内容摘要：本文分析“十三五”时期广东消费品市场运行的主要特点和存在的主要问题，并提出“十四五”提振广东消费品市场发展的对策建议。

关键词：“十三五”时期　消费品市场

“十三五”时期，广东消费市场稳步发展，消费规模持续扩大，消费结构不断优化，消费热点和新兴消费业态不断涌现，消费已成为经济增长重要动力。面对错综复杂的国内外环境，特别是新冠肺炎疫情严重冲击，各地各部门及时推出稳增长政策、积极实施促消费举措，消费潜力得到有效激发，消费结构有序升级。

一、“十三五”时期广东消费市场发展主要特点

（一）消费品市场规模不断壮大。

“十三五”时期，广东经济稳健增长，民生保障持续改善，社会消费能力持续提升，特别是在《广东省完善促进消费体制机制实施方案》等系列促销费措施的带动下，广东消费品市场规模不断壮大。2020 年，全省实现社会消费品零售总额 4.02 万亿元，比 2015 年增长 32.6%，年均增长 5.8%，五年累计实现社会消费品零售总额 19.28 万亿元，是“十二五”时期的 1.6 倍。从企业数来看，广东限额以上批零住餐企业数从 2015 年的 2.61 万家增长到 2020 年的 4.74 万家，年均增长 12.7%。

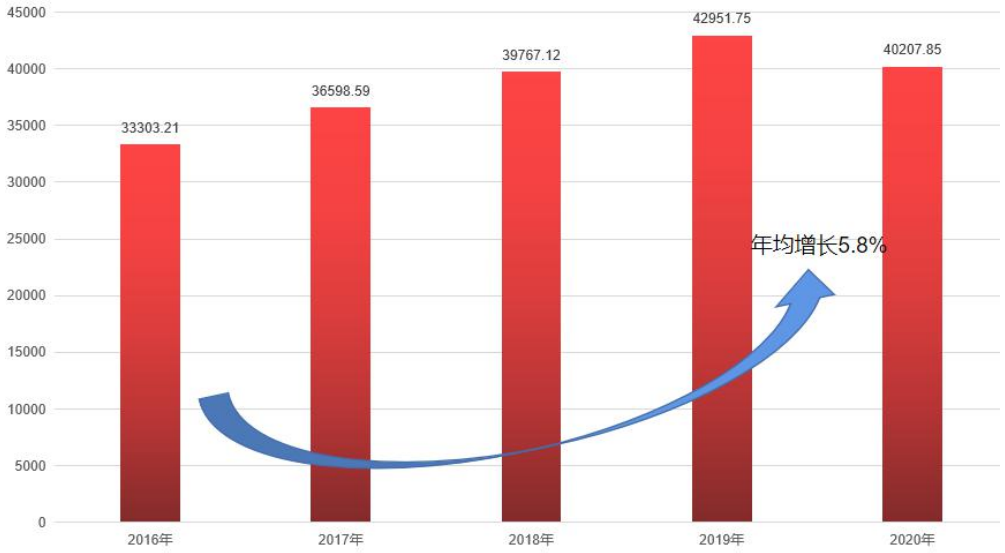

图 1　“十三五”时期广东社会消费品零售总额（亿元）

2020 年，新冠肺炎疫情对广东消费市场产生较大冲击，受此影响全省消费市场同比出现回落。随着疫情得到有效防控，全省居民生活和市场活力持续恢复，特别是在各地多项促消费政策和系列促消费活动的推动下，居民消费需求不断释放，全省消费市场稳步回升，市场活跃度不断提高。

（二）消费市场总量稳居全国首位。

“十三五”时期，广东社会消费品零售总额继续稳居全国首位，占全国比重稳定在 10.0%以上。与其他主要省份相比，广东“十三五”时期累计社会消费品零售总额比江苏多 2.02 万亿元，平均每年多 0.40 万亿元；比山东多 5.78 万亿元，平均每年多 1.16 万亿元；比浙江多 6.97 万亿元，平均每年多 1.39 万亿元。

表 1　“十三五”时期主要省份社会消费品零售总额

单位：亿元

地区	2020	2019	2018	2017	2016
全国	391980.6	408017.2	377783.1	347326.7	315806.2
广东	40207.9	42951.8	39767.1	36598.6	33303.2
江苏	37086.1	37672.5	35472.6	32818.2	29612.5
山东	29248.0	29251.2	27480.3	25527.9	23482.1
浙江	26629.8	27343.8	25161.9	23121.3	20916.7
上海	15932.5	15847.6	14874.8	13699.5	12588.2

