

Dział Analiz Makroekonomicznych

Agata Filipowicz-Rybicka

Główny Ekonomista
Dyrektor Działu Analiz
Makroekonomicznych
agata.filipowicz-
rybicka@alior.pl

Paweł Bojar

Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
pawel.bojar@alior.pl

Marta Skrzypczyńska

Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
marta.skrzypczynska@alior.pl

Jakub Szczepaniec

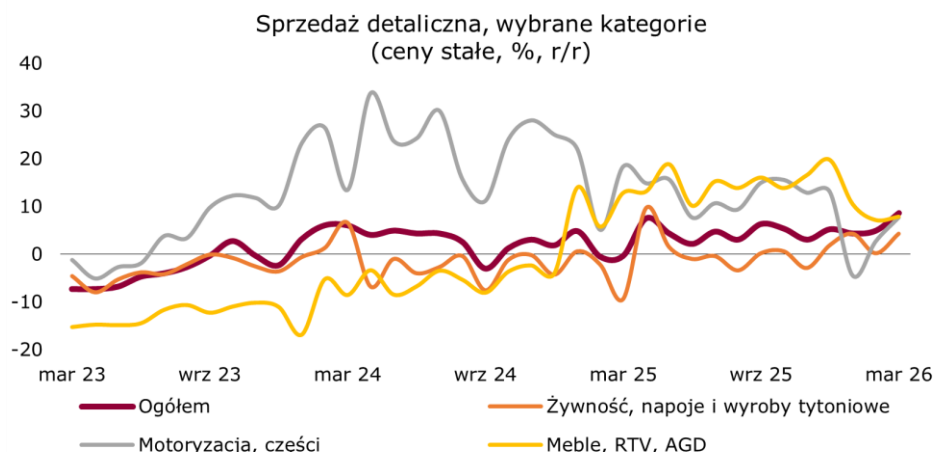
Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
jakub.szczepaniec@alior.pl

Alior Bank S. A.

ul. Chmielna 69
02-232 Warszawa

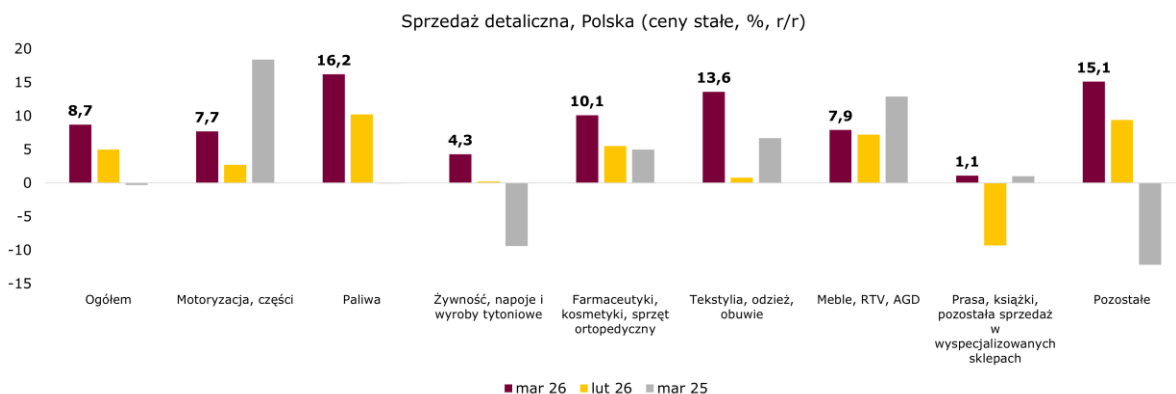
Wiosenne przyspieszenie w handlu detalicznym

Sprzedaż detaliczna w marcu wzrosła o 8,7% r/r, wyraźnie przyspieszając względem lutego (5,0% r/r) i pokazując, że konsumpcja prywatna pozostaje jednym z głównych motorów krajowej gospodarki. Po wyrównaniu sezonowym sprzedaż była wyższa o 7,0% r/r oraz wzrosła o 3,3% m/m, co sugeruje, że marcowe dane nie są wyłącznie efektem kalendarza. Na korzystny wynik wpłynęła jednak zapewne również wcześniejsza data Świąt Wielkanocnych oraz większa liczba dni handlowych, w tym niedziela handlowa. Po słabszym lutym konsumenci wrócili więc do sklepów z większą intensywnością, a początek wiosny potwierdził utrzymującą się dobrą kondycję popytu krajowego.



