

内容摘要：本文分析 2023 年广东消费品市场运行情况，对 2024 年广东消费市场发展形势进行预判，并提出相关建议。

关键词：消费 零售 分析

2023年，广东深入贯彻落实中央经济工作会议“要把恢复和扩大消费摆在优先位置”的要求，把握疫情防控转段关键期积极出台促消费政策，消费增长新动能不断增强，推动消费市场规模稳步扩大，消费成为带动经济恢复增长的重要动力。全省实现社会消费品零售总额47494.86亿元，同比增长5.8%，增速比前三季度提高0.4个百分点。

一、总体运行情况

2023年初，市场仍处于恢复期，社会消费品零售额低位开局，进入3月，商务、会展等活动快速恢复，一季度增长5.1%；进入二季度，消费者“五一”小长假出游热情高涨，4月、5月连续两个月实现两位数增长，上半年增长7.4%；进入暑期，随着基数逐渐抬高，前三季度增速回落至5.4%；四季度以来，在全省范围内开展的“粤消费 粤精彩”消费券活动带动下，叠加低基数效应，当月增速逐月提升，全年实现5.8%的增长，比上年加快4.2个百分点（见图1）。

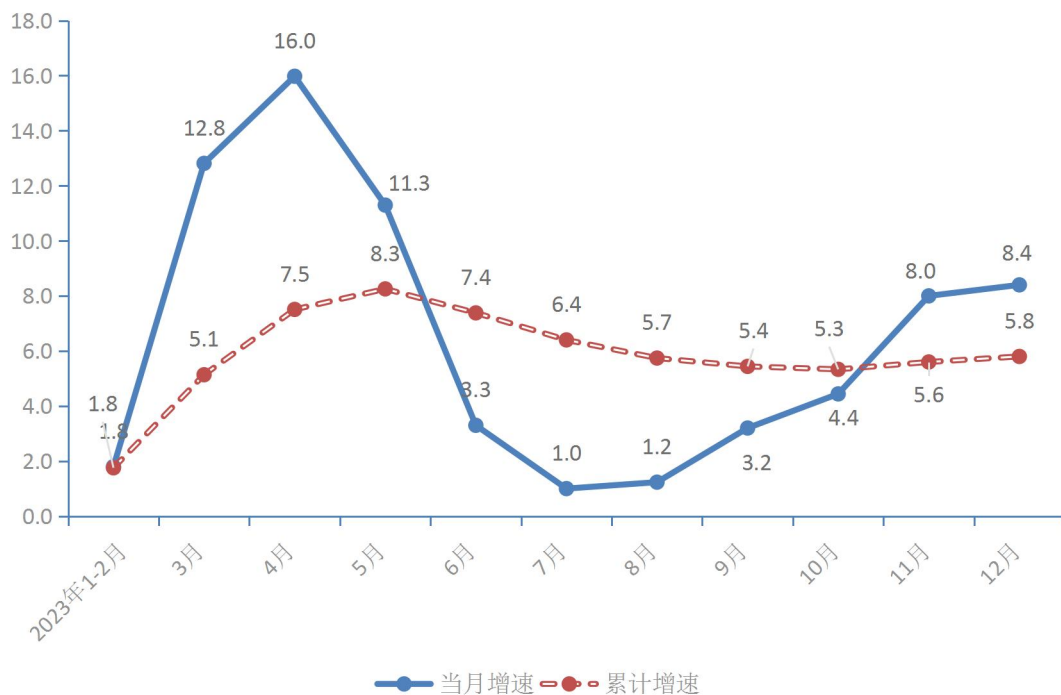


图 1 2023 年广东社会消费品零售总额分月增速

按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 41385.83 亿元，增长 5.3%，增速比前三季度、1—11 月分别提高 0.4 个、0.2 个百分点；乡村消费品零售额 6109.03 亿元，增长 9.2%，增速比前三季度回落 0.5 个百分点，比 1—11 月提高 0.3 个百分点。按消费形态分，商品零售额 41731.42 亿元，增长 3.5%，增速比前三季度提高 0.1 个百分点，与 1—11 月持平；餐饮收入 5763.44 亿元，增长 26.5%，增速比前三季度、1—11 月分别加快 2.8 个、2.2 个百分点。餐饮收入增速比商品零售额增速高 23.0 个百分点。

