化妆品类增幅收窄，汽车类、金银珠宝类表现亮眼

——2020 年 7 月社会消费品零售数据点评

强于大市（维持）

日期：2020 年 08 月 14 日

行业核心观点：

2020 年 7 月我国社零总额当月同比下降 1.10%，降幅比上月收窄 0.7 个百分点，连续 5 个月持续收窄。细分行业中，除了家用电器和音像器材类、服装鞋帽/针纺织品类、建筑及装潢材料类、家具类、石油及制品类外，其他品类零售均实现同比正增长；建筑及装潢材料类、家用电器和音像器材类由 6 月份的同比正增长转为 7 月份的负增长；汽车类、金银珠宝类同比增速较 6 月分别大幅提升 20.5、14.3 个 pct，且由负转正；化妆品类、家用电器和音像器材类同比增速较 6 月分别大幅下降 11.3、12.0 个 pct。**疫情在我国二次爆发概率很低，经历过 6 月线上促销活动后，可选消费增速有所下降，但市场关注重点从必选消费转至可选消费复苏逻辑不变，近期建议关注家居家具、黄金珠宝、保健品、乳制品、体育服饰等行业的投资机会。**

投资要点：

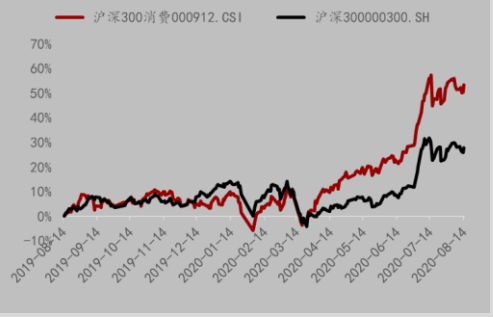
- **7 月社零同比降幅收窄，消费复苏势头良好。**7 月份，社会消费品零售总额 32203 亿元，同比下降 1.10%（扣除价格因素实际下降 2.7%），降幅比上月收窄 0.7 个百分点。7 月国内疫情继续得到有效控制，且跨省游逐步放开，消费得到有效刺激，基本符合市场预期。

- **7 月化妆品增幅收窄，汽车类、金银珠宝类表现亮眼。**汽车类（12.3%）、通讯器材类(11.3 %)、饮料类（10.7%）实现高增长，汽车类（12.3%）、金银珠宝类（7.5%）7 月同比增速较 6 月分别大幅提升 20.5、14.3 个 pct 并且由负转正。石油及制品类（-13.90%）、家具类（-3.9%）、服装鞋帽/针纺织品类(-2.5%)同比仍下降；建筑及装潢材料类(-2.5%)、家用电器和音像器材类（-2.2%）同比由 6 月份的正增长转为 7 月份的负增长；化妆品类（9.2%）、家用电器和音像器材类（-2.2%）由于 “618”等大规模的线上促销导致的高基数,7 月同比增速较 6 月分别大幅下降 11.3、12.0 个 pct。

- **网上零售继续实现正增长，其中吃类和用类商品正增长，穿类仍为负增长。**1—7 月份，全国网上零售额 60785 亿元，同比增长 9.0%，比 1—6 月提高 1.7 个百分点。其中，实物商品网上零售额 51018 亿元，增长 15.7%，占社会消费品零售总额的比重为 25.0%。在实物商品网上零售额中，吃类商品增长 38.2%；用类商品同比增长 18.6%，穿类商品需求量依然下滑，但跌幅收窄，同比下降 0.9%。

