

## 2019 年广东消费品市场运行情况分析

**内容摘要：**本文分析了 2019 年广东社会消费品零售总额的主要特点，存在的主要问题和影响消费的因素，并对消费市场高质量平稳发展提出建议。

**关键词：**2019 年 广东 社会消费品零售总额

2019年，广东积极推进促进消费体制机制举措落实，合理调整消费结构，大力发展新业态新商业模式零售业和餐饮业，广东社会消费品零售总额保持平稳增长。2019年，广东实现社会消费品零售总额42664.46亿元，比上年增长8.0%，增幅比前三季度提高0.2个百分点，比上年同期回落0.8个百分点。

## 一、广东消费品市场基本运行情况

(一) 社会消费品零售总额增速保持平稳增长。从发展趋势看，广东社会消费品零售总增速逐季提高，呈明显的前低后高的发展趋势。从第四季度当季情况看，广东社会消费品零售总额增长趋势明显好于全国和主要省市，增速高于全国0.7个百分点，也比江苏、上海、山东分别高4.0个、4.1个和2.8个百分点，仅比浙江低0.3个百分点。2019年全年，广东社会消费品零售总额增长8.0%，增速和全国平均水平持平，分别高于上海、江苏和山东1.5个、1.8个和1.6个百分点；在全国31个省、市、自治区中排第13位。（见表1）

表1 全国主要省市社会消费品零售总额同比增速

单位：%

地区	2019年	2019年四季度
全国	8.0	8.0
上海	6.5	4.6
江苏	6.2	4.7
浙江	8.7	9.0
山东	6.4	5.9
广东	8.0	8.7

(二) 乡村消费异军突起，乡村增速快于城镇。虽然乡村消

费规模小，但增速明显高于城镇。随着电子支付的普及，新业态新商业模式的发展，乡村交通、通信等基础设施的极大改善，消费产业链延伸至乡村消费市场，广大的乡村将受益明显，引领广东消费再上新台阶。2019年，按经营单位所在地分，广东城镇消费品零售额同比增长7.8%，乡村消费品零售额增长9.8%，乡村增幅比城镇增幅快2.0个百分点，乡村占比由2018年的12.6%提高到2019年的12.8%，提高0.2个百分点。

（三）汽车及石油类商品消费下降，消费升级类商品较快增长。2019年，汽车、石油及其制品类商品零售下降，对整体消费增长影响较大。日用品类及部分消费升级商品保持较快增长，但穿着及家装类消费增长仍然乏力。

汽车及石油类降幅扩大。2019年，汽车类、石油及制品类共完成零售总额6746.38亿元，占限额以上单位商品零售的49.5%，由于汽车类和石油及制品类比上年分别下降2.1%和5.9%，降幅均比前三季度扩大0.2个百分点，比上年分别扩大1.1个和19.3个百分点，若扣除汽车类和石油及制品类，广东限额以上单位商品零售额增长3.4%，高于全年实际增长3个百分点。

日用品及部分消费升级类商品较快增长。2019年，日用品类、中西药品类、文化办公用品类、通讯器材类共完成零售总额2206.68亿元，比上年增长11.2%。四季度，大型电商企业在国庆、“双十一”、“双十二”和元旦文化类商品优惠促销带动下，

日用品类、文化办公用品类和体育娱乐用品类商品零售增速提高。2019年，广东限额以上日用品类、文化办公用品类、体育娱乐用品类商品零售分别增长10.0%、12.7%、10.8%，增幅比前三季度分别提高2.5个、1.1个、5.4个百分点。在网络药品零售等新业态快速发展拉动下，中西药品类商品零售继续保持快速增长。2019年，广东限额以上单位中西药品类商品零售额增长18.3%，拉动限额以上单位商品零售增长0.5个百分点。通讯器材类商品零售额较快增长。2019年，广东限额以上单位通讯器材类商品零售额增长10.7%，增幅比前三季度回落1.7个百分点，拉动限额以上单位商品零售增长0.5个百分点。（见表2）