（一）七成以上商品零售保持增长。

2023 年，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，实现增长的商品品类较上年

增加 5 个，体育娱乐、金银珠宝、汽车等 9 类商品零售额增速高于前三季度（见表 1）；11 类商品增速同比加快，其中体育、娱乐用品类，服装鞋帽、针、纺织品类，家具类增速同比加快 30.4 个、19.7 个和 19.2 个百分点。

表 1 2023 年主要商品类值零售增速变动表

类别	2023 年		前三季度 增速 (%)	增速与 前三季 度比较 (百分点)
	零售额 (亿元)	增速 (%)		
商品零售	41731.42	3.5	3.4	0.1
其中：限额以上单位商品零售	17553.38	2.2	1.3	0.9
1. 粮油、食品类	1637.41	8.7	10.4	-1.7
2. 饮料类	287.91	0.8	2.1	-1.3
3. 烟酒类	415.86	11.8	13.7	-1.9
4. 服装鞋帽、针、纺织品类	978.50	10.3	8.6	1.7
其中：服装类	720.50	12.4	11.0	1.4
5. 化妆品类	475.25	15.9	14.3	1.6
6. 金银珠宝类	402.95	5.3	1.5	3.8
7. 日用品类	913.53	1.2	2.5	-1.3
8. 体育、娱乐用品类	168.28	14.3	9.0	5.3
9. 书报杂志类	88.20	5.3	2.9	2.4
10. 家用电器和音像器材类	1017.52	3.7	1.4	2.3
11. 中西药品类	860.87	2.1	5.2	-3.1
12. 文化办公用品类	541.08	-5.4	-4.3	-1.1
13. 家具类	171.84	5.2	5.3	-0.1
14. 通讯器材类	1132.47	15.8	14.9	0.9
15. 石油及制品类	2365.06	-1.7	-1.9	0.2
16. 建筑及装潢材料类	57.40	-14.4	-13.3	-1.1
17. 汽车类	5719.58	-2.7	-5.7	3.0
其中：新能源汽车	1847.06	30.3	27.6	2.7
18. 五金、电料类	26.90	-28.3	-25.8	-2.5

（二）升级类商品增势良好。

随着市场供给持续提质以及消费者健康生活理念不断

增强，部分升级类商品销售增势良好。2023年，国产手机厂商芯片技术取得突破性进展，下半年国产智能手机在高端市场实现了整体跃升，全省限额以上单位通讯器材类零售增长15.8%，较上年和前三季度分别提高5.9个、0.9个百分点。2023年，黄金价格总体保持高位，特别是四季度以来，黄金价格进一步走高，婚嫁首饰、礼赠购金以及悦己消费持续推高市场热度，四季度限额以上单位金银珠宝类商品零售保持两位数增长，其中12月增长25.9%，为4月份以来的最快增速，全年增长5.3%，较上年和前三季度分别提高8.9个、3.8个百分点。疫情过后，消费者健康意识显著增强、马拉松等户外赛事重启，户外健身运动需求快速释放。全省限额以上单位体育、娱乐用品类零售增长14.3%，同比大幅提高30.4个百分点。

（三）社交类商品显著复苏。

疫情期间，消费者社交需求受限，随着防控政策平稳转段，相关商品逐渐回归常态化增长。2023年，全省限额以上单位烟酒类，化妆品类商品零售分别增长11.8%、115.9%，同比分别提高10.2个、18.6个百分点；服装鞋帽、针、纺织品类零售增速自一季度起转正后保持较快增长态势，其中，受12月全省范围的寒潮影响，服装、鞋帽当月零售额分别增长24.5%、27.5%。