- **风险因素：**疫情二次爆发、经济下行、政策风险

沪深 300 消费相对沪深 300 指数表



数据来源：WIND,万联证券研究所

数据截止日期： 2020 年 8 月 14 日

相关研究

万联证券研究所 20200812_7 月化妆品电商数据跟踪_AAA_化妆品成交额同比+37%，润百颜、御泥坊表现优秀

分析师： 陈雯
执业证书编号：S0270519060001
电话：18665372087
邮箱：chenwen@wlzq.com.cn

研究助理： 李滢
电话：15521202580
邮箱：liying1@wlzq.com.cn

研究助理： 王鹏
电话：15919158497
邮箱：wangpeng1@wlzq.com.cn

万联证券

目录

1、化妆品类增幅收窄，汽车类、金银珠宝类表现亮眼 3
2、投资建议 8
3、风险提示 8

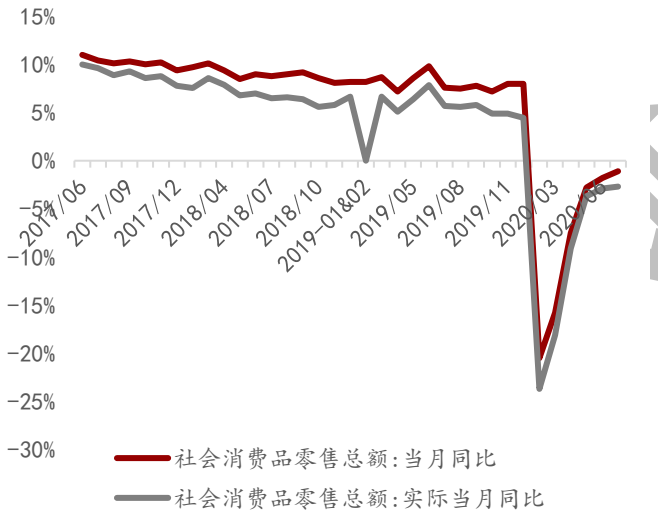
图表 1：社会消费品零售总额 32203 亿元，同比下降 1.10% 3
图表 2：CPI 当月同比上涨 2.7% 3
图表 3：城镇消费品零售额同比下降 1.1%，乡村消费品零售额下降 1.3% 4
图表 4：商品零售同比增长 0.2%，餐饮收入下降 11.0% 4
图表 5：限额以上企业消费品零售额当月同比增加 2.2% 4
图表 6：粮油、食品类零售额同增 6.9%至 1130 亿元 5
图表 7：饮料类零售额同增 10.7%至 189 亿元 5
图表 8：烟酒类零售额同增 5.0%至 283 亿元 5
图表 9：服装鞋帽/针纺织品类零售额同减 2.5%至 889 亿元 5
图表 10：化妆品类零售额同增 9.2%至 230 亿元 5
图表 11：金银珠宝类零售额同增 7.5%至 179 亿元 5
图表 12：日用品类零售额同增 6.9%至 494 亿元 6
图表 13：家电和音像器材类零售额同减 2.2%至 685 亿元 6
图表 14：中西药品类零售额同增 5.3%至 417 亿元 6
图表 15：文化办公用品类零售额同增 0.5%至 264 亿元 6
图表 16：家具类零售额同减 3.9%至 137 亿元 6
图表 17：通讯器材类零售额同增 11.3%至 388 亿元 6
图表 18：石油及制品类零售额同减 13.9%至 1428 亿元 7
图表 19：汽车类零售额同增 12.3%至 3308 亿元 7
图表 20：建筑及装潢材料类零售额同减 2.5%至 151 亿元 7
图表 21：1—7 月份全国网上零售额同比增长 9.0% 7
图表 22：实物商品网上零售额 51018 亿元，增长 15.7% 8
图表 23：吃类和用类商品分别+38.2%/+18.6%，穿类商品-0.9% 8

