

## 3月份社零同比增长3.1%，一季度 消费市场平稳增长

作者：刁倩

电话：13488659604

邮箱：diaoqian@xinhua.org

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：[www.cnfin.com](http://www.cnfin.com)

客服热线：400-6123115



国家统计局4月16日发布的数据显示，3月份，社会消费品零售总额39020亿元，同比增长3.1%。其中，除汽车以外的消费品零售额34968亿元，增长3.9%。3月增速同比及环比回落，主要受去年高基数以及假日经济“淡季”效应影响。但整体来看，一季度社零整体同比增长4.7%，仍是经济运行中比较好的领域。

按经营单位所在地分，农村消费活力较强，县乡市场占比稳步提升。从消费类型看，服务零售增长较快，出行文旅相关消费表现突出。从零售业态来看，线上消费保持两位数增长，实体店铺经营平稳。从具体商品分类来看，升级类商品需求持续释放。

总的来看，一季度消费新热点新潮流不断涌现，持续带动消费平稳增长。从未来的情况来看，支持消费的有利条件仍然是在增多。但仍需关注到，消费者的信心虽然连续几个月在回升，但是总的消费者信心指数还在临界值以下。下一步仍需加强经济回升向好基础，增强居民消费能力和信心。

## 目录

一、3月社零同比增速为3.1%，一季度社零同比增长4.7% .....	3
二、市场销售持续恢复，服务消费较快增长 .....	4
三、“假日经济”及服务消费带动增长，消费信心仍有待恢复 .....	6

## 图表目录

图表 1：社会消费品零售总额同比增长速度（%） .....	3
图表 2：各月城镇及乡村消费情况 .....	4
图表 3：各月餐饮及商品零售消费情况 .....	5
图表 4：商品零售各类别消费品同比增速（%） .....	6
图表 5：近年来消费者信心指数走势 .....	7

## 3月份社零同比增长3.1%，一季度消费市场平稳增长

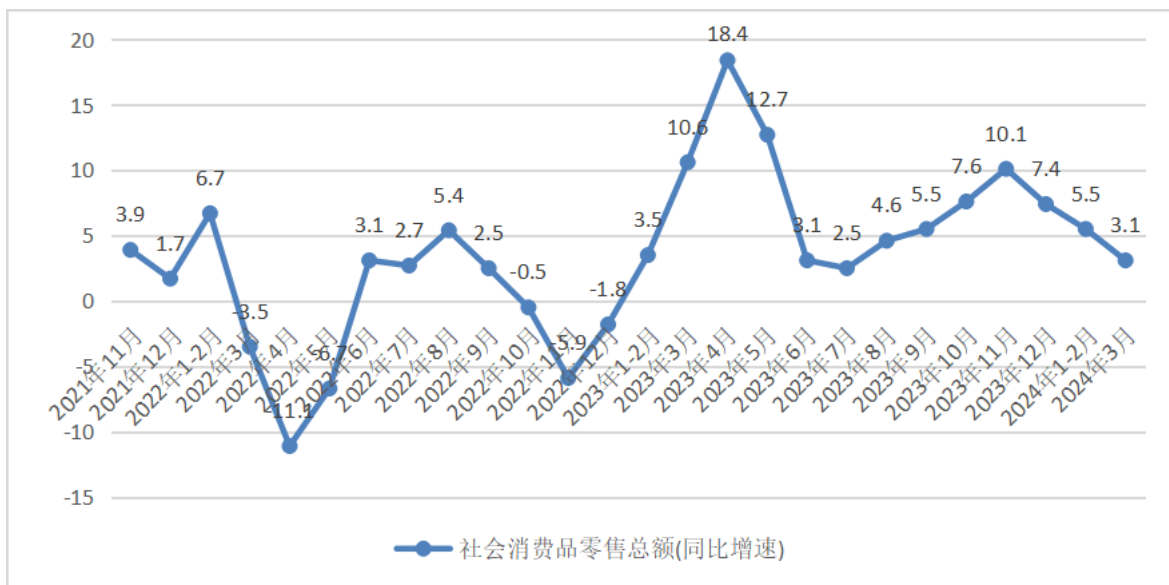
国家统计局4月16日发布的数据显示，3月份，社会消费品零售总额39020亿元，同比增长3.1%。其中，除汽车以外的消费品零售额34968亿元，增长3.9%。3月增速同比及环比回落，主要受去年高基数以及假日经济“淡季”效应影响。但整体来看，一季度社零整体同比增长4.7%，仍是经济运行中比较好的领域。

总的来看，一季度消费新热点新潮流不断涌现，持续带动消费平稳增长。从未来的情况来看，支持消费的有利条件仍然是在增多。但仍需关注到，消费者的信心虽然连续几个月在回升，但是总的消费者信心指数还在临界值以下。下一步仍需加强经济回升向好基础，增强居民消费能力和信心。

