

内容摘要：本文分析 2024 年一季度广东消费品市场运行特点及存在问题，预判上半年走势，并提出相关对策建议。

关键词：2024 年一季度 消费 零售

今年以来，广东各地各部门聚焦商贸消费、文旅消费，紧抓春节消费旺季窗口期，扎实推动扩内需促消费政策落实落细，消费品市场总体延续恢复态势。进入3月份，受春节后消费需求季节性回落影响，社会消费品零售总额增速有所放缓。

一、一季度广东消费品市场运行特点

（一）社会消费品零售市场平稳恢复。

一季度，全省实现社会消费品零售总额 12216.59 亿元，同比增长 3.8%，增速较 1—2 月回落 2.3 个百分点；两年平均增长 4.4%，较 1—2 月加快 0.5 个百分点。

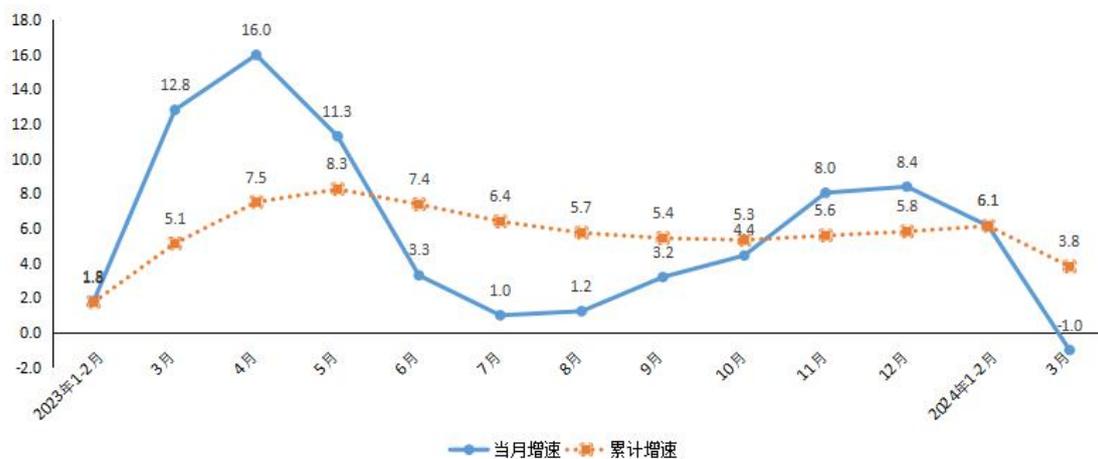


图 1 2023 年以来广东社会消费品零售总额分月增速

按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 10678.15 亿元，增长 3.6%；乡村消费品零售额 1538.44 亿元，增长 5.5%。按消费形态分，商品零售额 10754.75 亿元，增长 3.6%；餐饮收入 1461.85 亿元，增长 4.9%，商品零售、餐饮收入同步增长。

（二）近八成主要商品零售额保持增长。

一季度，全省限额以上单位 18 类主要零售商品类别中，14 类商品零售额同比保持增长，4 类商品零售额增速高于 1-2 月。

1. 基本生活类商品零售保持快速增长。一季度，全省限额以上粮油、食品类，饮料类，烟酒类商品零售额同比分别增长 10.7%、12.5%、10.3%，共拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.6 个百分点。其中，粮油、食品类 3 月当月增长 13.3%，较 1—2 月加快 3.7 个百分点，为 2023 年 10 月以来最高增速。

2. 部分消费升级类商品增势良好。一季度，全省限额以上通讯器材类、家用电器和音像器材类商品零售额同比增长 13.5%、6.8%，共拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.1 个百分点。化妆品类增长 9.5%，拉动全省限额以上单位商品零售额增长 0.3 个百分点，其中 3 月当月增长 10.1%，较 1—2 月加快 1.0 个百分点。户外健身运动需求持续释放，体育、娱乐用品类增长 17.1%，拉动全省限额以上单位商品零售额增长 0.2 个百分点。

（三）线上消费保持较强拉动作用。

一季度，在京东“百亿补贴”、唯品会“女神节”等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 9.2%，增速比限额以上单位商品零售快 5.7 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 3.2 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36.9%，较上年同期提高1.7个百分点。网上零售继续发挥着较强的消费拉动作用。

（四）住宿餐饮业营业额稳定增长。

春节假期消费者出游热情高涨，在上年高增速的背景下，一季度全省限额以上单位住宿业、餐饮业营业额分别增长6.0%、6.5%。其中，餐费收入增长6.9%，客房收入增长2.9%。在线订餐订房等网上消费增长较快。通过公共网络实现的餐费收入、客房收入增长18.2%、36.6%，分别拉动餐饮收入、客房收入增长3.2个、6.7个百分点。

（五）21个地市均保持增长。

一季度，21个地市社会消费品零售额同比实现增长，其中深圳、佛山、惠州、汕尾、东莞、中山、潮州、揭阳等8市增速高于全省水平。

与1—2月相比，肇庆唯品会新增货仓，带动全市社零增长3.2%，比1—2月提高1.0个百分点，其他20个地市增速均有不同程度回落，其中东莞、珠海分别回落5.2个、4.3个百分点。

二、上半年走势预判和相关建议

2024广东省消费品以旧换新行动暨“家520”购物季(夏季促消费)活动于4月28日正式启动，随着各项促消费政策的落地

实施，消费市场活力有望进一步增强，叠加广交会、“五一”节假日的到来，商务活动和旅游持续恢复，全省消费市场将继续回暖向好。但受上年二季度消费增速前高后低态势影响，叠加入汛以来全省降雨显著偏多，预计4、5月份消费增速会有所波动，但整体将保持较好增长态势。

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）培育壮大新型消费，实施数字消费、绿色消费、文旅消费促进政策。

持续推动传统商贸企业充分应用各类电子商务模式，加快数字化转型；加快电商载体建设发展，支持直播电商、社交电商等电商业态做大做强，达限纳统；鼓励开展绿色节能家电、环保家具以旧换新活动，推进绿色智能家电家具下乡活动；健全旅游集散中心、景区基础设施、市内交通路网等体系，持续打造有特色、多业态融合发展的文旅夜经济等消费场景。

（二）加快消费品以旧换新政策落地，稳固大宗消费市场有序恢复态势。

进一步精细化制定汽车消费补贴，相关政策要应出尽出，稳定消费者预期。可针对燃油车、新能源车实行分层次、分批次贯穿全年的计划性补贴，保障车展频次、汽车销售活跃度。整合多

方资源，广泛开展各类家具购物节、展销会、家居换新促销活动，打通耐用消费品以旧换新的回收堵点。简化补贴申请流程，提高补贴发放效率，让消费者能够方便快捷地享受到政策优惠。

（三）持续优化消费环境，让居民敢消费、愿消费、乐享高品质消费。

加强重点领域消费品质量安全监管，加大市场流通领域执法力度，构建消费市场主体“全维度”防护网，确保公平公正经营、放心舒心消费；针对当前消费领域的热点，开展宣传咨询及消费监督活动；更好发挥主流媒体对消费促进的影响力和引导力，保护消费者合法权益，增强消费信心。

供稿单位：贸易外经统计处

撰 稿：吴 娱

责任编辑：马 佳