

内容摘要：本文分析 2024 年广东消费品市场运行特点，对 2025 年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：2024 年 消费 零售

2024年，全省各地区各部门深入贯彻落实党中央、国务院关于消费品以旧换新决策部署，积极推动一系列扩内需促消费政策发力显效，基本生活类和部分升级类商品销售增势较好，家电、家装类商品销售稳步恢复，消费市场在新业态新热点带动下实现平稳增长。2024年，全省共实现社会消费品零售总额47872.80亿元，同比增长0.8%，增速比前三季度小幅加快0.1个百分点。

一、运行特点

2024年，全省社会消费品零售总额总体平稳增长。2024年年初，受上年低基数影响，社会消费品零售额高位开局同比增长6.1%，进入3月份，受春节后消费需求季节性回落影响增速放缓，一季度增长3.8%；二季度，受入汛以来极端天气影响，叠加上年同期较高基数，增速持续放缓，上半年增长1.2%；三季度起，第一轮消费品以旧换新政策效果逐步显现，7月当月社会消费品零售总额增速转正，但8、9月份大宗商品消费再度转弱，增速呈回落态势，前三季度增长0.7%；进入四季度，全省第二轮加力以旧换新政策效应显现，叠加电商平台“双十一”促销活动，连续两月月度增速实现正增长，全年增长0.8%。

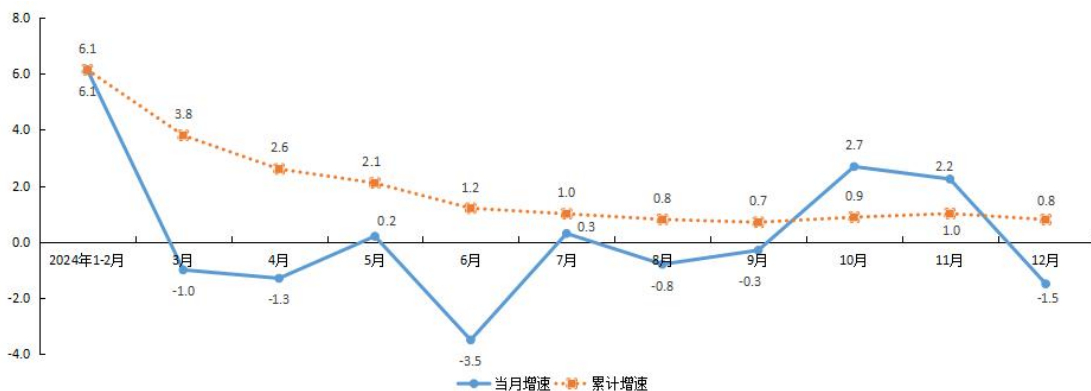


图 1 2024 年广东社会消费品零售总额分月增速

按经营单位所在地分，城镇消费品零售额 41662.67 亿元，同比增长 0.7%，增速比三季度加快 0.3 个百分点；乡村消费品零售额 6210.13 亿元，增长 1.7%。按消费形态分，商品零售额 41967.86 亿元，增长 0.6%，加快 0.2 个百分点；餐饮收入 5904.94 亿元，增长 2.5%。

（一）六成以上商品类值实现增长。

2024 年，限额以上单位 18 类主要零售商品类别中，11 类商品零售额保持正增长，其中粮油食品类、体育娱乐用品类、家用电器和音像器材类、文化办公用品类、家具类、建筑及装潢材料类等 6 类商品零售额保持两位数增长；10 类商品零售额增速高于或降幅低于前三季度，其中建筑及装潢材料类、家具类、家用电器和音像器材类增速比前三季度分别提高 23.1 个、16.9 个、14.8 个百分点。（见表 1）

表 1 2024 年限额以上单位主要商品类值零售增速变动表

类别	2024 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 (%)		
限额以上单位商品零售	18035.70	-1.6	-2.2	0.6
1. 粮油、食品类	1890.43	11.0	10.2	0.8
2. 饮料类	311.63	3.3	6.3	-3.0
3. 烟酒类	447.10	1.6	1.4	0.2
4. 服装鞋帽、针、纺织品类	1007.92	-2.4	-2.2	-0.2
其中：服装类	752.18	-1.4	-1.7	0.3
5. 化妆品类	526.86	4.9	6.4	-1.5
6. 金银珠宝类	368.35	-6.1	-3.5	-2.6
7. 日用品类	1034.73	5.6	3.5	2.1
8. 体育、娱乐用品类	208.62	11.8	7.1	4.7
9. 书报杂志类	89.70	-7.4	-8.1	0.7
10. 家用电器和音像器材类	1270.56	16.7	1.9	14.8
11. 中西药品类	922.80	3.4	4.8	-1.4
12. 文化办公用品类	618.11	11.7	3.4	8.3
13. 家具类	204.39	12.7	-4.2	16.9
14. 通讯器材类	1160.34	-1.5	1.0	-2.5
15. 石油及制品类	2280.85	-7.0	-4.1	-2.9
16. 建筑及装潢材料类	74.35	16.6	-6.5	23.1
17. 汽车类	5255.37	-10.6	-9.8	-0.8
其中：新能源汽车	2085.00	6.1	8.1	-2.0
18. 五金、电料类	27.57	-10.8	-14.4	3.6