Źródło: GUS, opracowanie własne

Biorąc pod uwagę poszczególne kategorie sprzedaży detalicznej w cenach stałych, wzrosty odnotowano we wszystkich głównych grupach. Najmocniej wyróżniała się sprzedaż paliw (+16,2% r/r), co można wiązać z zakupami przed świętami, ale w głównej mierze zapewne przezornościami wobec obaw o skutki konfliktu na Bliskim Wschodzie. Bardzo solidnie rosła także sprzedaż w kategorii „pozostałe” (+15,1% r/r), tekstyliów, odzieży i obuwia (+13,6% r/r), a także farmaceutyków i kosmetyków (+10,1% r/r). Pozytywnie wygląda również segment dóbr trwałych - meble, RTV i AGD zwiększyły sprzedaż o 7,9% r/r. Na tym tle umiarkowany, ale stabilny wzrost zanotowała sprzedaż żywności (+4,3% r/r), natomiast motoryzacja odbiła po wcześniejszym osłabieniu, rosnąc o 7,7% r/r.



Źródło: GUS, opracowanie własne

W marcu sprzedaż detaliczna przez Internet w cenach bieżących wzrosła o 17,3% r/r, a jej udział w całej sprzedaży zwiększył się z 9,0% przed rokiem do 9,6% obecnie. Oznacza to wyraźne odbicie kanału online po słabszych odczytach z początku roku (średniomiesięcznie 9,8% r/r w okresie styczeń-luty). Największy udział e-commerce tradycyjnie widoczny był w kategoriach meble, RTV i AGD (21,6%), prasa i książki (21,3%) oraz tekstylia, odzież i obuwie (27,6%). Jednocześnie udział sprzedaży internetowej pozostaje poniżej 10%, co pokazuje, że mimo dynamicznego wzrostu handlu online konsumenci nadal chętnie odwiedzają sklepy stacjonarne.

Raport Specjalny

czwartek, 23 kwietnia 2026



Powyższy materiał (dalej Materiał) został przygotowany przez Dział Analiz Makroekonomicznych Alior Bank SA. Właścicielem Materiału jest Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie. Powielanie bądź publikowanie Materiału lub jego części bez pisemnej zgody Alior Bank S.A. jest zabronione.

Materiał ma charakter informacyjny, w szczególności nie stanowi: rekomendacji inwestycyjnej w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE, rekomendacji udzielonej w związku ze świadczeniem usługi doradztwa inwestycyjnego (usługa doradztwa inwestycyjnego jest świadczona na podstawie odrębnej umowy o doradztwo inwestycyjne), porady inwestycyjnej o charakterze ogólnym, badania inwestycyjnego, jak również nie może być traktowany jako usługa doradztwa podatkowego bądź prawnego.

Alior Bank S.A. podjął starania, aby Materiał został sporządzony w sposób rzetelny, z zachowaniem zasad metodologicznej poprawności oraz z należytą starannością.

Materiał wyraża wiedzę oraz poglądy autorów według stanu na dzień sporządzenia. Alior Bank S.A. nie zobowiązuje się do aktualizacji Materiału po dniu publikacji. Materiał został sporządzony na podstawie ogólnodostępnych informacji, uznanych przez Dział Analiz Makroekonomicznych za wiarygodne, przy czym Alior Bank S.A. ani sporządzający Materiał pracownicy nie ponoszą odpowiedzialności za rzetelność oraz prawdziwość materiałów źródłowych sporządzonych przez podmioty trzecie, a wykorzystanych do opracowania Materiału.

Materiał może zawierać prognozy co do zdarzeń przyszłych, które są niepewne oraz są obciążone ryzykiem błędu.

Podjęwając decyzje inwestycyjne Klient powinien kierować się własną, niezależną oceną. Klient ponosi pełną odpowiedzialność za skutki swoich decyzji inwestycyjnych.

Źródłem danych są m.in. GUS, NBP, PAP, Refinitiv, Bloomberg, GPW, prasa finansowa i internetowe serwisy finansowo-ekonomiczne.