**表2 2019年部分商品类值零售完成情况**

分类	商品零售额（亿元）			
	2018年	增速（%）	2019年	增速（%）
日用品类	584.25	14.7	669.20	10.0
中西药品类	360.88	13.7	469.89	18.3
文化办公用品类	338.84	10.9	388.22	12.7
通讯器材类	582.20	14.7	679.37	10.7

穿着及家装类商品增长乏力。2019年，服装鞋帽及纺织品类、书报杂志类、家用电器和音响器材类、建筑及装潢材料类、五金电料类共完成零售总额2086.83亿元，比上年下降2.6%。在四季度电商企业大力促销影响下，家用电器音像器材类和服装鞋帽针纺织品类商品零售增速有所回升。2019年，广东限额以上单位家用电器类音像器材类商品零售额下降2.7%，服装鞋帽

针纺织品类商品零售额增长 0.4%，均比前三季度提高 0.5 个百分点，这两类商品拉低限额以上单位商品零售增速 0.1 个百分点，拉动作用比前三季度增强 0.1 个百分点。（见表 3）

**表 3 2019 年部分商品类值零售完成情况**

分类	商品零售额（亿元）			
	2018 年	增速（%）	2019 年	增速（%）
服装鞋帽及纺织品类	1072.91	1.9	1040.00	0.4
书报杂志类	44.84	-0.5	52.00	0.8
家用电器和音响器材类	816.60	1.6	865.60	-2.7
建筑及装潢材料类	80.19	-1.2	76.00	-17.8
五金电料类	99.27	-13.0	53.23	-27.3

（四）餐饮收入特别是小微企业（个体户）较好。2019 年，广东实现餐饮收入 4307.23 亿元，比上年增长 11.0%，餐饮收入占社会消费品零售总额的比重由上年的 9.7% 提升至 10.1%。其中，限额以上单位餐饮收入 1147.18 亿元，增长 4.9%。2019 年，餐饮收入特别是小微和个体餐饮经营者发展迅速，增速较高，全年限额以下单位餐饮收入增长 13.4%。

（五）消费主要集中在珠三角核心区。广东经济发达吸引人流集聚，消费群体日益扩大，与此同时，珠三角强消费地区辐射粤东西北地区，推动沿海经济带的汕头、湛江和茂名社会消费品零售总额较快增长。2019 年，广东完成社会消费品零售总额 42664.46 亿元，珠三角核心区、沿海经济带和北部生态发展区总量占比分别为 71.5%、20.4% 和 8.1%。社会消费品零售总额最大的 3 个地市分别是广州（9975.59 亿元）、深圳（6582.85 亿

元)和佛山(3516.33亿元);增速前三的地市分别是东莞(9.4%)、湛江(8.4%)、惠州(8.2%)、茂名(8.2%)和潮州(8.2%)。(见图1)