(二) 日常生活类商品零售额保持稳定增长。

2024 年，限额以上单位粮油、食品类，饮料类，烟酒类商品零售额同比分别增长 11.0%、3.3%、1.6%，共拉动全省限额以上单位商品零售额增长 1.1 个百分点。其中，粮油、食品类，烟酒类商品零售额增速比三季度分别加快 0.8 个、0.2 个百分点。日用品类零售额增长 5.6 个百分点，加快 2.1 个百分点，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 0.1 个百分点。

2025年春节较2024年提前12天,部分年货相关品类销售有所加快。12月份,粮油、食品类,烟酒类,服装鞋帽针纺织品类,化妆品类同比分别增长14.1%、15.2%、0.9%、3.2%,增速比11月份分别加快0.7个、18.8个、8.0个和11.3个百分点。

(三) 以旧换新相关商品销售回暖。

在消费品以旧换新加力措施落地见效带动下,相关商品销售向好。一方面,家电类产品需求加速释放。自2024年9月份开始,全省全面推进第二轮家电产品以旧换新,统筹线上、线下方式同步销售,带动美的、TCL、格力、小米等本土品牌家电、电子产品商品销售明显加快,限额以上单位家用电器和音像器材类、文化办公用品类零售额均连续4个月两位数增长。2024年,家用电器和音像器材类、文化办公用品类累计分别增长16.7%、11.7%,分别比前三季度加快14.8个、8.3个百分点,共拉动全省限额以上单位商品零售额增长1.3个百分点,拉动作用提升1.1个百分点。另一方面,家居类商品零售额增速由负转正。四季度,各地家装厨卫“焕新”补贴核销提速,家装类消费潜力加速释放。索菲亚、尚品宅配、志邦家居等全屋定制品牌销售明显加快,带动家具类、建筑及装潢材料类零售额增速由负转正,月度增速连续3个月实现两位数增长。家具类、建筑及装潢材料类累计增速分别由前三季度的-4.2%、-6.5%,提升至全年的12.7%、

16.6%，分别加快 16.9 个、23.1 个百分点，共拉动全省限额以上单位商品零售额增长 0.2 个百分点，拉动作用提升 0.3 个百分点。

（四）16 个地市社零额同比增长，12 个地市增速加快。

2024 年，16 个地市社会消费品零售额同比实现增长，8 市增速高于全省水平，其中，汕尾、惠州、潮州、肇庆分别比全省平均水平高 1.7 个、1.6 个、1.5 个、1.0 个百分点。与前三季度相比，12 个地市增速有所提升，其中，珠海、东莞、阳江增速分别加快 1.2 个、0.9 个、0.9 个百分点。

二、2025 年走势预判和相关建议

展望 2025 年，广东消费品市场发展的支撑因素主要有以下几个方面：一是促消费政策力度不减。中央经济工作会议提出 2025 年实施提振消费专项行动，推动中低收入群体增收减负，提升消费能力、意愿和层级，“两新”政策加力扩围，将手机、平板、智能手表手环等数码产品纳入补贴范围，中央财政已预下达 2025 年消费品以旧换新首批资金，充分保障春节期间人民群众的消费需求；二是消费者需求迭代升级，消费领域创新动能不断增强，新兴消费场景、新业态及创新的消费模式不断涌现，线上线下融合发展，线上对线下赋能，为消费市场持续提质扩容提供新动力；三是市场潜力大。2024 年，广东作为全国第一人口大省，常住人口连续两年实现正增长，消费需求旺盛，消费市场广阔。但也

要看到，当前恢复和扩大消费的基础仍不牢固，居民消费能力和消费信心有待进一步提升。

下阶段，要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。

（一）改善消费者收入预期，增强消费意愿。

持续推进积极的就业政策，突出就业优先导向，确保重点群体就业稳定，加大就业创业扶持力度，积极拓宽居民增收渠道，扩大中等收入群体规模，强化农民增收举措。促进工资性收入合理增长，拓宽财产性收入渠道，提升消费能力，激发消费信心。

（二）推动 2025 年消费品以旧换新活动落地显效。

扎实推进 2025 年消费品以旧换新政策落地见效，注重各阶段促消费扩内需相关政策的有效衔接，最大限度释放政策红利，不断培育壮大消费新增长点。坚持“政策+活动”双轮驱动，抢抓春节、“五一”等重要消费节点时机，重点聚焦汽车“换能”、家电“换智”、家居“换新”等消费品以旧换新领域，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。

（三）创新消费产品服务供给，保障消费质量。

大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点，促进新能源汽车、电子产品等大宗消费。加强文旅、

体育等服务消费领域标准研制，提升文化、旅游、体育等消费基础设施，改善消费软环境，让群众放心、安心、舒心消费。

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