

内容摘要：本文分析 2021 年前三季度广东消费品市场运行特点，对全年消费形势进行预判，并提出相关对策建议。

关键词：消费品市场 社会消费品零售总额 运行情况

2021年前三季度，广东疫情防控措施得力，稳就业、保民生、促消费政策统筹稳步推进，叠加“五一”、暑期和“中秋”小长假带动影响，消费市场活力持续保持，多数商品品类保持增长势头。受上年消费基数逐季抬升影响，全省消费品市场延续稳中趋缓态势。

一、前三季度广东消费品市场运行特点

（一）消费品市场增幅放缓，乡村增速快于城镇。

受上年同期基数抬升影响，前三季度，广东社会消费品零售总额增幅有所放缓。全省实现社会消费品零售总额 32601.42 亿元，比上年同期增长 13.6%；比 2019 年同期增长 2.9%，两年平均增长 1.5%。从当月看，9 月社会消费品零售总额 3814.25 亿元，同比增长 2.3%，增幅比 8 月回落 0.8 个百分点。

今年以来，局部多点疫情反弹对城镇消费影响较大，城镇消费增速低于乡村。前三季度，全省城镇消费品零售额 28892.53 亿元，同比增长 12.7%，两年平均增长 1.1%；乡村消费品零售额 3708.90 亿元，同比增长 21.5%，两年平均增长 4.3%。从消费类型看，商品零售额 29117.46 亿元，同比增长 12.4%，两年平均增长 2.1%。餐饮收入 3483.97 亿元，同比增长 24.5%；两年平均下降 3.4%，降幅比上半年收窄 0.3 个百分点。

与全国相比，前三季度广东社会消费品零售总额占全国社会

消费品零售总额的 10.3%，占比高于上半年 0.2 个百分点；增速比全国低 2.8%，增速差距比上半年收窄 0.6 个百分点。（见图 1）

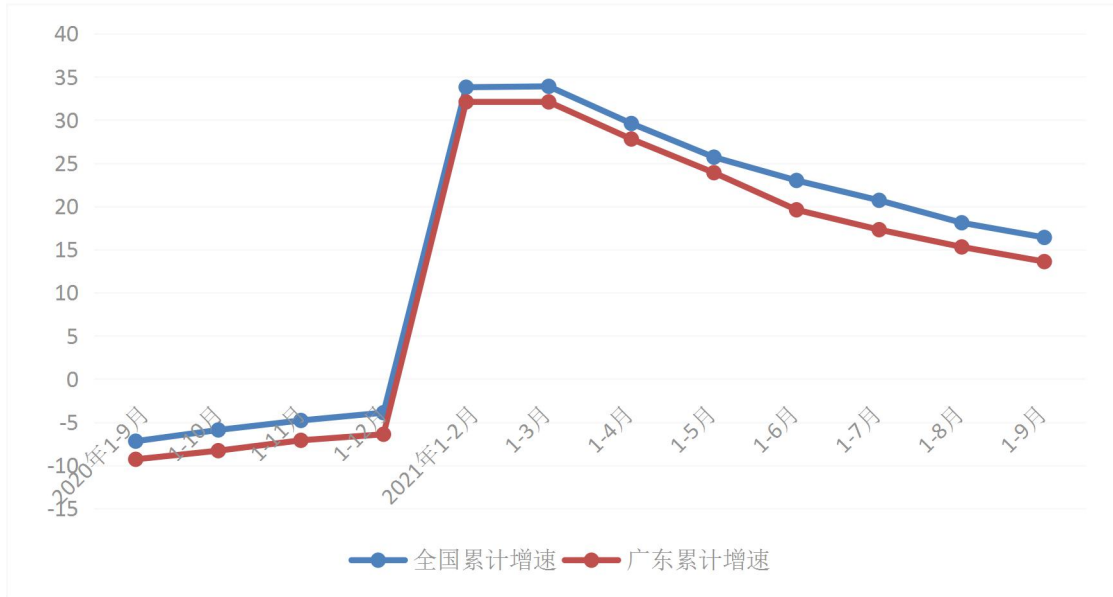


图 1 2020 年 9 月以来广东与全国社会消费品零售总额累计同比增速 (%)