万联证券

1、化妆品类增幅收窄，汽车类、金银珠宝类表现亮眼

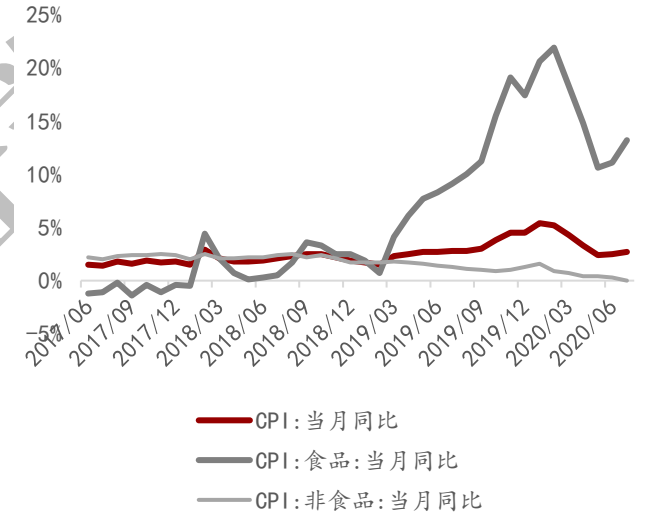
总体情况：2020年7月我国社零总额当月同比下降1.10%，降幅比上月收窄0.7个百分点。2020年7月，社会消费品零售总额32203亿元，同比名义下降1.10%（扣除价格因素实际下降2.7%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，除汽车以外的消费品零售额28894亿元，下降2.4%。1—7月份，社会消费品零售总额204459亿元，同比下降9.9%。其中，除汽车以外的消费品零售额184890亿元，下降9.7%。

图表1：社会消费品零售总额32203亿元，同比下降1.10%



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 2：CPI 当月同比上涨 2.7%



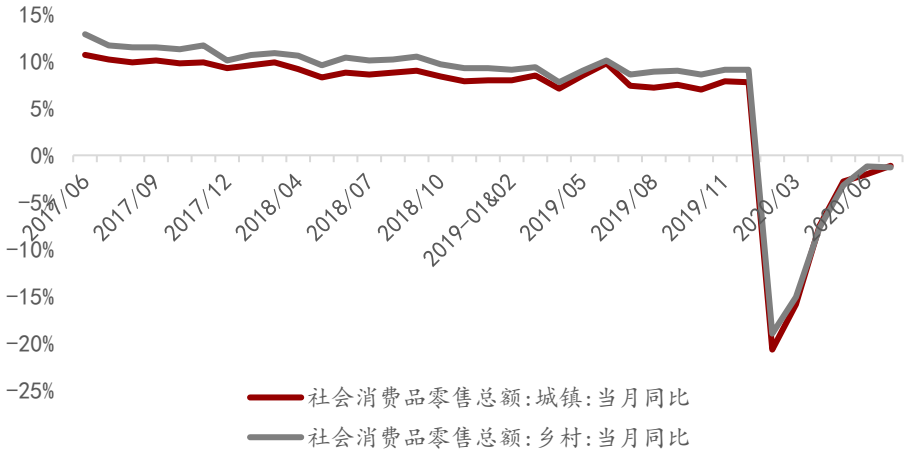
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

- **按地区分类：城镇消费品零售额的下滑速度小于乡村。**7月份，城镇消费品零售额28025亿元，同比下降1.1%，降幅比上月收窄0.9个百分点；乡村消费品零售额4178亿元，下降1.3%，降幅比上月扩大0.1个百分点。1—7月份，城镇消费品零售额177370亿元，同比下降10.0%；乡村消费品零售额27088亿元，下降9.5%。

- **按消费类型分类：化妆品增幅收窄，汽车类、金银珠宝类表现亮眼。**7月份，商品零售28920亿元，同比增长0.2%，相比6月份为同比下降0.2%扭亏为正；餐饮收入3282亿元，下降11.0%，降幅比上月收窄4.2个百分点。按商品零售细分品类来看，汽车类（12.3%）、通讯器材类(11.3 %)、饮料类（10.7%）实现了10%以上的增速，除此之外，化妆品类（9.2%）、金银珠宝类（7.5%）、粮油/食品类（6.9%）、日用品类(6.9%)、中西药品类(5.3%)、烟酒类(5.0%)、文化办公用品类(0.5%)都同比实现了正增长，其中汽车类（12.3%）、金银珠宝类（7.5%）7月同比增速较6月分别大幅提升20.5、14.3个pct并且由负转正，其余品类同比增速均下降。石油及制品类（-13.90%）、家具类（-3.9%）、服装鞋帽/针纺织品类（-2.5%）同比仍下降，其中建筑及装潢材料类（-2.5%）、家用电器和音像器材类（-2.2%）同比由6月份的正增长转为7月份的负增长；化妆品类（9.2%）、家用电器和音像器材类（-2.2%）由于6月“618”等大规模的线上促销导致的高基数，7月同比增速较6月分别大幅下降11.3、12.0个pct。

