# 江苏省2024年全省消费品市场运行情况分析

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-04-26

*第一篇：江苏省2024年全省消费品市场运行情况分析2024年全省消费品市场运行情况分析2024年，面对复杂多变的国内外经济形势，全省上下认真贯彻落实科学发展观，努力克服国际金融危机对消费品市场带来的不利影响，相继出台了一系列拉动内需、促进...*

**第一篇：江苏省2024年全省消费品市场运行情况分析**

2024年全省消费品市场运行情况分析

2024年，面对复杂多变的国内外经济形势，全省上下认真贯彻落实科学发展观，努力克服国际金融危机对消费品市场带来的不利影响，相继出台了一系列拉动内需、促进消费的政策措施，着力引导商贸企业开展各类促销活动，全省消费品市场呈现运行平稳、购销两旺的良好态势。

一、消费品市场运行的基本情况

（一）市场规模稳步扩大，零售总额创历史新高

2024年，全省实现社会消费品零售总额11484.1亿元，同比增长18.9%，增幅比2024年回落4.4个百分点。从增幅看，自5月份开始，月度增幅持续稳定在17.7%以上，并呈逐步走高之势，10、11、12三个月增幅均超过20%。

图12009年全省月度消费品零售总额及增速

从全国看，2024年江苏社会消费品零售总额低于广东(14891.8亿元)、山东（12363.0亿元)，居全国第三位；增幅高于全国增幅3.4个百分点，列全国第20位，山东列第13位，广东列第27位，浙江列第28位，上海列第21位。

（二）城乡市场同步发展，农村市场日趋活跃

2024年，全省认真落实国家《关于搞活流通扩大消费的意见》，利用城市化进程加快契机，不断改善城市消费环境，全面推进国家“家电下乡”和“汽车下乡”政策措施，城乡居民消费需求明显增强，消费潜力得到有效释放。2024年全省市实现社会消费品零售总额8471.5亿元，同比增长19.0%，增幅比上年回落4.8个百分点；县及县以下市场实现零售额3012.6亿元，同比增长18.4%，增幅比上年回落3.5个百分点，城乡市场的增幅差距由上年同期的1.9个百分点缩小至0.6个百分点。农村市场发展有所加快。从2024年2月1日开始实施“家电下乡”，全省共销售家电161.5万台，实施财政补贴4.0亿元，实现零售额33.8亿元，占全省限上贸易企业零售额的0.9%，拉动全省县及县以下市场零售额增幅0.2个百分点，对活跃农村市场作用明显。

（三）批发零售业占市场主导，住宿餐饮业增长较快

2024年，我省批发零售业积极应对国际金融危机影响，扩大经营规模，调整经营策略，产业化程度不断提高，行业优势日益明显。2024年全省批发零售业实现零售额9892.4亿元，同比增长18.3%，其中限额以上企业增长17.3%，限额以下企业增长19.0%。随着城乡居民收入的稳定增长，城乡居民消费观念有所改变，外出就餐逐渐增多，加之旅游不断回暖升温，2024年住宿餐饮业依然保持较快增长，当年全省住宿餐饮业实现零售额1485.3亿元，同比增长22.5%，增幅快于批发零售业4.2个百分点。

图22009年各行业占零售额比重

（四）限上贸易企业支撑作用明显，消费热点引领市场

2024年末，纳入全省限上贸易统计的企业单位数为7993家，实现零售额4045.8亿元，同比增长17.3%，占全省消费品零售总额的35.2%，比上年30.5%提高4.7个百分点。从全年限上贸易企业分月零售额增幅看，其增长趋势与全省消费品零售总额增长趋势相似，呈现先抑后扬的态势，限上贸易企业拉动零售额增长明显。