### 一、3月社零同比增速为3.1%，一季度社零同比增长4.7%

3月份，社会消费品零售总额39020亿元，同比增长3.1%。其中，除汽车以外的消费品零售额34968亿元，增长3.9%。

图表 1：社会消费品零售总额同比增长速度（%）



来源：统计局，新华财经

3月社零同比增长3.1%，与2023年3月社零同比增速10.6%相比有所回落，下降了7.5个百分点，与今年1、2月比亦有所回落，其原因是受去年高基数以及假日经济“淡季”效应影响。去年是疫情防控转段的第一年，消费出现了报复性的恢复，数据比较高。同时，今年1-2月消费主要集中在出行、假期等特殊时点消费，因此节后3月消费的“淡季效应”明显，社零同比回落至3.1%。

汽车消费方面，数据显示，今年3月乘用车市场零售168.7万辆，同比增长6.0%，环比增长52.8%；

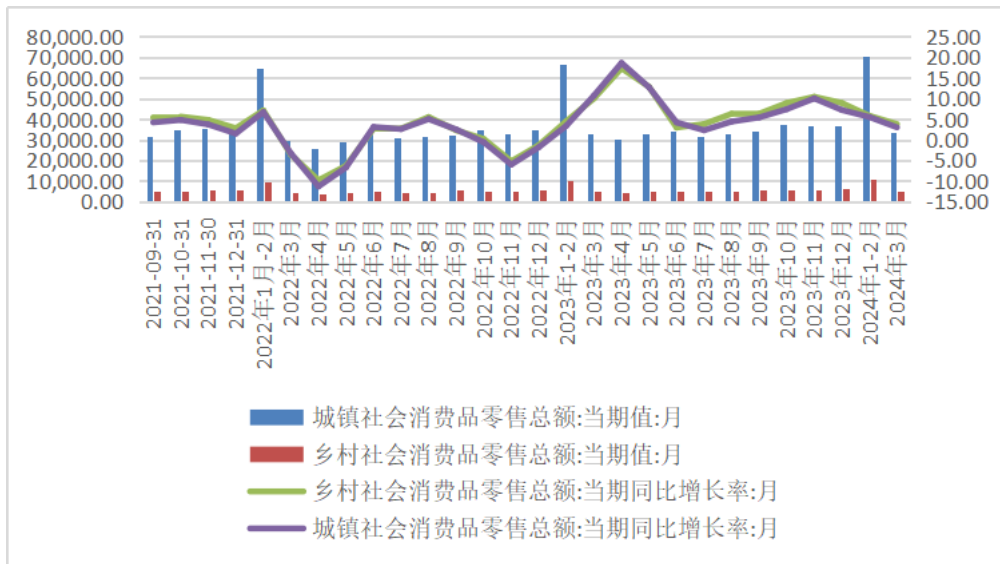
1至3月，累计零售482.9万辆，同比增长13.1%。但3月汽车零售额同比下降3.7%，增速较1-2月大幅下滑12.4个百分点，对当月社零整体增速下拉效应明显。零售量和零售金额之间的差异，主要与车企降价促销等因素有关，汽车销售“内卷”依然明显。

综合来看，一季度社零整体同比增长4.7%，仍是经济运行中比较好的领域。消费的稳定增长也是支撑经济增长的重要来源。在一季度GDP增长中，内需的贡献率是85.5%，其中消费的贡献率是73.7%，可以看出，一季度消费对经济增长确实发挥了重要的支撑作用。

## 二、市场销售持续恢复，服务消费较快增长

**农村消费活力较强，县乡市场占比稳步提升。**最新数据显示，一季度农村居民收入增长快于城镇居民。在农村居民收入较快增长、县域商业体系建设不断完善等因素带动下，县乡市场销售持续稳定增长。3月份，城镇消费品零售额33843亿元，同比增长3.0%；乡村消费品零售额5177亿元，增长3.8%。1-3月份，城镇消费品零售额104280亿元，增长4.6%；乡村消费品零售额16047亿元，增长5.2%。一季度，包含镇区和乡村地区的县乡消费品零售额同比增长5.3%，占社会消费品零售总额的比重为40.1%，占比较上年同期提高0.2个百分点。