（二）多数商品类别消费情况良好。

前三季度，全省限额以上单位 22 个主要零售商品类别中，有 17 个类别零售额同比实现正增长，11 个类别增幅超过 15%。（见表 1）

石油及制品类稳步恢复。随着石油类商品需求的增加和价格的提升，全省石油及制品消费保持恢复态势。前三季度，全省限额以上单位石油及制品类商品实现零售额 1497.32 亿元，同比增长 23.9%，对全省限额以上单位商品零售增长的贡献率为 19.0%，拉动限额以上单位商品零售增长 3.0 个百分点，与上半年持平。

从当月数据看，9月当月限额以上单位石油及制品类商品实现零售额192.20亿元，同比增长23.9%，增幅比8月提高2.7个百分点。

日常消费类中粮油食品降幅逐渐收窄，其余均保持两位数增长。因去年疫情因素影响，居民囤货较多，粮油食品类商品网上零售大增，随着疫情影响逐渐减弱，粮油食品类商品增速逐渐降低，基数呈前高后低态势。在基数的影响下，全省限额以上粮油食品类消费降幅逐渐收窄。前三季度同比下降4.3%，降幅比上半年收窄2.0个百分点，比一季度收窄2.3个百分点。日常消费类商品中，饮料类同比增长43.1%，两年平均增长26.2%；烟酒类同比增长32.5%，两年平均增长10.3%；日用品类同比增长12.1%，两年平均增长10.1%；中西药品类同比增长16.7%，两年平均增长18.4%。

消费升级类商品销售活跃。前三季度，随着华为P50、小米MIX4、苹果IPHONE13等新款手机上市热销，通讯器材类商品零售保持较快增长，全省限额以上通讯器材类商品零售额635.50亿元，同比增长28.7%，两年平均增长13.7%。体育娱乐用品类商品零售121.78亿元，同比增长51.6%，两年平均增长24.2%；书报杂志类商品零售50.95亿元，同比增长7.3%，两年平均增长15.6%；金银珠宝类商品零售额256.44亿元，同比增长52.9%，两年平均增长25.0%，高于上半年2.1个百分点。

表 1 2021 年前三季度广东限额以上主要商品类别零售增速

单位：%

类别	本年前三季度 增速	上年前三季度 增速	前三季度两年平均 增速
1. 粮油、食品类	-4.3	13.8	4.4
2. 饮料类	43.1	11.3	26.2
3. 烟酒类	32.5	-8.1	10.4
4. 服装、鞋帽、针纺织品类	12.2	-19.2	-4.8
其中：服装类	16.7	-19.7	-3.2
5. 化妆品类	-0.8	-5.5	-3.2
6. 金银珠宝类	52.9	2.2	25.0
7. 日用品类	12.1	8.1	10.1
8. 体育、娱乐用品类	51.6	1.8	24.2
9. 书报杂志类	7.3	24.6	15.6
10. 家用电器和音像器材类	12.6	-6.7	2.5
11. 中西药品类	16.7	20.2	18.4
12. 文化办公用品类	11.4	4.9	8.1
13. 家具类	26.9	-11.7	5.9
14. 通讯器材类	28.7	0.4	13.7
15. 石油及制品类	23.9	-22.1	-1.8
16. 建筑及装潢材料类	40.7	-33.7	-3.5
17. 汽车类	15.5	-9.6	2.2
其中：新能源汽车	102.0	-3.1	39.9
18. 五金、电料类	-11.3	-17.2	-14.3

从全国情况看，广东有 9 个商品类别累计增速高于全国，1 个商品类别累计增速与全国持平。其中石油增幅高于全国 3.6 个百分点，汽车增幅与全国持平，二者合计拉动限额以上商品零售增长 8.3 个百分点，高于全国 5.1 个百分点。金银珠宝类、通讯器材类等消费升级品类增速分别高于全国 11.3 个和 11.2 个百分点。在增速低于全国的 7 个商品类别中，粮油食品类增速低于全

