70,093亿元，同比增长8.7%。在实物商品网上零售额中，吃类/穿类/用类商品分别增长19.7%/6.3%/7.5%。

图表22：2024年1-7月全国网上零售额累计达83,784亿元，累计同比增长9.50%



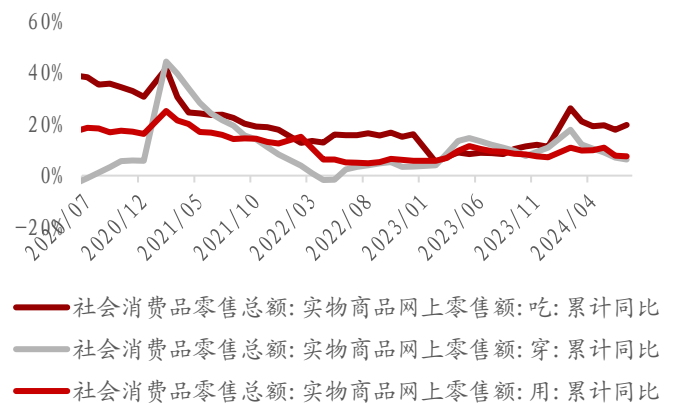
资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

图表23：实物商品网上零售额累计达70,093亿元，累计同比增长8.70%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

图表24：吃类、穿类和用类商品分别增长19.70%、6.30%、7.50%



资料来源：国家统计局，iFind，万联证券研究所

4 投资建议

7月社会消费品零售总额同比增速较6月略有回升，增加0.7pcts，但增速仍处于较低水平。当前国内商品消费需求仍显弱势，但市场预期有所好转。2024年二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》重申加快培育完整内需体系，明确了财税体制改革中消费税的调整方向，有望引导地方改善消费环境，加强消费基础设施建设，提振居民消费倾向，促进消费行业整体增长和转型，推动消费蓝筹股的业绩回暖与估值修复；8月国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》，将服务消费定调为未来一段时间内扩大内需的主要政策抓手。

投资建议：1) **食品饮料：**食品饮料作为消费必选品韧性十足，业绩稳健。建议关注零食、白酒、啤酒、乳制品、调味品等板块龙头。2) **社会服务：**受益于扩大服务消费政策支持，建议关注餐饮、旅游、景区、酒店等板块。3) **化妆品：**近期化妆品需求端出现疲软，品牌表现分化加剧，建议关注化妆品龙头企业。

5 风险因素

政策力度不及预期风险、消费复苏不及预期风险、宏观经济增长不及预期风险。

行业投资评级

强于大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%以上；
同步大市：未来6个月内行业指数相对大盘涨幅10%至-10%之间；
弱于大市：未来6个月内行业指数相对大盘跌幅10%以上。

公司投资评级

买入：未来6个月内公司相对大盘涨幅15%以上；
增持：未来6个月内公司相对大盘涨幅5%至15%；
观望：未来6个月内公司相对大盘涨幅-5%至5%；
卖出：未来6个月内公司相对大盘跌幅5%以上。
基准指数：沪深300指数

风险提示

我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

证券分析师承诺

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为证券分析师，以勤勉的执业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映了本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

免责声明

万联证券股份有限公司（以下简称“本公司”）是一家覆盖证券经纪、投资银行、投资管理和证券咨询等多项业务的全国性综合类证券公司。本公司具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。本报告中的信息或所表述的意见并未考虑到个别投资者的具体投资目的、财务状况以及特定需求。客户应自主作出投资决策并自行承担投资风险。本公司不对任何人因使用本报告中的内容所导致的损失负任何责任。在法律许可情况下，本公司或其关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或类似的金融服务。

市场有风险，投资需谨慎。本报告是基于本公司认为可靠且已公开的信息撰写，本公司力求但不保证这些信息的准确性及完整性，也不保证文中的观点或陈述不会发生任何变更。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。分析师任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告的版权仅为本公司所有，未经书面许可任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、发表和引用。未经我方许可而引用、刊发或转载的引起法律后果和造成我公司经济损失的概由对方承担，我公司保留追究的权利。

万联证券股份有限公司 研究所

上海浦东新区世纪大道1528号陆家嘴基金大厦
北京西城区平安里西大街28号中海国际中心
深圳福田区深南大道2007号金地中心
广州天河区珠江东路11号高德置地广场