（三）城乡消费市场同步协调发展。

“十三五”期间，随着广东城镇化步伐不断加快，城镇居民消费结构稳步升级，城镇消费品市场规模不断扩大，城市大型商贸中心辐射能力增强，城镇现代商业体系日趋完善。2020 年，广东城镇市场实现消费品零售额 3.59 万亿元，比 2015 年增长 32.5%，年均增长 5.8%，占社会消费品零售总额的 89.3%。“十三五”时期，乡村振兴战略和国家系列惠农政策措施加快实施，农村商品流通网络进一步完善，农村基础设施建设不断加强，农村消费市场加快释放。2020 年，广东乡村市场实现消费品零售额 0.43 万亿元，比 2015 年增长 32.9%，年均增长 5.9%，略高于城镇增速。

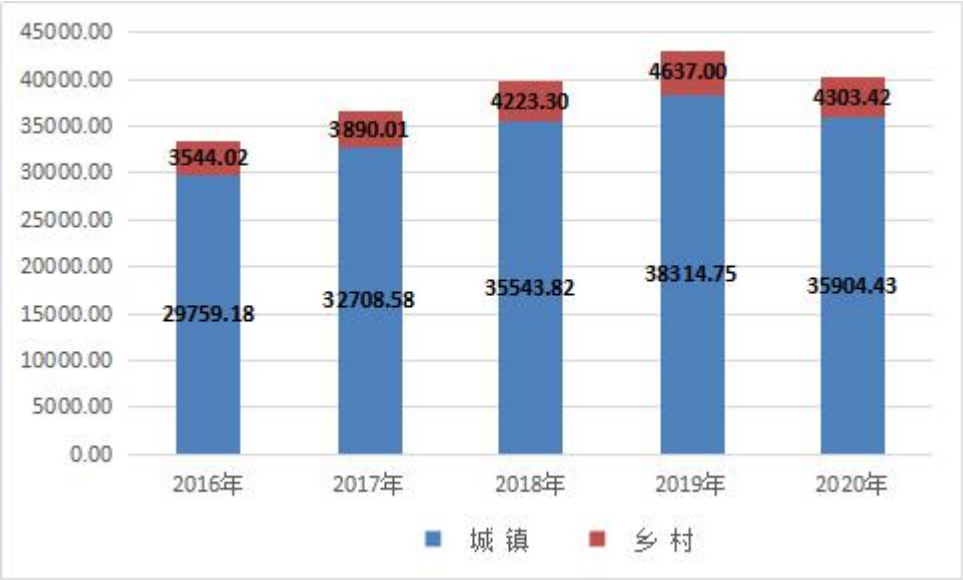

图 2　“十三五”广东城乡社会消费品零售总额（亿元）

（四）消费结构不断优化升级。

随着居民收入水平不断提高、消费环境持续改善以及消费观念的逐步转变，广东城乡居民商品消费结构不断优化升级。“十三五”期间广东升级类商品销售良好。从限额以上商贸企业商品零售 2020 年与 2015 年对比看，增速最高的前四名均为消费升级类商品，其中化妆品类商品零售比 2015 年增长 97.3%，通讯器材类商品零售增长 63.1%，体育、娱乐用品类商品零售增长 61.6%，书报杂志类商品零售增长 32.7%。同时，汽车、家电等耐用消费品越来越多进入普通家庭，2020 年，广东汽车类商品零售比 2015 年增长 25.9%，家用电器和音像器材类商品零售增长 22.0%。从居民人均消费支出看，“十三五”时期广东人均交通通信消费年均增长 4.7%，人均教育文化娱乐消费年均增长