国 14.6 个百分点。（见表 2）

表 2 2021 年前三季度广东限额以上主要商品零售增速与全国对比

单位：%

类别	增速		
	广东	全国	相差 (百分点)
1. 粮油、食品类	-4.3	10.3	-14.6
2. 饮料类	43.1	23.4	19.7
3. 烟酒类	32.5	25.8	6.7
4. 服装鞋帽、针、纺织品类	12.2	20.6	-8.4
5. 化妆品类	-0.8	17.9	-18.7
6. 金银珠宝类	52.9	41.6	11.3
7. 日用品类	12.1	16.0	-3.9
8. 体育、娱乐用品类	51.6	28.6	23.0
9. 书报杂志类	7.3	10.1	-2.8
10. 家用电器和音像器材类	12.6	13.5	-0.9
11. 中西药品类	16.7	10.5	6.2
12. 文化办公用品类	11.4	21.7	-10.3
13. 家具类	26.9	20.7	6.2
14. 通讯器材类	28.7	17.5	11.2
15. 石油及制品类	23.9	20.3	3.6
16. 建筑及装潢材料类	40.7	24.9	15.8
17. 汽车类	15.5	15.5	0.0

（三）汽车类零售增幅回落，新能源汽车当月销量提升。

汽车类增速有所回落。前三季度，全省限额以上汽车类商品零售额 3726.29 亿元，同比增长 15.5%。其中 9 月当月零售额 421.87 亿元，同比下降 14.9%，拉低当月全省限额以上商品零售 5.7 个百分点。

在 9 月份特斯拉新能源汽车集中交付影响下，当月全省限额以上新能源汽车类商品零售额 61.31 亿元，同比增长 102.5%，增幅比 8 月提高 40.1 个百分点。

（四）消费者网购活跃，线上消费贡献度大。

在上年同期线上消费较快增长的基础上，2021年前三季度，全省线上消费延续快速增长势头，限额以上单位通过公共网络实现商品零售额 3117.36 亿元，同比增长 25.1%，拉动限额以上单位商品零售增长 6.6 个百分点，对全省限额以上单位商品零售增长的贡献率为 41.1%，比上半年提高 10.1 个百分点，两年平均增长 22.7%。

（五）各市社会消费品零售总额增速趋缓。

受上年同期消费基数逐季抬升和汽车产销下滑因素影响，前三季度，全省 21 个地市社会消费品零售总额增速较一季度和上半年均有所回落。从区域看，珠三角核心区社会消费品零售总额增幅高于全省。前三季度珠三角核心区社会消费品零售总额同比增长 14.3%，高于全省 0.7 个百分点。沿海经济带增长 11.5%，北部生态发展区增长 10.7%。

表 3 2021 年前三季度分市社会消费品零售总额

地市	社零总量	前三季度增长	上半年增长	一季度增长	单位：亿元、%
					前三季度两年平均增长
全省	32601.42	13.6	19.6	32.1	1.5
广州市	7499.89	12.8	19.0	31.7	2.9
深圳市	6959.02	15.1	23.2	39.6	2.3
珠海市	781.22	19.8	29.0	38.1	3.1
汕头市	1133.23	10.9	18.5	27.6	-1.4
佛山市	2700.44	12.7	18.1	32.4	-1.2
韶关市	351.34	11.3	15.3	25.7	0.3
河源市	289.26	12.7	18.4	29.6	0.8
梅州市	468.75	6.0	12.9	25.5	-2.8
惠州市	1454.61	16.6	21.6	30.6	1.4
汕尾市	351.29	12.9	16.4	25.7	3.9

东莞市	3084.32	17.2	23.2	34.6	2.9
中山市	1150.28	13.1	19.2	29.2	-2.3
江门市	955.41	13.1	19.0	30.4	3
阳江市	355.61	10.7	16.8	27.7	-1.8
湛江市	1300.01	10.2	13.5	23.1	1.2
茂名市	1102.69	12.4	15.6	24.6	1.4
肇庆市	865.35	9.7	12.1	32.8	1.9
清远市	426.51	12.8	16.4	26.9	0.3
潮州市	353.91	10.4	15.6	24.6	-1.5
揭阳市	746.89	14.0	17.3	26.8	-1.2
云浮市	271.39	12.9	16.6	26	1.2

二、形势预判

当前广东消费指标随着上年同期指标逐月恢复，社会消费品零售总额基数逐月上升，加之受今年三季度全国多地疫情反复冲击影响，消费品市场增速逐月趋缓。四季度，随着国内疫情防控标准化、规范化提升（以及新冠疫苗接种人群范围的不断扩大，消费心理逐级释放），消费者将逐步适应疫情反复，加之年底消费旺季的到来，各地促消费政策措施抓细落实，压制的消费需求会在四季度得到一定释放，预计四季度消费市场缓中趋稳，全年增速回落幅度会有所缩小。

