

# 研究报告

2020 年第 63 期

2020.12.25

执 笔：郭可为

邮 箱：

guokewei@icbc.com.cn

## 消费行业整体向好，线上渠道作用凸显

——2020 年 12 月我国消费行业分析月报

### 摘要：

- 11 月我国消费的总体特点：一是乡村消费复苏势头快于城镇。二是零售消费复苏势头快于餐饮。三是线上零售增速快于线下零售。四是消费升级类商品增速快于生活必需品。
- 衣、食、住、行、用等普遍增长，且不少细分行业增速有加快趋势。消费行业发展前景看好，但可能面临疫情二次爆发风险，建议我行把握消费升级趋势，并灵活调整对餐饮、商超、影院等行业的风险管控措施。

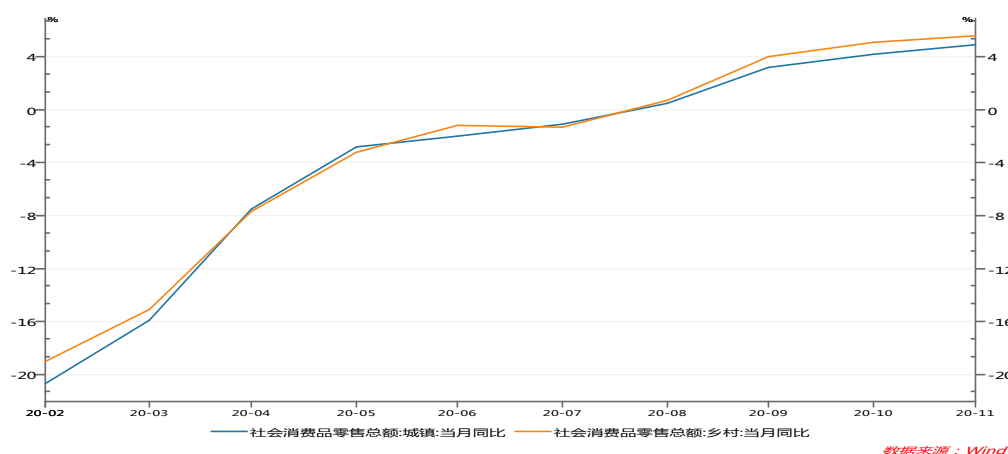
重要声明：本报告中的原始数据来源于官方统计机构和市场研究机构已公开的资料，但不保证所载信息的准确性和完整性。本报告不代表研究人员所在机构的观点和意见，不构成对阅读者的任何投资建议。本报告（含标识和宣传语）的版权为中国工商银行现代金融研究院所有，仅供内部参阅，未经作者书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、上网、引用或向其他人分发。

12月15日，国家统计局发布数据显示，11月份社会消费品零售总额39514亿元，同比增长5.0%，增速比上月加快0.7个百分点。本报告拟在分析当前我国消费总体特点的基础上，对衣、食、住、行、用等大类消费行业<sup>1</sup>进行分析研判，并提出参考建议。

## 一、11月我国消费的总体特点

今年以来，消费行业受疫情冲击较为显著，目前各细分行业复苏态势也不尽相同，但总体呈现出向好的态势。其中，限额以上单位<sup>2</sup>商品零售11月同比增长8.7%，10月为7.1%；15个细分大类中13个保持正增长，较2019年同期多一个。与2019年11月相比，2020年11月增速更快的行业有9个，较慢的有5个行业，持平的有1个。

一是乡村消费复苏势头快于城镇。11月份，城镇消费品零售额34072亿元，同比增长4.9%；乡村消费品零售额5442亿元，增长5.6%。1-11月份，城镇消费品零售额304413亿元，同比下降4.9%；乡村消费品零售额47002亿元，下降4.3%。



<sup>1</sup> 报告使用更为广泛的消费行业界定，指为了满足个人日常生活所需，购买、使用商品或接受服务的直接或间接的行为，包括：消费行业以及与消费行业密切相关的行业。前者如食品、饮料、旅游、教育、娱乐等；后者指为生产消费品的行业提供服务或产品的行业，比如交通、物流等。

<sup>2</sup> 限额以上单位是指年主营业务收入2000万元及以上的批发业企业（单位）、500万元及以上的零售业企业（单位）、200万元及以上的住宿和餐饮业企业（单位）。