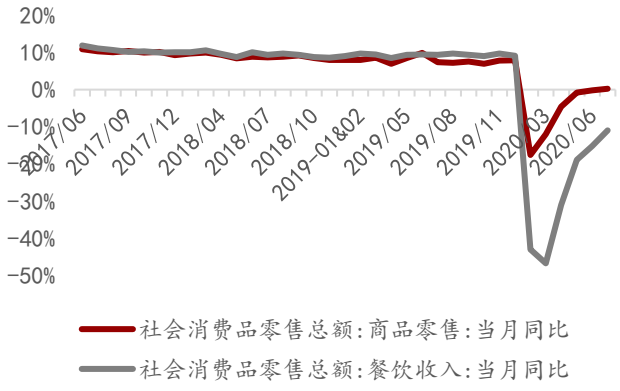
- **网上商品及零售情况：1-7月网上零售继续实现正增长，其中吃类和用类商品正增长，穿类仍为负增长。**1—7月份，全国网上零售额60785亿元，同比增长9.0%，比1—6月提高1.7个百分点。其中，实物商品网上零售额51018亿元，增长15.7%，占社会消费品零售总额的比重为25.0%。在实物商品网上零售额中，吃类商品增长38.2%；用类商品同比增长18.6%，穿类商品需求量依然下滑，但跌幅收窄，同比下降0.9%。

图表3：城镇消费品零售额同比下降1.1%，乡村消费品零售额下降1.3%



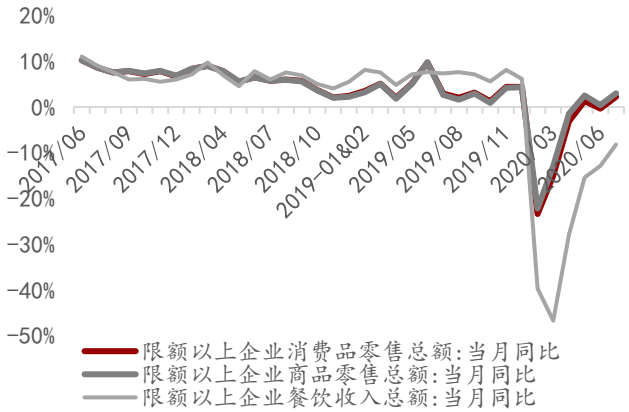
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表4：商品零售同比增长0.2%，餐饮收入下降11.0%



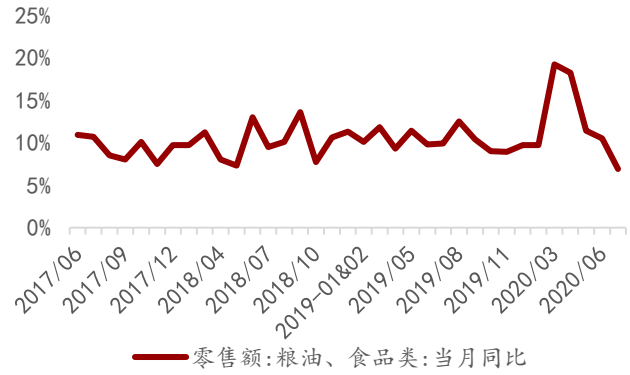
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表5:限额以上企业消费品零售额当月同比增加2.2%



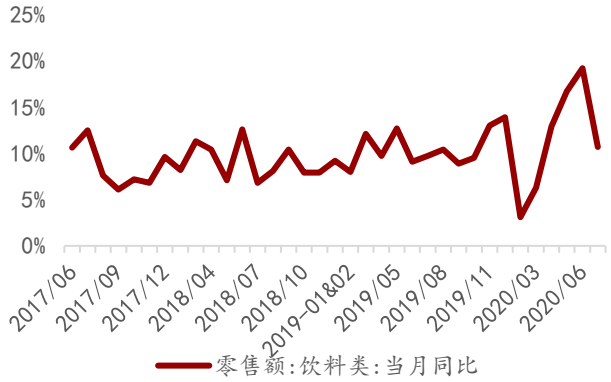
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表6：粮油、食品类零售额同增6.9%至1130亿元



