

**内容摘要：**本文分析 2023 年前三季度广东消费品市场运行特点，预判全年走势，并提出相关建议。

**关键词：**消费 零售 分析

今年以来，随着经济社会全面恢复常态化运行，消费市场活力逐步恢复，广东社会消费品零售总额增速在一季度恢复性增长的基础上，二季度实现较快增长，三季度以来，随着上年同期基数逐渐抬升，增速趋缓，总体呈前高后稳态势。

## 一、运行特点

（一）社会消费品零售市场平稳恢复，月度增速回升势头明显。

前三季度，全省实现社会消费品零售总额 35137.05 亿元，同比增长 5.4%，增速比上半年回落 2.0 个百分点，比一季度提高 0.3 个百分点。从月度数据看，9 月当月，全省社会消费品零售总额增长 3.2%，增速比 8 月提高 2.0 个百分点，连续两个月回升，回升势头明显。（见图 1）

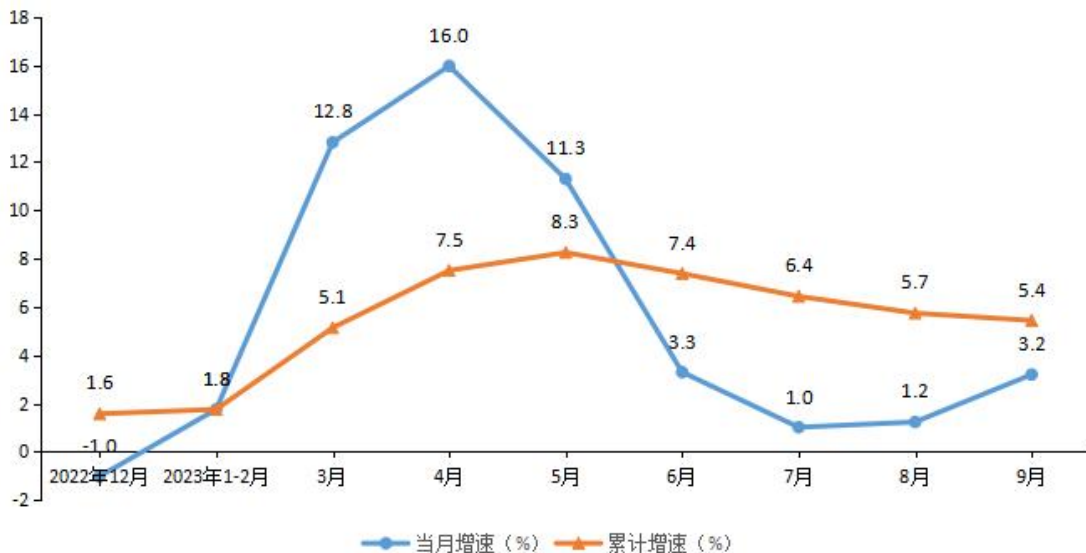


图 1 2022 年 12 月以来广东社会消费品零售总额增速

按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 30754.96 亿元，增长 4.9%，增速比上半年回落 1.6 个百分点，比一季度

提高 0.8 个百分点；乡村消费品零售额 4382.09 亿元，增长 9.7%，增速比上半年、一季度分别回落 4.5 个、3.1 个百分点。按消费形态分，全省商品零售额 30916.34 亿元，增长 3.4%，增速比上半年回落 1.6 个百分点，比一季度加快 1.0 个百分点；餐饮收入 4220.71 亿元，增长 23.7%，增速比上半年、一季度分别回落 5.1 个、7.7 个百分点。餐饮收入增速较商品零售额增速高 20.3 个百分点。

（二）超七成类别商品零售保持增长，基本生活类和通讯器材类商品需求持续释放。

前三季度，全省限额以上单位 18 类主要零售商品类别中，13 类商品零售额同比保持增长，5 类商品零售额增速高于上半年，9 类商品零售额增速高于一季度。

基本生活类商品零售保持快速增长。前三季度，全省限额以上粮油、食品类，饮料类，烟酒类，服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比分别增长 10.4%、2.1%、13.7%、8.6%，增速比 1—8 月分别提高 0.7 个、2.7 个、1.7 个、0.4 个百分点，共拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.7 个百分点，拉动作用比 1—8 月提升 0.2 个百分点，其中，饮料类零售额增速比上半年加快 3.3 个百分点。