图1 2020年以来城镇和乡村商品零售额同比增速走势

二是零售消费复苏势头快于餐饮。11月份，商品零售34534亿元，同比增长5.8%；餐饮收入4980亿元，下降0.6%，10月份为增长0.8%。1-11月份，商品零售316837亿元，同比下降3.0%；餐饮收入34578亿元，下降18.6%。

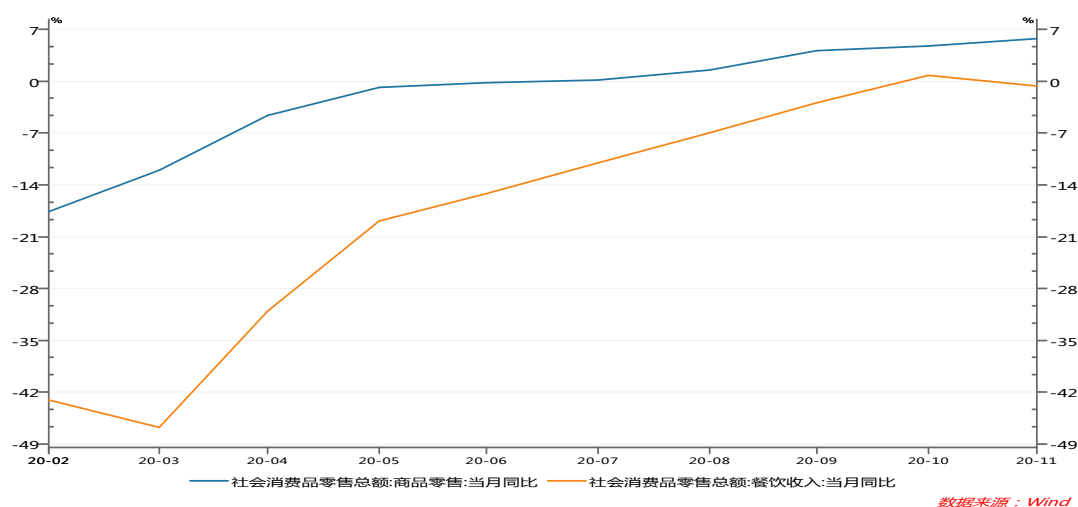


图2 2020年以来商品零售额与餐饮收入的同比增速走势

三是线上零售增速快于线下零售。1-11月份，全国网上零售额105374亿元，同比增长11.5%，增速比1-10月提高0.6个百分点。实体店铺零售持续恢复。1-11月份，限额以上超市商品零售额同比增长3.0%，与1-10月份基本持平；百货店、专业店和专卖店商品零售额降幅继续收窄，分别比1-10月份收窄2.1、1.3和2.1个百分点。

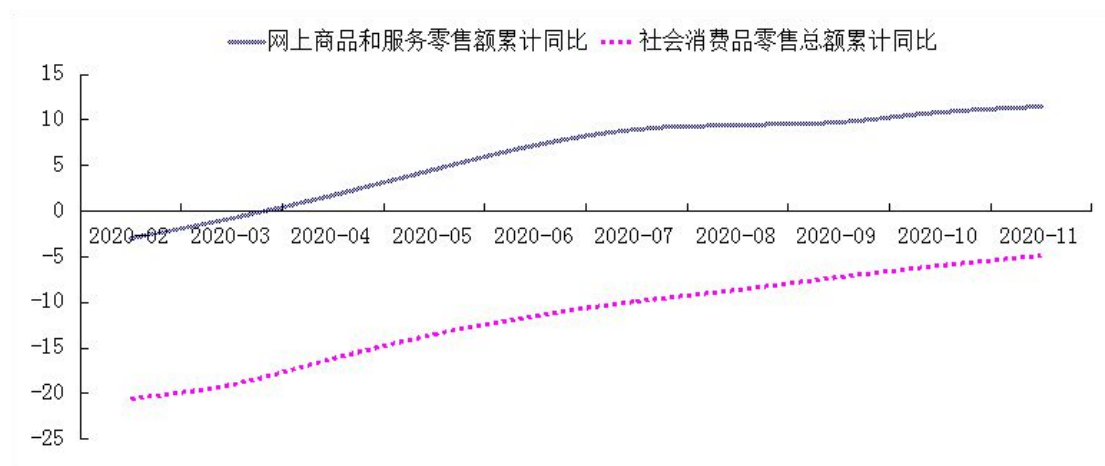


图 3 2020 年以来网上零售与社会消费零售总额同比增速走势

四是消费升级类商品增速快于生活必需品。消费升级类商品表现突出，11月通讯器材类（+43.6%）、化妆品类（+32.3%）、金银珠宝类（+24.8%）、饮料类（+21.6%）表现亮眼。生活必需类的粮油食品类和服装鞋帽类稳定增长，同比增速分别为 7.7%和 4.6%。石油制品类和家具类出现负增长，分别为-11%和-2.2%。