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 7：饮料类零售额同增 10.7%至 189 亿元



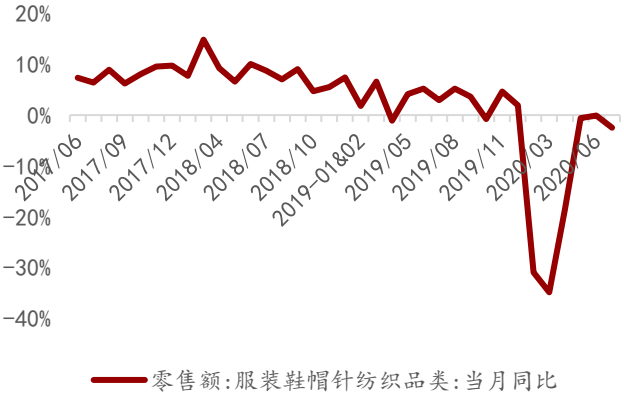
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表8：烟酒类零售额同增5.0%至283亿元



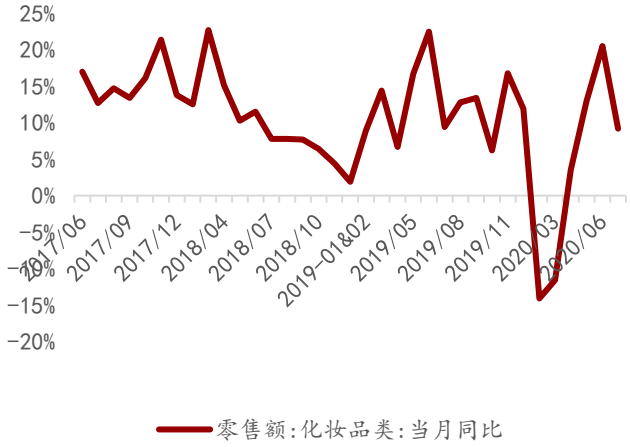
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 9:服装鞋帽/针纺织品类零售额同减 2.5%至 889 亿元



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表10：化妆品类零售额同增9.2%至230亿元



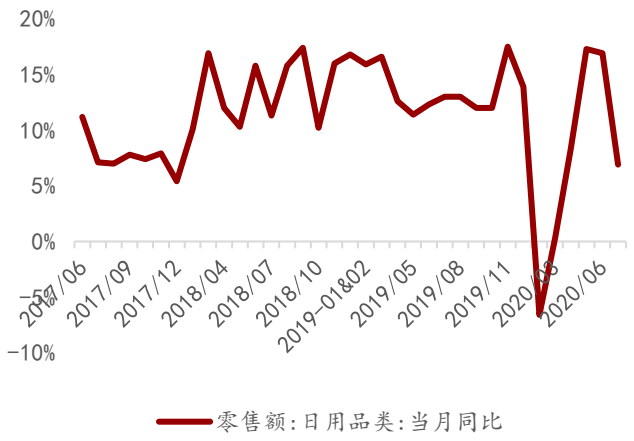
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 11：金银珠宝类零售额同增 7.5%至 179 亿元



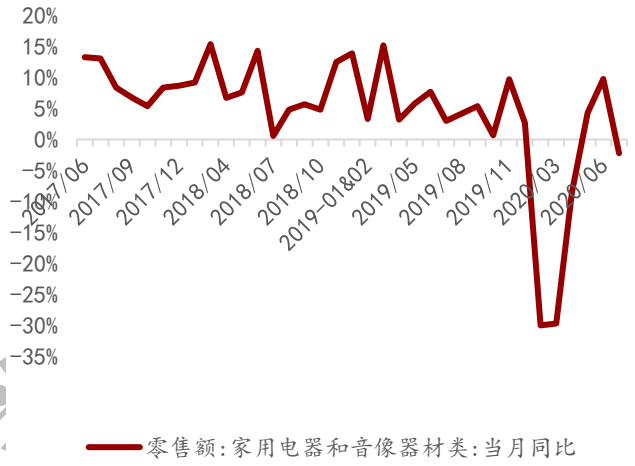
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表12：日用品类零售额同增6.9%至494亿元