图表 2：各月城镇及乡村消费情况



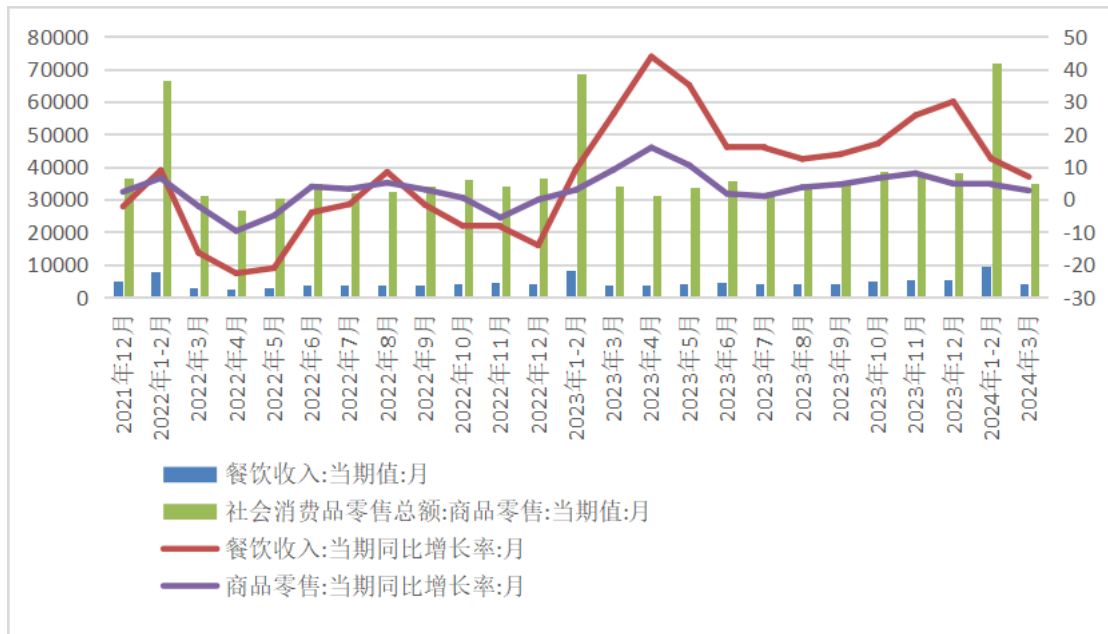
来源：统计局，新华财经

**服务零售增长较快，出行文旅相关消费表现突出。**在系列促消费政策持续发力、春节假期延长等因素带动下，服务消费供给逐步优化，服务消费需求不断释放，服务零售保持较快增长。一季度，服务零售额同比增长10.0%，高于同期商品零售额增速6.0个百分点。

居民出行意愿较强，文旅市场供需旺盛，餐饮、交通、文娱等服务消费快速增长。一季度，餐

饮收入同比增长10.8%；交通出行类、文体休闲类服务零售额增长较快。从部门数据看，全国营业性演出（不含娱乐场所演出）场次同比增长72.71%，票房收入同比增长116.87%。

图表 3：各月餐饮及商品零售消费情况



来源：统计局，新华财经

**线上消费保持两位数增长，实体店铺经营平稳。**1-3月份，全国网上零售额33082亿元，同比增长12.4%。其中，实物商品网上零售额28053亿元，增长11.6%，增速比上年全年加快3.2个百分点。占社会消费品零售总额的比重为23.3%，拉动超过2个百分点；其中，吃类、穿类和用类分别增长21.1%、12.1%和9.7%。直播带货、即时零售等电商新模式快速发展，对线上消费增长的拉动作用明显。从与网购密切相关的邮政快递业发展情况看，一季度全国邮政快递业务量同比增速预计超过20%。

线下实体零售店不断推动数字技术与消费场景融合、提升购物体验，带动商品零售稳定增长。一季度，限额以上零售业实体店商品零售额同比增长3.3%；其中，便利店、专业店商品零售额分别增长5.2%和6.3%。

**从具体商品分类来看，升级类商品需求持续释放。**一季度，商品零售额同比增长4%。从商品类值看，限额以上单位中九成以上商品类值零售额实现增长，其中基本生活类商品零售总体增势良好，烟酒类、粮油食品类、饮料类商品零售额分别增长12.5%、9.6%和6.5%。

随着市场供给不断优化、消费热点拓展延伸，部分升级类商品消费需求较快释放。一季度，限额以上单位体育娱乐用品类、通讯器材类零售额同比分别增长14.2%、13.2%。与居住相关的商品零

零售额增速加快或由负转正，家用电器和音像器材类、家具类零售额分别增长5.8%、3%，增速比上年全年加快5.3、0.2个百分点；建筑及装潢材料类零售额增长2.4%，上年全年为下降7.8%。

图表 4：商品零售各类别消费品同比增速（%）

商品零售类别同比增速	2024年3月同比增速	2024年1-3月同比增速
粮油、食品类	11	9.6
饮料类	5.8	6.5
烟酒类	9.4	12.5
服装、鞋帽、针纺织品类	3.8	2.5
化妆品类	2.2	3.4
金银珠宝类	3.2	4.5
日用品类	3.5	0.7
体育、娱乐用品类	19.3	14.2
家用电器和音像器材类	5.8	5.8
中西药品类	5.9	3.3
文化办公用品类	-6.6	-8
家具类	0.2	3
通讯器材类	7.2	13.2
石油及制品类	3.5	4.5
汽车类	-3.7	3.8
建筑及装潢材料类	2.8	2.4