表 1 2020 年 11 月份社会消费品零售总额主要数据



指 标	11月		1-11月	
	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)	绝对量 (亿元)	同比增长 (%)
社会消费品零售总额	39514	5.0	351415	-4.8
其中：除汽车以外的消费品零售额	35497	4.2	316884	-5.0
其中：限额以上单位消费品零售额	15190	8.3	127124	-2.8
其中：实物商品网上零售额	-	-	87792	15.7
按经营地分				
城镇	34072	4.9	304413	-4.9
乡村	5442	5.6	47002	-4.3
按消费类型分				
餐饮收入	4980	-0.6	34578	-18.6
其中：限额以上单位餐饮收入	860	1.8	7267	-15.9
商品零售	34534	5.8	316837	-3.0
其中：限额以上单位商品零售	14330	8.7	119856	-1.9
粮油、食品类	1361	7.7	13772	10.1
饮料类	218	21.6	2081	13.7
烟酒类	380	11.4	3460	3.5
服装鞋帽、针纺织品类	1497	4.6	10849	-7.9
化妆品类	511	32.3	3076	9.5
金银珠宝类	258	24.8	2091	-6.6
日用品类	710	8.1	5870	7.4
家用电器和音像器材类	1048	5.1	7565	-5.5
中西药品类	503	12.8	4797	7.3
文化办公用品类	424	11.2	3104	5.4
家具类	168	-2.2	1409	-7.9
通讯器材类	823	43.6	5007	12.0
石油及制品类	1532	-11.0	15323	-15.6
汽车类	4017	11.8	34531	-2.8
建筑及装潢材料类	188	7.1	1526	-4.8

## 二、主要消费行业情况及展望

### （一）衣

#### 1. 服装行业：双 11 助推线上较快增长

随着国内疫情好转，居民对服装类消费需求有所复苏，同时双 11 助推线上销售持续增长。11 月服装鞋帽、针纺织品类同比增长 4.6%。

展望本月，服装类商品消费有望继续增长。原因一是据有关部门预测，今年冬季我国大范围地区将受到频繁冷空气影响，低温天气利好服装行业。二是圣诞、新年双节将至也将刺激服装类商品消费。

#### 2. 化妆品行业：大幅增长

受益于疫情期间直播带货模式加速线上渠道发展，化妆品延续高景气。11月化妆品销售继续大幅增长 32.3%，1-11 月累计同比上升 9.5%，在 15 个细分行业中排名第二。

展望本月，岁末年初线下销售将迎来一波高峰，叠加线上带货模式常态化，预计化妆品消费将持续增长。

### 3. 黄金珠宝行业：快速反弹

黄金珠宝以线下实体门店消费为主，疫情期间对线下实体店冲击较大，随着全国疫情大范围解除，黄金珠宝需求反弹较快，11 月销售同增 26.7%，较上月加快 8.1 个百分点。

展望本月，随着消费信心边际改善，线下实体门店的全面复市，预计黄金珠宝市场消费仍将呈现积极向好态势。

## （二）食

### 1. 粮油、食品行业：保持稳定增长

粮油、食品类作为生活必需品，受疫情冲击有限，销售保持基本稳定。1-11 月零售额累计同比增长 10.1%，11 月环比微降 1.1 个百分点。

展望本月，随着佳节到来，餐饮消费复苏步伐有望加快，有利于粮油、食品类消费延续增长。

### 2. 烟酒、饮料行业：增长前景良好

随着国内疫情基本得到控制，烟酒、饮料类产品消费保持旺盛。1-11 月烟酒类零售额累计同比增长 3.5%，11 月同增 16.5%。1-11 月饮料类零售额累计同比增长 13.7%，11 月同增 25.7%。