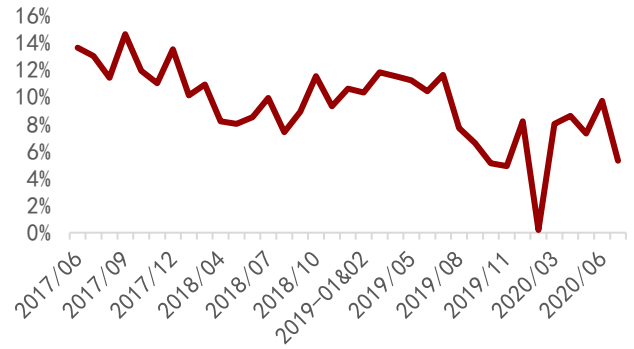
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 13：家电和音像器材类零售额同减 2.2%至 685 亿元



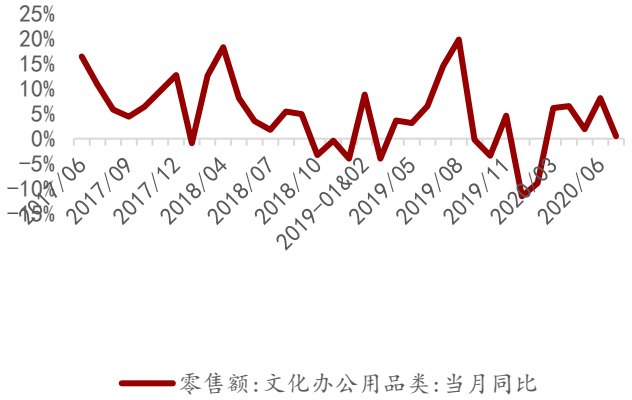
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表14：中西药品类零售额同增5.3%至417亿元



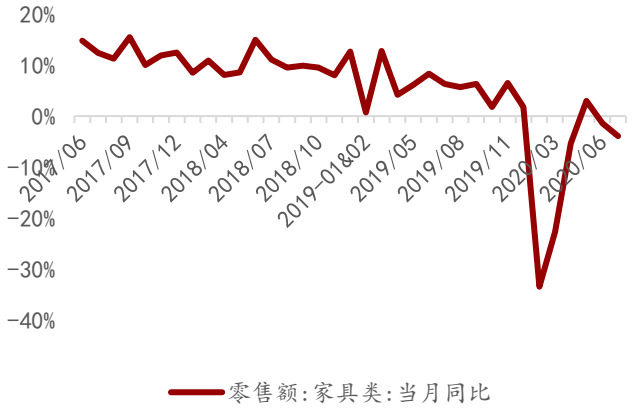
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 15：文化办公用品类零售额同增 0.5%至 264 亿元



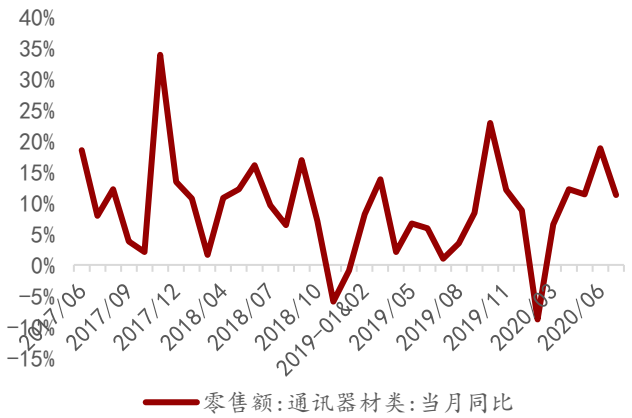
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表16：家具类零售额同减3.9%至137亿元