（四）住宿餐饮业迅速恢复。

2023年，各地文旅、餐饮促消费政策持续发力，婚宴、会展、大型会议、演唱会等接触性、聚集性活动增加，城市“烟火气”回归，住宿餐饮增速明显加快，餐饮收入增长26.5%，两年复合增长14.1%。全省住宿业、餐饮业营业额在一季度迅速转正，全年分别增长20.3%、15.0%，增速比前三季度分别加快2.2个、2.1个百分点。其中，限额以上住宿业企业客房收入增长21.1%；限额以上餐饮业中，正餐服务、饮料及冷饮服务营业额分别增长27.5%、32.2%。

（五）限额以上单位网络零售保持两位数增长。

线上消费对广东消费品市场一直起着较强的拉动作用。2023年，全省实物商品网上零售额同比增长7.5%，比整体商品零售增速快5.2个百分点；限额以上单位通过公共网络实现商品零售增长13.8%，增速较上年提高0.4个百分点，拉动全省限额以上单位商品零售额增长4.5个百分点。

二、2024年走势预判和相关建议

2023年是三年疫情防控转段后经济恢复发展的第一年，在各项促消费政策带动下，居民消费意愿回升，叠加上年低基数效应，消费品市场快速修复，发展型享受型消费增速亮眼。展望2024年，广东消费品市场发展的支撑因素有：一是消费者需求升级带动消费提质创新动能不断增强，新兴消费场景、新兴业态以及创新的消费模式不断涌现，为消费市场持续提质扩容提供新动力；二是人口多、市场潜力大，作

为全国第一人口大省，广东人口老龄化程度相对较低，消费需求旺盛，消费市场广阔；三是新入库限额以上单位增势良好，2023年，全省净增限额以上法人单位（含产业单位、个体户）6671个，同比增加374个；四是各项促消费政策持续发力带动消费增长，2024年省政府工作报告提出要加快建设大湾区国际消费枢纽，消费环境、消费场景有望进一步提升。但也要看到，当前恢复和扩大消费的基础仍不牢固。2023年全省居民人均可支配收入增长4.8%，扣除价格因素增长4.4%，低于同期地区生产总值增速0.4个百分点，消费者对追求极致性价比的需求不断增长，消费能力和消费信心有待进一步提升；此外，实体零售新旧业态表现分化，部分商品销售和服务消费恢复较慢，实体商贸经营主体成本压力仍待缓解。

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）稳定居民预期，提高居民收入。

收入水平稳步提升是消费持续增长的基石。2023年，广东居民人均可支配收入中，工资性收入增速慢于经营净收入和财产净收入增速，要多方发力增加广大劳动者工资收入，提高劳动报酬在初次分配中的比重。加大财政资金在民生领域投入，缓解居民在教育、医疗和养老方面的压力，筑牢社会保障网，激发消费意愿。

（二）培育壮大新型消费，不断创新消费场景。

牢牢把握“要激发有潜能的消费”要求，壮大新型消费。一是顺应数字经济发展趋势，支持线上线下商品销售融合发展，鼓励有条件的地区布局智慧商圈、智慧街区建设，引导新型消费健康发展。二是积极探索新兴消费场景建设，各地主管部门要善于把握消费市场热点，顺应消费者需求打造特色消费体验，满足消费者情绪价值。三是支持新业态和新模式的发展，鼓励消费品生产企业在激烈的市场竞争中不断提升供给质量，满足消费者对个性化、差异化的需求。

（三）优化消费环境，提振企业信心。

一是要切实保障消费者合法权益。加强质量监管和市场规范，确保企业的产品和服务质量符合标准，健全问题商品召回制度，完善假冒伪劣商品赔偿制度。二是加快全国统一大市场建设，消除妨碍商品服务流通的障碍，提高市场运行效率，通过建立公平竞争的市场环境，激发企业的创新活力，推动消费市场繁荣发展。

供稿单位：贸易外经统计处

撰 稿：马 佳 张志媚

责任编辑：马 佳