展望本月，由于疫情基本可控、年底节庆较多将推动烟酒、饮料消费增加，加之严寒冬季是白酒销售旺季，还有春节备货等因素，烟酒、饮料行业有望实现产销两旺。

## （三）住

### 1. 家具、建筑装潢材料行业：房地产复苏是积极因素

11 月，全国新建商品住宅销售面积同比增长 11.3%，住宅竣工面积同比增长



6.1%，销售与竣工维持双增长。在此带动下，家具、建筑装饰材料行业有所回暖。1-11 月限额以上家具、建筑装饰材料零售额分别累计同比下降 7.9%、4.8%，累计降幅环比延续收窄态势。

展望本月，随着国内经济稳定复苏，以及疫情带来的低基数效应，家具、建筑装饰材料行业有望保持一定景气度。

## 2. 家电行业：“双 11”带动家电线上销售额增长

在“双 11”优惠力度较大的因素加持下，11 月家电行业实现大幅增长，其中彩电、冰箱、洗衣机销售额同比增长 23.6%、46.9%、47.7%。空调销售进入淡季，零售额同比下降 19.9%，但行业均价同比上升 17.1%。

展望本月，“双 12”及圣诞、元旦的到来，线上渠道的热度大概率会持续，线下市场也会有所回温，行业景气度或将延续抬升态势。

### （四）行

## 汽车行业持续增长，新能源乘用车暴增

11 月全国汽车产销分别完成 284.7 万辆和 277.0 万辆，同比分别增长 9.6% 和 12.6%，产销已实现连续 8 个月正增长。其中，11 月新能源汽车产销分别同比增长 75.1% 和 104.9%，主要利好因素是宏观经济和消费市场回暖，叠加 11 月广州车展、双 11 购车优惠活动以及新能源下乡政策发力等。

展望本月，受益于北上政策利好及新能源下乡活动的推进，预计 12 月及明年初汽车消费仍将延续复苏态势，特别是新能源乘用车销量仍有望高速增长。

### （五）用

## 1. 通讯器材行业：增速或将放缓

1-11 月，通信器材类销售累计增长 12%。11 月通信器材类消费延续前期旺盛势头，暴增 43.6%，创下年内新高，增速较上月提升 35.5 个百分点。通讯器材类商品的优异表现主要得益于“双 11”智能手机、平板电脑等产品的线上促销，以及苹果 iPhone 12 系列、华为新机上市等因素。

展望本月，由于智能手机等产品消费属性相对非刚性，因此经历了前期较大规模的更新换代后，预计短期以智能手机为代表的消费电子类需求边际恢复

速度将放慢。

## 2. 日用品：延续增长态势

日用品虽具备刚需属性，但 1-4 月受疫情影响，消费者消耗减少，日用品消费出现下滑。随着疫情得到控制，日用品零售额增速不断加快，11 月日用品零售额同比增长 8.1%。1-11 月累计同比增长 7.4%。

展望本月，临近岁末年初，促销活动的增多，叠加家庭增加刚需储备的意愿上升，日用品销售有望继续走强。

## 三、政策建议

### （一）把握消费行业发展机遇

当前海外疫情连绵不断，全球经济负增长，外需疲弱，服装、家具、电子产品等外向型行业受冲击较大。在此背景下，中央提出构建新发展格局的战略思路，其中扩大内需是重中之重；中央经济工作会议也强调了明年重点工作之一是坚持扩大内需这个战略基点。可以预见，明年国内消费有望迎来全面复苏，行业迎来发展机遇期。

建议：一是把握消费升级趋势，紧密跟踪纺织服装、休闲食品、高端白酒、黄金珠宝、化妆品、小家电等行业头部企业和潜在客户的经营状况，挖掘企业金融需求，以信贷投放、债券承销、风险投资等手段支持企业技术升级、产能扩大。二是随着春节假期临近，建议关注旅游、餐饮等消费机遇，根据多元化的消费需求，开发适合的金融产品，提供优惠利率的消费信贷和周到细致的消费金融服务。

### （二）扎实做好风险防范工作

消费行业还可能面临疫情二次爆发风险，建议我行：一是密切关注海内外疫情发展形势，根据疫情爆发区域和程度，灵活调整餐饮、商超、影院等行业的风险管控措施，防范因行业整体低迷导致我行资产质量劣变的风险。二是就单一客户而言，应尽可能通过各种途径深入了解企业经营状况、实际财务信息，



认真进行风险分析研判，加强风险排查过程管控，把握风险实质，坚决防控风险。