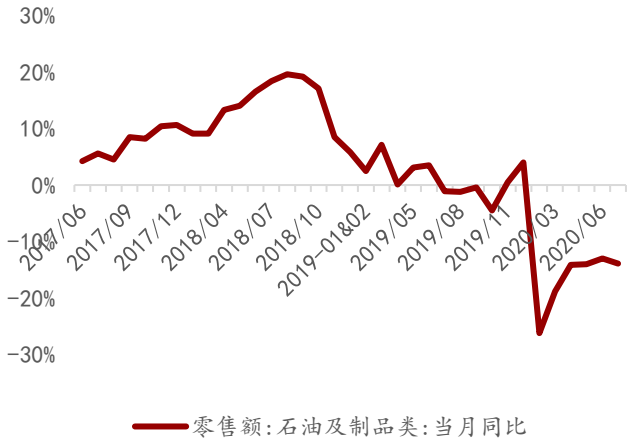
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 17：通讯器材类零售额同增 11.3%至 388 亿元



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表18：石油及制品类零售额同减13.9%至1428亿元



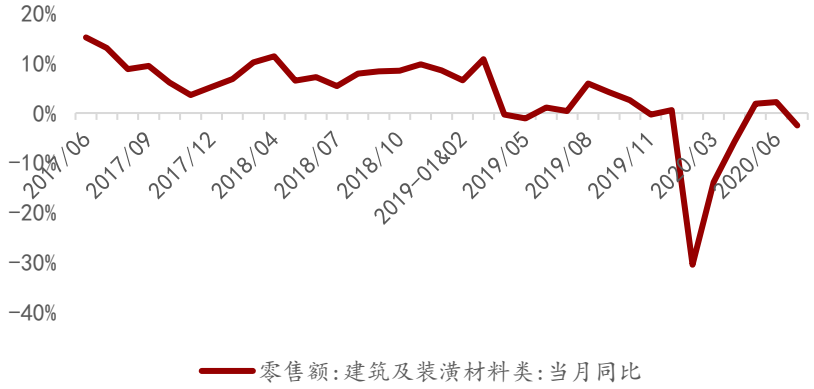
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表 19：汽车类零售额同增 12.3%至 3308 亿元



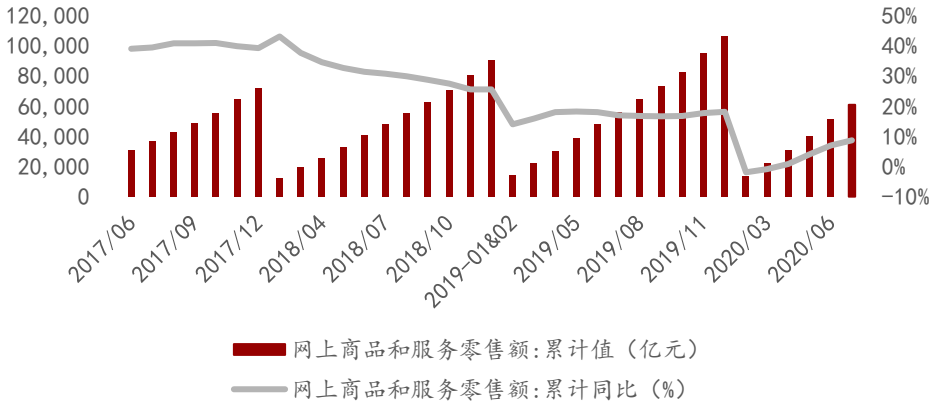
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表20：建筑及装潢材料类零售额同减2.5%至151亿元