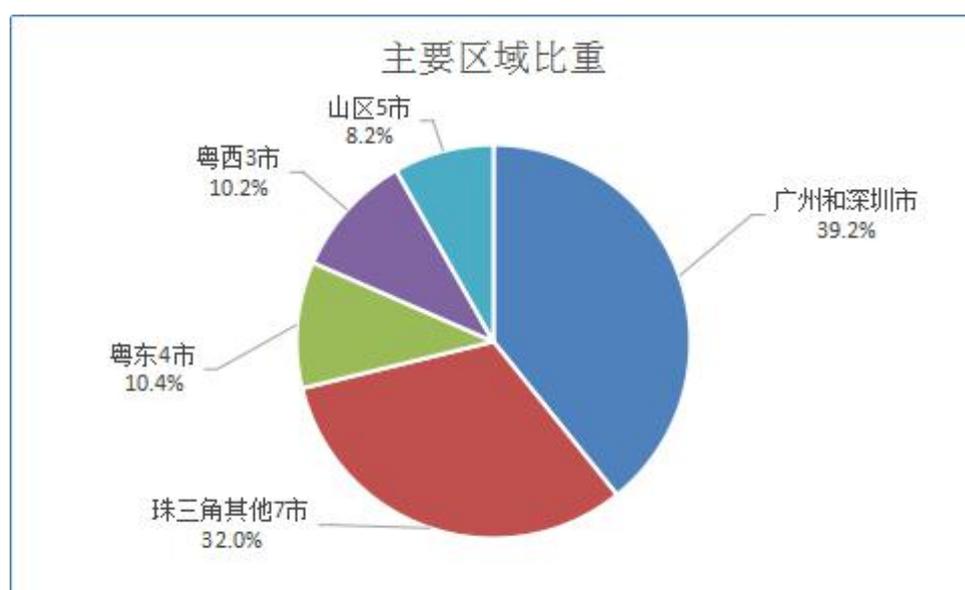


图1 2019年社会消费品零售总额区域占比

## 二、现阶段需要关注的问题

(一)新的消费增长点亟需培育。受产能持续扩大和限购、限行等措施的影响,广东汽车消费出现饱和态势。2019年,广东汽车类商品消费比上年下降2.1%;石油及制品业零售总额2018年虽然增长13.4%,但2019年以来明显下降且存在继续下行趋势,由一季度同比下降1.9%到全年下降5.9%;传统的鞋帽、音像、五金、建材等商品零售也不景气,2019年全部下降,影响广东社会消费品零售总额的持续增长。(见图2)

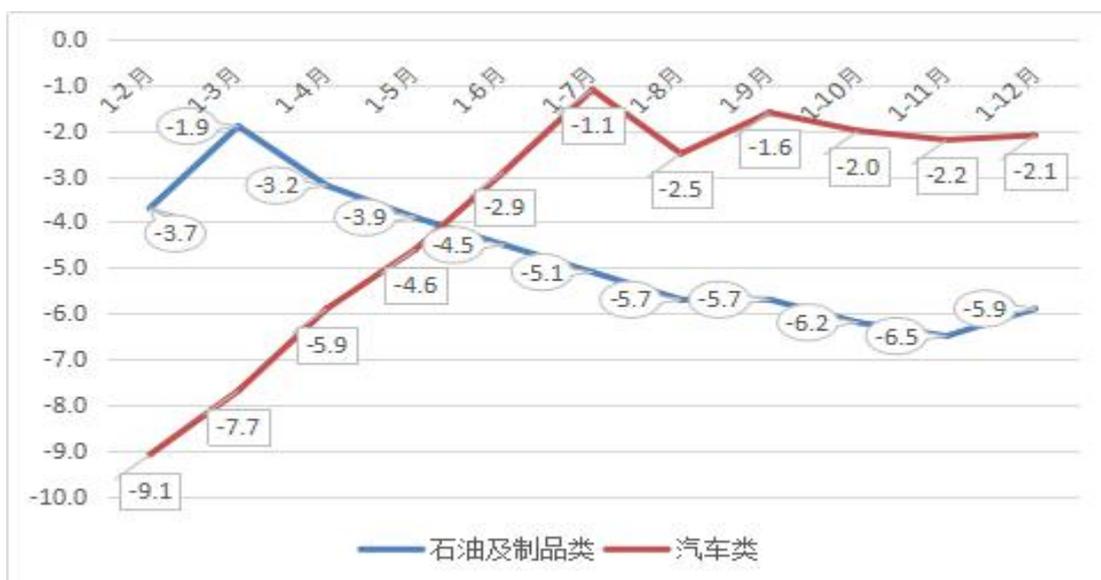


图 2 2019 年以来石油和汽车零售增长情况 (%)