通讯器材类商品增势良好，家用电器和音响器材类商品小幅提升。三季度以来，随着苹果 iPhone15、华为 Mate60、荣耀 V Purse 等新机上市，叠加消费补贴带动作用，通讯器

材类和家用电器类商品需求持续释放。前三季度，全省限额以上单位通讯器材类商品实现零售额 793.31 亿元，同比增长 14.9%，增速比 1—8 月提高 1.1 个百分点，比上半年提高 0.1 个百分点，拉动限额以上单位零售额增长 0.8 个百分点。家用电器和音像器材类零售额增长 1.4%，增速比上半年加快 1.2 个百分点，拉动限额以上单位零售额增长 0.1 个百分点，拉动作用比上半年提高 0.1 个百分点。

（三）网络零售继续保持较快增长，对消费发挥较强拉动作用。

前三季度，在各大电商平台促销活动的影响下，全省限额以上单位通过公共网络实现商品零售同比增长 14.8%，增速比限额以上单位商品零售快 13.5 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 4.7 个百分点。通过公共网络实现商品零售额占限额以上单位商品零售额总量的 36.0%，比上年同期高 4.3 个百分点。网上零售继续发挥着较强的消费拉动作用。

（四）住宿餐饮业延续增长态势，餐饮收入增速超两成。

今年以来，商务活动迅速恢复，居民旅游出行热情高涨，文旅热点层出不穷，住宿餐饮业营业额保持较高增速，但进入三季度以来受同期基数走高影响，增速有所放缓。前三季度，全省餐饮业实现营业收入 3465.88 亿元，同比增长 12.9%，增速比上半年回落 1.0 个百分点；住宿业营业额 576.42 亿

元，增长 18.1%，增速回落 9.3 个百分点。前三季度，餐饮收入增长 23.7%，拉动社零总额增长 2.4 个百分点。

## 二、全年走势预判和相关建议

前三季度，全省消费市场运行加快恢复向好，为全年消费市场恢复打下较好基础。但消费快速反弹的阶段已过，居民在收入预期没有明显好转的情况下，消费行为更趋理性，恢复和扩大消费的基础还需进一步巩固。四季度，随着秋季广交会等商务活动的开展和各地促消费政策红利不断释放，市场活力较三季度将有所好转。叠加上年四季度受疫情影响基数较低影响，消费增速有望在四季度迎来拐点，巩固全年消费品市场恢复向好的发展势头。

为进一步巩固消费市场持续恢复基础，提升居民消费意愿，释放消费需求，带动经济全面复苏，提出以下建议。

### （一）保障收入水平，着力提升消费“造血”能力。

增强消费能力的前提是提高居民收入水平。首先，要着力促进劳动生产率提升并带动劳动报酬同步增长，健全覆盖城乡劳动者的社会保障体系。其次，要着力扩大就业岗位，鼓励创新创业、打破部分服务业仍然存在的进入门槛，充分拓展就业潜力。此外，还要继续推进相关领域的配套保障。特别是加强对教育、医疗、养老等社会保障方面的完善，化解居民消费的后顾之忧。

（二）创新消费场景，“文旅商”联动激发居民消费潜力。

加强区域旅游品牌和服务整合，积极举办文化和旅游消费促进活动，结合本地文化特色，推动文旅、商圈深度融合，创新消费场景，培育新型业态和消费模式，与时俱进创新产品供给，打造共建、共治、共享的文旅消费生态。同时，鼓励用人单位积极落实带薪休假制度，更加灵活地安排节假日与带薪休假连休，提升群众假期获得感和幸福感，进一步激发文旅消费活力。

（三）切实助力商贸企业纾困解难，加速复苏提振信心。

疫情三年对商贸企业的冲击较大，部分行业和企业仍面临较多困难，为进一步加速行业复苏和提振消费，需要延续、拓展和优化实施助企纾困政策。通过全面落实各项税费优惠政策、开展延期还本付息和续贷服务、实施中小微企业贷款贴息贴费等手段切实有效减轻商贸流通领域经营主体负担，加快提振消费。

供稿单位：贸易外经统计处

撰    稿：吴    娱

责任编辑：马    佳