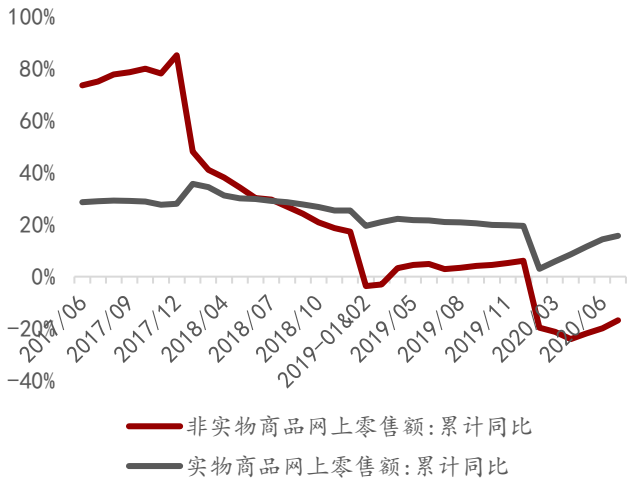
资料来源：国家统计局，万联证券研究所

图表21：1—7月份全国网上零售额同比增长9.0%



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

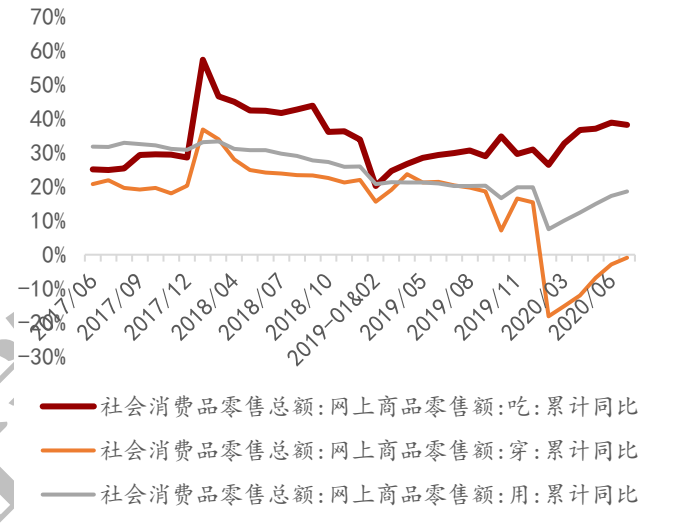
图表22：实物商品网上零售额51018亿元，增长15.7%



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

注：非实物商品网上累计额同比是通过计算而得

图表 23：吃类和用类商品分别+38.2%/+18.6%，穿类商品-0.9%



资料来源：国家统计局，万联证券研究所

2、投资建议

2020年7月我国社零总额当月同比下降1.10%，降幅比上月收窄0.7个百分点，连续5个月持续收窄。细分行业中，除了家用电器和音像器材类、服装鞋帽/针纺织品类、建筑及装潢材料类、家具类、石油及制品类外，其他品类零售均实现同比正增长；建筑及装潢材料类、家用电器和音像器材类由6月份的同比正增长转为7月份的负增长；家具类7月同比降幅较6月降幅扩大；其中汽车类、金银珠宝类7月同比增速较6月分别大幅提升20.5、14.3个pct，且由负转正；化妆品类、家用电器和音像器材类7月同比增速较6月分别大幅下降11.3、12.0个pct。**疫情在我国二次爆发概率很低，经历过6月线上促销活动后，可选消费增速有所下降，但市场关注重点从必选消费转至可选消费复苏逻辑不变，近期建议关注家具家居、黄金珠宝、保健品、乳制品、体育服饰等行业的投资机会。**

3、风险提示

1、**疫情二次爆发风险。**尽管目前国内疫情已经得到了控制，确诊人数与新增人数都在不断下滑，但国外疫情形势依然严峻，部分国家每日新增人数人保持高速增长。随着各行各业，包括餐饮、电影院、跨省旅游的正常开放，学校陆续分批次的复课返校，人员流动加大，尤其是近期北京无症状感染者的小规模爆发，需要时刻警惕国内疫情二次爆发的风险。

2、**经济下行、经营风险。**疫情期间的长时间停工对国内的实体经济造成了巨大的冲击，不少中小企业因此倒闭，企业竞争加剧，一些行业面临新一轮洗牌，对企业的收入、居民的就业与收入带来了不利影响。受国外疫情持续蔓延，国内消费意愿恢复或不及预期，预防需求或将降低消费，客流量下降将使百货等零售子行业受挫。

3、**政策风险。**近期国家出台系列消费刺激政策，各地也陆续出台消费刺激具体措施，由于疫情影响居民收入，可能出现消费刺激政策不及预期风险。注意为防通胀压力，本阶段持续性的货币政策宽松基调或趋收紧。

万联证券

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注册为证券分析师，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。

万联证券

免责条款

本报告仅供万联证券股份有限公司（以下简称“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。

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。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。

本报告为研究员个人依据公开资料和调研信息撰写，本公司不对本报告所涉及的任何法律问题做任何保证。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或征价。研究员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