(二) 关注区域协调发展，培育乡村消费新导向。利用资源优势，加大扶持力度发展粤东西北地区消费。粤东西北共 12 个地市拥有广东广阔的地域和庞大的人口数量。截止 2018 年，粤东西北占全省人口比重户籍为 61.9%、常住人口比重为 44.5%，土地面积占全省的 69.5%。但 2019 年，粤东西北完成的社会消费品零售总额仅占全省的 28.5%，粤东西北地区的消费潜力有待进一步挖掘。

### 三、消费发展趋势及政策建议

现阶段消费作为拉动经济增长最有力的“三驾马车”之一，未来走势既有机遇又有挑战，广东必须做到扬长避短、多措并举，保持消费稳定增长，为广东经济高质量发展做出贡献。

#### (一) 消费未来发展趋势。

1. 有利因素。2018 年 9 月，国务院《关于促进消费体制机

制，进一步激发居民消费潜力的若干意见》中，特别要求优化休假安排，鼓励弹性作息，为休闲度假创造有利条件。意见实施以来，对激发广东居民消费潜力起关键性指导作用。2019年5月，《广东省完善促进消费体制机制实施方案》出台并得以贯彻落实，对广东供给侧结构性改革取得成果，推动消费平稳增长起明显的促进作用。中国经济由稳定增长向高质量发展转变，投资对经济的拉动作用将有所减弱，消费的主导作用、支撑作用将日趋显著。随着粤东西北和广大乡村消费环境的改善、消费人群的集聚并形成合力以及珠三角地区消费溢出的影响，消费热点、亮点频出将带动消费逐步走向繁荣稳定。

2. 不利因素。中美贸易摩擦的影响。随着中国经济的崛起，打压中国、制造各种摩擦给我国经济发展添堵成为常态，必须做足准备应对长期存在的贸易战。汽车仍处于销库存阶段。新能源汽车消费在逐步普及过程中，普通汽车消费处在供大于求的现状，国内汽车厂商也处在研发核心技术、升级换代过程中。石油价格受国际局势动荡、主要输出国限制产量等因素的影响波动较大。中国是石油消费最大国，如何减少油价波动影响、如何发展石油替代品成为当务之急。武汉新型冠状病毒疫情的影响。购物中心、传统商场、餐饮住宿受疫情的影响最大，加上春节本是传统消费旺季，但影响较大的时间预计主要在一季度，随着疫情得到有效控制和市场消费信心的增强，后期消费有望得到较快恢复。

综上所述，预计2020年，社会消费品零售总额增速呈前低后稳态势。

## （二）几点建议。

一是发挥社会消费品对国民经济发展的基础性作用，切实发展社会必需品消费，释放内需潜力，形成国内强大的需求市场，为经济平稳运行提供有力支撑。

二是积极促进社会消费品升级换代，出台促消费的政策措施，鼓励放宽民间资本大力发展养老、教育、医疗等消费领域，促进网络购物、远程医疗、新零售等加快发展。

三是扩大优质消费品进口以满足社会各阶层对消费的不同需求，发展大型消费商圈，鼓励汽车消费优化升级、大力发展新能源汽车和二手车交易市场、做好汽车售后服务，培育教育文化信息、休闲、体育等消费市场，丰富文体旅游等消费供给，鼓励带薪休假、发展全域旅游。

四是营造良好消费环境，严厉打击假冒伪劣商品，健全乡村消费网络体系，提升乡村吃穿住行消费，落实电子商务进乡村行动，支持乡村新产业新业态发展，进一步开拓乡村消费市场。

五是培育出口品牌、优化进口结构，保持进出口平衡发展；大力发展服务贸易，加快外贸特别是跨境电商发展，放宽外资准入条件，探索实施跨境贸易负面清单管理模式；做好“一带一路”及周边贸易市场、合作园区建设，实施多元发展战略，鼓励进一步对外开放和走出去战略，建设广东贸易强省。

供稿单位：贸易外经统计处

撰 稿：李两聪

责任编辑：李良胜