

内容摘要：本文分析 2024 年前三季度广东消费品市场运行特点，预判全年走势，并提出相关对策建议。

关键词：2024 年前三季度 消费 零售

三季度以来，随着新一轮消费品“以旧换新”补贴方案落地，电子产品、家电等升级类产品实现恢复性增长，线上消费增速回升，新能源汽车增速加快，但受燃油车、石油等大宗商品消费低迷影响，广东社会消费品零售总额增速有所放缓。

一、运行特点

（一）社会消费品零售市场稳中趋缓。

前三季度，广东实现社会消费品零售总额 35371.27 亿元，同比增长 0.7%，增速比上半年、1—8 月回落 0.5 个、0.1 个百分点。9 月当月，社会消费品零售额下降 0.3%，降幅比上月收窄 0.5 个百分点。（见图 1）

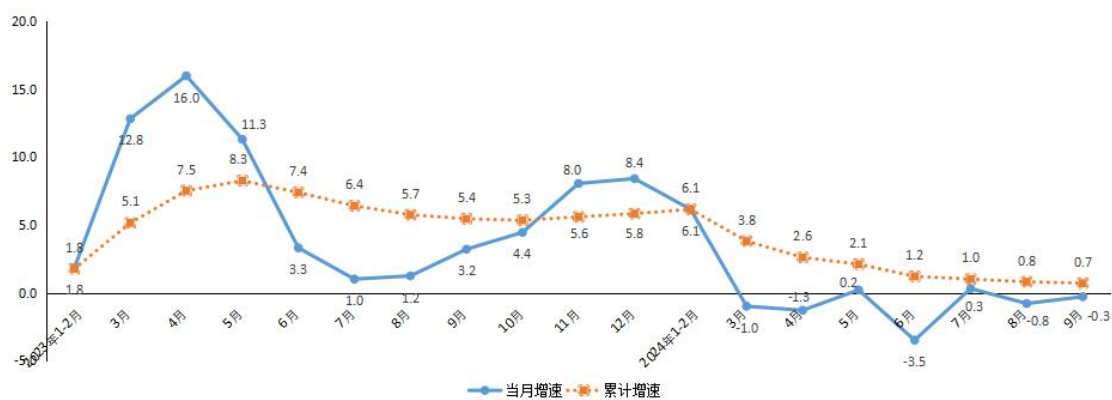


图 1 2023 年以来广东社会消费品零售总额分月增速

按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 30843.62 亿元，增长 0.3%；乡村消费品零售额 4527.65 亿元，增长 3.3%。按消费形态分，商品零售额 31029.92 亿元，增长 0.4%；餐饮收入 4341.35 亿元，增长 2.9%。

（二）十类主要商品零售额保持增长。

前三季度，限额以上单位 18 类主要零售商品类别中，粮油食品类商品保持两位数增长，日用品、书报杂志、家用电器和音像器材、中西医药品、文化办公用品类、通讯器材等 6 类商品零售额增速高于上半年。（见表 1）

表 1 前三季度限额以上单位主要商品类值零售增速变动表

类别	前三季度		上半年增速 (%)	增速与上半 年比较（百 分点）
	零售额 (亿元)	增速 (%)		
限额以上单位商品零售	12741.67	-2.2	-1.6	-0.6
1. 粮油、食品类	1370.02	10.2	10.7	-0.5
2. 饮料类	242.29	6.3	10.6	-4.3
3. 烟酒类	333.83	1.4	3.4	-2.0
4. 服装鞋帽、针、纺织品类	701.26	-2.2	-1.0	-1.2
其中：服装类	519.40	-1.7	-1.7	0.0
5. 化妆品类	373.24	6.4	10.8	-4.4
6. 金银珠宝类	270.52	-3.5	0.1	-3.6
7. 日用品类	734.51	3.5	3.1	0.4
8. 体育、娱乐用品类	139.15	7.1	10.0	-2.9
9. 书报杂志类	61.60	-8.1	-10.4	2.3
10. 家用电器和音像器材类	773.51	1.9	0.2	1.7
11. 中西药品类	667.65	4.8	4.1	0.7
12. 文化办公用品类	407.33	3.4	-4.7	8.1
13. 家具类	113.60	-4.2	2.9	-7.1
14. 通讯器材类	818.77	1.0	-0.1	1.1
15. 石油及制品类	1759.69	-4.1	-1.6	-2.5
16. 建筑及装潢材料类	43.57	-6.5	-4.7	-1.8
17. 汽车类	3675.51	-9.8	-9.5	-0.3
其中：新能源汽车	1426.26	8.1	3.7	4.4
18. 五金、电料类	19.47	-14.4	-11.6	-2.8

1. 基本生活类商品零售保持稳定增长。前三季度，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 10.2%、6.3%、1.4%，增速比上半年回落 0.5 个、4.3 个、

2.0个百分点,共拉动全省限额以上单位商品零售额增长1.1个百分点,拉动作用减弱0.2个百分点。日用品类零售额增长3.5个百分点,加快0.4个百分点,拉动全省限额以上单位商品零售额增长0.2个百分点。

2.部分消费升级类商品增势良好。9月以来,各地全面启动第二轮家电产品以旧换新,带动电子产品、家电等相关品类商品销售额增速明显加快。前三季度,限额以上文化办公用品类、家用电器和音像器材类、通讯器材类商品零售额同比增长3.4%、1.9%、1.0%,比上半年加快8.1个、1.7个、1.1个百分点,共拉动全省限额以上单位商品零售额增长0.3个百分点,拉动作用提升0.4个百分点。其中,9月当月零售额分别增长52.5%、21.3%、7.0%,增速比上月加快46.7个、20.0个、4.3个百分点,共拉动全省限额以上单位商品零售额增长3.0个百分点。