2.9%，人均医疗保健支出年均增长 11.4%。

（五）商品交易新业态迅猛发展。

“十三五”时期，广东“互联网+零售”模式发展迅猛，全省网上零售持续快速增长，同时传统实体业态积极转型调整，线上线下加速融合发展，为消费品市场发展带来支撑和活力。2020 年，广东实现实物网上商品零售额 2.23 万亿元，在疫情对消费市场冲击较大的情况下，比上年增长 11.1%，是 2015 年的 2.7 倍。实物网上零售额占全省社会消费品零售总额的比重超过一半，达到 55.5%（高于全国平均水平 30.6 个百分点），比 2015 年提高 29.3 个百分点。广东实物网上零售额占全国的 22.9%，远高于浙江、上海、江苏，在各省市中独占鳌头。从限额以上单位看，2020 年广东限额以上企业通过公共网络实现商品零售额 0.36 万亿元，同比增长 19.3%，是 2015 年的 4.4 倍。

二、“十三五”时期广东消费品市场发展中存在的问题

（一）消费市场增速低于全国平均水平。

“十三五”时期，在国内经济下行压力下，加上 2020 年受疫情及全球经济大环境影响，广东经济增速放缓，全省消费市场受到一定抑制，市场需求相对疲软，全省社会消费品零售总额从两位数增长逐步回落为个位数增长，并在 2020 年出现负增长。从与全国对比看，“十三五”时期广东社会消费品零售总额年均增速低于全国 0.7 个百分点，增速稍显缓慢。

（二）农村消费市场发展潜力有待进一步挖掘。

一是农村消费占比较低。近年来广东农村社会消费品占全省比重一直10%左右，2020年占10.7%，与农村常住人口25.9%的占比相差较大，说明农村消费水平明显低于城镇。二是农村居民收入仍偏低。2020年广东农村居民人均可支配收入20143元，高于全国平均水平，但明显低于上海、浙江和北京（三省市均超过3万元），也低于天津、江苏和福建，在全国列第七位，与广东经济大省的地位不相匹配。与省内城镇居民相比也相差较大，广东农村居民可支配收入仅为城镇居民（50257元）的40.1%，不足一半。三是农村汽车、计算机等高端消费明显落后城镇，农村地区消费质量与城镇还存在较大差距。根据国家统计局广东调查总队城乡一体化住户调查数据，2020年广东农村居民平均每百户汽车拥有量28辆，远低于城镇居民的49辆，农村居民平均每百户计算机拥有量40台，远低于城镇居民的89台。

（三）传统商业模式有待进一步提振。

互联网零售的飞速发展，给消费领域带来了深刻的变化，打破了传统消费的空间界限，对传统实体销售形成了较大冲击。特别是在广东网上零售占比远高于全国的情况下，实体销售以及其对周边消费的带动都受到很大影响。传统商业需转变经营理念迎头赶上，以适应消费新业态和新方式，加快线上线下融合发展。根据全省170多家城市商业综合体统计数据，2020年城市商业

综合体商户销售额同比下降10.5%，降幅较高。

三、“十四五”时期广东消费市场发展对策建议

（一）更加重视消费提质。

广东作为全国第一消费大省，社会消费品零售总额占全国比重超过10%，消费品市场一直以来活跃度较高，同时市场的饱和程度也相对更高，消费增速的提升相对较难。但相对全国其他省市，广东更有条件进行消费提质，从消费大省到消费强省，更好的满足和实现人民群众对美好生活的向往。

（二）促消费政策应注重整体性和长期性。

全省各地出台不少促消费政策及措施，这对全省消费市场的提振发挥了重要作用。无论是消费品市场运行还是促消费政策，都应从整体上来看待。促消费应着重扩大整体需求，在整体需求没有有效扩大的情况下，消费就呈现较强的此消彼长特点。在实施促消费政策时，应从整体和长远入手，才能真正起到稳定和促进消费的作用。

（三）需求侧与供给侧相结合稳步推进消费市场。

从需求来说，消费增长从根源上说来自于收入的提高，收入的提高则需要全社会经济的发展。在社会经济发展的基础上，健全社会保障机制，加强民生建设，解除居民消费的后顾之忧，完善收入分配政策，提高居民可支配收入，提升居民消费能力，夯实消费增长基础。

从供给来说，引导企业顺应消费个性化、多样化需求，调整生产结构和方式，实现精准化、特色化营销，形成与大众消费相适应的商业模式。在不断拓宽和丰富销售渠道的基础上，更要抓住新的消费需求点，提供优质产品和服务。同时要重视实体消费场所，增加城市活力和消费活力。

供稿单位：贸易外经统计处
撰　　稿：王学良
责任编辑：李良胜