三、稳消费的对策建议

当前疫情防控常态化形势下，企业生产经营尚未完全恢复到正常水平，消费者就业压力较大，收入增长有限，心理更趋慎重理性，消费习惯、消费能力和消费预期下降。稳定全年消费市场，要在疫情防控工作系统化、规范化和标准化下，继续拓展新型消费，释放消费潜力。

（一）强化疫情防控工作系统化、规范化和标准化建设。

加强防疫工作检查，既要严防防疫工作松懈，又要严禁盲目提升和逐级加码防控要求，营造良好消费环境，促进消费市场进一步恢复。当前，一方面要进一步提升各消费场所、公共场所的防控工作规范化和标准化，并督促落实，切勿松懈。另一方面，防疫工作和外出规定要按国家和省要求执行，切勿层层加码，限制人员流动，影响消费市场进一步恢复。防疫工作的重点是抓好做细防疫措施，切勿“一限了之”，才能使消费市场得到进一步恢复。

（二）继续统筹做好疫情防控和稳消费工作，营造良好消费环境。

目前，疫情局部反复并能迅速得到控制的情况已经常态化，当前一是做好防止疫情反复的防控措施，为市场复苏、居民消费信心恢复提供坚实基础支撑。二是充分利用新兴媒体，广泛正面宣传，打消广大消费者顾虑，积极鼓励正当合理消费。三是促进住宿餐饮业提速增效发展，从政策帮扶、平台管理及用工用人等方面精准帮扶住宿餐饮行业，继续落实落细各项政策措施，切实减轻住宿餐饮企业成本负担。推动餐饮饭馆、酒店宾馆、临街商铺开源扩流，有序组织文旅场所开放，营造良好消费氛围，刺激吃穿用基本消费。

（三）加强顶层设计，发挥政策效应，精准施策，促进消费复苏升级。

一是通过现金奖励、用地支持、人才补贴、教育入学保障等产业发展扶持政策，加强龙头企业对接引进，提升龙头企业拉动力，帮助实体经济持续健康发展。二是鼓励各地结合产业优势和风俗文化特点，因地制宜，开展各类品牌促消费活动以及商、旅、文、娱等相关产业融合的促消费活动，积极推动促消费、发放节假日消费券、举办“美食节”“直播节”、助力“消费促进月”等政策措施大力挖掘消费潜力，提升消费增量。三是在建立和完善个人信用体系的基础上，促进多种消费信贷品种的发展。鼓励银行根据居民的消费需求，在教育、旅游、服务等领域开发多元化的消费信贷品种，在利率、期限和还款方式等方面提供优惠和便利，逐步形成品种诸多、监管完善的消费信贷服务品种体系，刺激居民敢于消费、勇于消费的意愿。

（四）规范便利汽车消费市场，继续释放汽车消费潜力。

一是持续出台汽车消费补贴和以旧换新等政策刺激市场，并持续做好新能源汽车免征车辆购置税、优惠购车等政策。在加强流量测算与信息共享的基础上不断完善充电基础设施建设，实现充电桩的均衡分布与高效利用。二是规范便利二手车交易，落实好二手车经销增值税优惠政策，简化二手车交易过户政策，让二手车交易更加便利、透明，使消费者更加愿意进行汽车的更新换代，实现汽车消费升级。三是巩固扩大汽车消费，发挥汽车大件消费对稳定消费市场“压舱石”作用，继续推动汽车下乡，不断

释放农村市场消费潜力。四是打破品牌授权单一模式，鼓励发展共享型、节能型、社会化的汽车流通体系。

（五）培育“三新”业态，发展新型消费。

一是积极引导商贸企业转型升级，大力发展新产业、新业态、新商业模式为核心内容的“三新”经济，探索消费新的增长点。二是积极探索线上消费方式，大力发展网络购物、网络直播、网络购物、在线教育、远程办公为特征的新型消费，抓住数字经济的机遇，鼓励线上线下融合发展，拓宽销售渠道促进消费多元化，加快传统消费模式的转型升级，满足人民群众个性化和定制化的消费需求。三是加大电商企业纳统力度，提高线上消费占比，释放线上消费新动能。

供稿单位：贸易外经统计处

撰 稿：李良胜 赖晓燕 董宇

责任编辑：李良胜