3.新能源汽车增速加快。三季度,各地加速推进汽车报废更新和置换更新,特斯拉、理想等新能源汽车品牌销量增长明显。前三季度,新能源汽车增长8.1%,比上半年加快4.4个百分点,拉动限额以上单位商品零售额增长0.8个百分点,拉动作用提升0.4个百分点。9月当月,新能源汽车同比增长15.3%,比上月加快4.3个百分点,拉动全省限额以上单位商品零售额增速1.7个百分点,拉动作用提升0.6个百分点。

（三）线上消费增速回升。

前三季度，全省限额以上单位通过公共网络实现商品零售同比增长 4.6%，增速比限额以上单位商品零售快 6.8 个百分点，比上半年加快 0.7 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 1.7 个百分点，拉动作用提升 0.3 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 38.4%，较上年同期高 2.3 个百分点。9 月，京东、唯品会等综合电商平台陆续上线以旧换新专场，全省限额以上单位通过公共网络实现商品零售增长 13.1%，增速比 8 月加快 10.0 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 4.4 个百分点，拉动作用提升 3.3 个百分点。

（四）16 个地市社零额同比增长，16 个地市增速回落。

前三季度，16 个地市社会消费品零售额同比实现增长，其中佛山、韶关、惠州、汕尾、中山、湛江、肇庆、潮州、云浮等 9 市增速高于全省水平。

与上半年相比，广州、河源、肇庆增速分别加快 0.1 个、0.3 个、0.6 个百分点，湛江、茂名持平，其他 16 市增速均有不同程度回落，揭阳、东莞、珠海分别回落 3.1 个、1.4 个、1.2 个百分点。

（五）零售额百强企业拉动作用提升，但增速呈分化趋势。

前三季度，全省零售额前 100 名企业单位合计实现零售额 4688.60 亿元，占全省限额以上批发和零售业法人零售额

的 36.8%，零售额同比增长 3.3%，比上半年加快 0.5 个百分点，增幅高于全省批发和零售业平均水平 5.5 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 1.1 个百分点，拉动作用提升 0.1 个百分点。从具体企业经营情况看，百强企业中，前三季度零售额增速比上半年加快的有 32 家，增速较上半年回落的 66 家¹。

二、全年走势预判和相关建议

今年以来，全省社会消费品零售总额累计增速呈逐月回落态势，从月度运行情况看，仅 5 月和 7 月实现正增长，消费市场恢复缓慢。展望四季度，消费品市场运行有回升的基础，但也面临挑战。

有利因素有：10 月，全省新入库批零住餐单位创今年以来新高，为社零总额的增长提供重要支撑。其次，京东、淘宝等电商平台“双十一”预售活动启动，与以旧换新政策协同发力，进一步激发居民消费潜力。三是第二轮以旧换新政策不仅提升了补贴金额，还扩大了补贴范围，在前期汽车、家电等消费品的基础上增加了平板电脑、家具、建材、电动自行车等品类。四是 9 月 29 日央行发布公告引导存量房贷利率批量下调，各家商业银行原则上在 2024 年 10 月 31 日前对符合条件的存量房贷开展批量调整，消费需求的提振效果有望在四季度逐渐显现。

¹ 剩下的两家百强企业，一家为三季度新入库企业，一家为批发转零售企业，增速不可比。

不利因素有：受上年较高基数影响，四季度汽车类商品零售额降幅能否延续收窄态势有待观察。二是大宗商品价格呈下降趋势，加之新能源汽车的替代效应，石油类商品零售持续回调的趋势短时间内难以扭转。

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）多措并举提高消费品以旧换新活动效果。

扎实推进消费品以旧换新政策落地见效，注重促消费扩内需等相关政策有效衔接，最大限度释放政策红利，不断培育壮大消费新增长点。围绕家电、家装、汽车、电动车等重点领域，坚持“政策+活动”双轮驱动，实施覆盖全年的系列促消费活动，激发群众参与热情，营造浓厚的消费氛围。

（二）挖掘商旅、文旅消费，激活住宿餐饮市场。

商旅需求是酒店的主要收入来源之一，但据调研了解，今年以来住宿业企业承接商旅订单明显减少，企业只能通过降低房价的方式提高入住率，拉低了整体营业额。建议相关部门统筹策划好年底各类展会活动稳定商旅需求，通过“延长时间、扩大空间”，以展会引流量、以流量促消费。同时，抢抓节假日等旅游节点，积极开拓当地特色文旅资源，开展文旅消费促进活动，吸引更多省内外游客，赋能住宿餐饮消费市场。

（三）拓展消费新场景新模式，推动服务消费扩容升级。

服务消费已成为我国居民消费增长最快、热点最多、潜力最大的领域，市场规模持续扩大。相关主管部门要落实国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，支持服务消费重点领域高质量发展。通过多方联动、跨界合作、整合资源的方式，满足消费者日益多样化需求，培育服务消费新增长点。

（四）提高消费者收入预期，激发居民消费热情。

持续推进积极的就业政策，加大就业创业扶持力度，推动企业发展壮大，增加岗位和收入来源，提高居民收入水平。加强股市监管，推动股市回暖，提高房地产金融支持效能，助力房地产市场平稳发展，带动居民存量财富增长、财富感提升，进而提振消费信心，激发消费欲望。

供稿单位：贸易外经统计处

撰 稿：马 佳 吴 娱 张志媚

责任编辑：马 佳