

**内容摘要：**本文通过分析 2022 年一季度广东消费品市场运行特点，对二季度广东消费市场发展形势进行预判，并提出相关对策建议。

**关键词：**2022 年一季度 消费 零售

2022 年一季度，广东多地疫情散发，在常态化疫情防控下，

促消费政策扎实推进。3月份受局部地区疫情封控影响，广东消费品市场增长趋缓。

## 一、一季度广东消费品市场运行特点

### （一）消费品市场增长趋缓，乡村市场增速快于城镇。

受疫情影响，一季度，广东社会消费品零售总额增长放缓，社会消费品零售总额 11195.33 亿元，比上年同期增长 1.7%。3月社会消费品零售总额 3422.07 亿元，同比下降 4.0%。

多地疫情散发对城镇消费影响较大，城镇市场消费增速低于乡村。一季度，全省城镇消费品零售额 9902.36 亿元，增长 0.6%，乡村消费品零售额 1292.97 亿元，增长 10.2%，乡村增速比城镇快 9.6 个百分点。从消费类型看，全省商品零售额 10134.43 亿元，增长 2.8%；受疫情散发、堂食受限、人员聚集管控等影响，全省餐饮收入 1060.90 亿元，下降 8.4%。

（二）基本生活类和中西药类商品零售增长较快，消费升级类和石油类商品消费好于全国水平。

一季度，基本生活类和中西药品类商品需求上升，全省限额以上单位粮油食品类、饮料类、烟酒类、中西药品类商品零售保持较快增长，同比分别增长 5.0%、6.8%、7.2%和 6.9%，合计拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.1 个百分点。3月，受疫情局部扩散影响，部分消费者囤货积极，粮油食品类、饮料类、中西药品类商品零售增速均超过 10%，分别增长 11.2%、12.1%、14.8%。

一季度，广东化妆品类、金银珠宝类、通讯器材类和石油及

其制品类等 4 个商品类别零售好于全国水平。国际形势影响金价上涨，叠加春节因素，金银珠宝类商品消费需求旺盛，全省限额以上单位金银珠宝类商品零售额 96.47 亿元，增长 14.7%，增幅比全国平均水平高 7.1 个百分点；手机芯片供应不足情况缓解，多渠道多方式促销，通讯器材类商品零售额 237.86 亿元，增长 11.6%，增幅比全国平均水平高 7.3 个百分点；在网络促销活动带动下，化妆品类商品零售额 84.95 亿元，增长 7.8%，增幅比全国平均水平高 6.0 个百分点。金银珠宝类、通讯器材类、化妆品类商品零售合计拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.2 个百分点，拉动幅度比全国平均水平高 0.8 个百分点。（见表 1）

**表 1 2022 年广东限额以上主要商品零售增速与全国对比**

单位：%

类值	增速			拉动		
	广东	全国	相差 (百分点)	广东	全国	相差 (百分点)
1. 粮油、食品类	5.0	9.3	-4.3	0.5	1.1	-0.6
2. 饮料类	6.8	11.8	-5.0	0.1	0.2	-0.1
3. 烟酒类	7.2	11.8	-4.6	0.2	0.4	-0.2
4. 服装鞋帽、针、纺织品类	-11.0	-0.9	-10.1	-0.7	-0.1	-0.7
5. 化妆品类	7.8	1.8	6.0	0.17	0.05	0.1
6. 金银珠宝类	14.7	7.6	7.1	0.3	0.2	0.2
7. 日用品类	-3.0	6.6	-9.6	-0.2	0.3	-0.5
8. 家用电器和音像器材类	-8.0	5.9	-13.9	-0.5	0.3	-0.8
9. 中西药品类	6.9	9.1	-2.2	0.3	0.3	0.0
10. 文化办公用品类	2.9	10.6	-7.7	0.1	0.3	-0.2
11. 家具类	-8.6	-7.1	-1.5	-0.1	-0.1	0.0
12. 通讯器材类	11.6	4.3	7.3	0.7	0.2	0.5
13. 石油及制品类	19.9	19.7	0.2	2.4	2.5	-0.1
14. 建筑及装潢材料类	3.1	3.8	-0.7	0.0	0.0	0.0
15. 汽车类	-0.6	-0.3	-0.3	-0.2	-0.1	-0.1