来源：统计局，新华财经研报中心

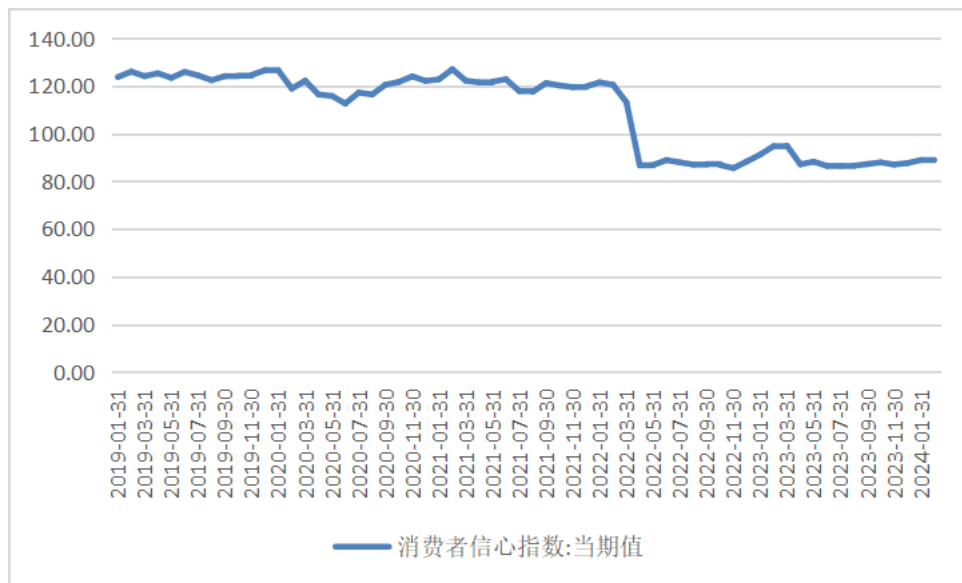
### 三、“假日经济”及服务消费带动增长，消费信心仍有待恢复

一季度消费新热点新潮流不断涌现，持续带动消费平稳增长。国家统计局副局长盛来运在国新办新闻发布会上表示，一季度消费对经济增长发挥了重要支撑作用，消费亮点新热点不断涌现。一是实物消费总体是比较稳定的。一季度社零总额突破了12万亿，这是一季度中间比较高的一个水平。二是服务消费较快增长。一季度服务零售额增长10%，比商品零售高6个百分点。三是线上消费持续强劲。线上实物商品零售额增长11.6%，在一些新技术的推动下，线上的销售新模式不断创新。四是居民升级类消费持续向好。从零售数据看，体育娱乐用品的销售增长14.2%，通信器材的销售增长13.2%，消费升级的趋势是呈现一个向好的趋势。五是假日消费持续火爆。春节、清明节无论是出行人数、旅游收入，都已经超过2019年的水平，同比增速都是两位数，假日消费也有力支撑了服务业和经济的恢复。同时，绿色消费也在深入人心。新能源汽车、以旧换新等消费领域也保持活力，呈现新发展趋势。

盛来运表示，从未来的情况来看，支持消费的有利条件仍然是在增多。比如政策上的支持，包

括消费品以旧换新的政策，会产生一些深远的影响。另外，各个地方都在打造消费品牌，改善消费条件，营造有利于居民消费的环境，经济也在持续回暖向好，居民收入在增加、就业在改善，有利于增强消费的能力，消费者信心也在不断回升。总的来讲，综合这些有利条件，我们未来的消费市场还是持续向好，尤其我国人口众多，消费具有规模优势，庞大的市场消费潜力也是中国经济持续稳定向好的压舱石。

图表 5：近年来消费者信心指数走势



来源：统计局，新华财经

下一步仍需加强经济回升向好基础，增强居民消费能力和信心。盛运来表示，消费最终还是要靠收入作支撑的，现在收入的增长虽然也是在回升，但是这几年受疫情冲击的影响，收入水平还需要继续提高，消费者的信心虽然连续几个月是在回升，但是总的消费者信心指数还在临界值以下。

国家发展改革委政策研究室主任金贤东4月17日在国新办新闻发布会上表示，推动消费从疫后恢复转向持续扩大，主要抓三方面工作：一是稳就业促增收，切实提高居民消费能力。二是扩需求优供给，持续打造消费新增长点。三是重权益守底线，着力营造放心消费环境。

## 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。