（三）石油类商品和新能源汽车拉动作用明显。

一季度，俄乌冲突加剧国际能源市场动荡，推动全球能源价格大幅上涨，全省限额以上单位石油及其制品类商品零售额527.14亿元，同比增长19.9%，增幅比全国平均水平高0.2个百分点，拉动全省限额以上单位商品零售额增长2.4个百分点。

随着新能源汽车购车优惠补贴持续实施、功能配置更趋智能、品牌形象不断提升、配套设施持续完善，叠加油价上涨、油车上牌限制等因素综合影响，新能源汽车市场迅猛发展。一季度，全省限额以上单位新能源汽车零售额225.96亿元，增长153.0%，拉动全省限额以上单位商品零售额增长3.7个百分点。

#### （四）网络零售相对活跃，为消费提供支撑。

一季度，随着全省乃至全国常态化疫情防控逐步趋严，消费者购物方式加快向网上转移，网络零售持续活跃，全省限额以上单位通过公共网络实现商品零售额1180.18亿元，同比增长15.8%，增幅比全省限额以上单位商品零售快12.9个百分点，拉动全省限额以上单位商品零售额增长4.4个百分点，为全省消费市场平稳发展提供重要支撑。

## 二、稳消费的对策建议

当前疫情防控常态化下，企业生产经营未恢复到正常水平，居民就业压力较大，收入增长有限，居民消费心理更趋理性，消费习惯趋于保守，消费能力和消费预期下降，预计二季度社会消费品零售总额增幅会趋于下降，月度降幅逐月收窄。

（一）继续统筹做好疫情防控和稳消费工作，营造良好消费环境。

一是继续巩固好疫情防控成效，为市场复苏、居民消费信心恢复提供坚实基础支撑。二是广泛宣传，正面鼓励，打消广大消费者顾虑，进行正当合理消费。三是继续抓好做细防疫措施，切勿“一限了之”，防疫工作和外出规定要按国家和省要求执行，科学防控。切勿层层加码限制人员流动，影响消费市场进一步恢复。

（二）出台住宿餐饮业特困行业扶持政策，保就业、保稳定。

住宿业属于接触性行业，在疫情反复下，经常停摆；实体餐饮业属于高流转行业，成本影响比较大。两者均属于劳动密集型行业，疫情下直接受冲击，保经营就是保就业、保稳定。因此，建议对这两个行业实施全行业、全方位的扶持、减免和支持政策，并确保政策落实到位，保证住宿餐饮企业在疫情反复的情况下能存活下去，不出现大面积倒闭局面。

（三）有针对性降低商贸企业的减免和扶持规模标准，全力助企纾困。

目前，部分助企纾困政策只针对中小微企业，商贸企业属于劳动密集型企业，一些连锁企业，每一个分店都能算入中小微企业，加总后的法人单位不能算中小微企业，因此享受不到中小微企业的扶持和减免政策。另外，市场采购贸易企业交易额大，利

润非常小，属于微利型企业，应适当降低规模标准，使部分企业能按小规模纳税人进行管理，进而享受到纾困扶持政策。

#### （四）规范便利汽车消费市场，继续释放汽车消费潜力。

汽车类商品消费是拉动全省消费品市场的重要因素，继续规范便利汽车消费市场，释放汽车消费潜力，为稳消费提供有力支撑。一是保持汽车消费补贴政策，继续做好新能源汽车免征车辆购置税优惠政策，完善新能源汽车充电设施标准规范。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，促进汽车消费升级换代。三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。

供稿单位：贸易外经统计处

撰    稿：李良胜 汤    良

责任编辑：李良胜