图32009年限额以上贸易企业月度零售额及增幅

从限上贸易分类零售额看，消费热点持续活跃。2024年受国家“汽车下乡”、税费减免、以旧换新等利好政策推动，汽车销售呈现快速增长势头，全年实现零售额1128.0亿元，同比增长36.3%，占限上贸易企业零售额的27.9%，拉动限上贸易企业零售额增长4.8个百分点，对全社会消费品零售额增长贡献1.9个百分点。2024年限上家俱类和中西药品类分别实现零售额26.9亿元和249.2亿元，同比分别增长49.0%和18.5%。另外，占限上贸易企业零售额权重较大的居民基本生活必需品，服装、鞋帽、针纺织品类和食品、饮料、烟酒类同比分别增长16.3%和8.0%。

（五）各地零售额平稳增长，苏中增速有所加快

2024年全省13个省辖市消费品市场均呈现平稳增长的良好势头，依据第二次经济普查，对2024和2024年各市零售额修订后，零售额位居前三的依次是苏州市、南京市和无锡市，分别实现零售额2024.8亿元、1935.5亿元和1542.7亿元，三市零售额占全省零售总额的47.9%。苏南、苏中、苏北分别实现零售额6872.3亿元、2160.2亿元和2451.6亿元，各占全省零售总额的59.8%，18.8%和21.4%。

（六）新型流通业态发展加快，重点交易市场成交平稳

近几年，全省连锁经营、物流配送、电子商务、特许经营和重点交易市场得到较快发展，为繁荣市场、扩大就业、方便居民和促进流通发挥了积极的作用。2024年末，全省批发零售和住宿餐饮连锁总店207家，比2024年末增加31家；含外省在江苏开设连锁分店，连锁门店合计17235个，比上年末增加867个；营业面积合计1677.7万平方米，比上年末增加了214.6万平方米，同比增长14.7%；连锁经营从业人员38.2万人，比上年末增加2.4万人。2024年批零和住餐连锁经营实现销售总额3721.6亿元，其中实现零售额2505.2亿元，分别增长9.1%和8.6%，扣除我省总店在省外分店商品零售额，连锁经营实现的零售额占全社会消费品零售总额的17.0%。

重点交易市场成交平稳。2024年底，全省现有年成交额达亿元以上的大型

商品交易市场528个，比去年减少了6个，但亿元以上市场成交额有平稳增长，2024年全省亿元以上重点交易市场累计成交9225.9亿元，按可比口径，同比增长6.2%，平均每个市场成交额达17.5亿元。从市场的经营方式看，批发市场271个，零售市场257个，分别实现成交额7831.3亿元和1394.7亿元，同比增长

5.9%和7.5%。从市场类别看，综合市场167个，专业市场361个，其它市场13个，分别实现成交额1482.6亿元、7743.3亿元和51.3亿元，同比增长10.8%、5.3%和5.2%。

二、当前消费品市场需要关注的有关问题

2024年全省消费品市场保持平稳较快增长，主要得益于国家一系列扩内需、促消费的经济刺激政策措施，对消费需求的拉动效应；得益于全省经济进一步企稳向好，各项主要经济指标好于预期，好于全国平均水平，不断提振城乡居民的消费信心；得益于全省不断提高低收入人群的收入水平，调整离退休人员的工资，加大农村居民的社会保障力度，城乡居民实际消费能力和消费意愿得到进一步提升；得益于全省商贸企业能够积极应对金融危机影响，采取打折、优惠、提高服务质量等各种措施，对消费增长的助推作用。从我省2024年消费品市场发展看，尽管保持了平稳较快增长的发展态势，但有些问题必须引起足够的重视。

一是经济发展的不确定性对消费需求的影响依然存在。虽然我省经济运行逐步企稳回升向好，但江苏能够持续发展受益于外向型经济，也受制于全球经济走势，巩固和发展经济转暖回升任务依然艰巨，未来经济发展仍然存在不确定性，宏观经济的好坏直接制约城乡居民消费，短期内大幅度扩大消费的难度仍较大。二是促进经济增长与抑制通胀的矛盾日益突出。从我国整个经济环境看，2024年是我国经济发展最困难的一年,2024年将是最复杂的一年，保持经济平稳较快发展、调整经济结构、管理通胀预期，将是2024年我国经济宏观调控三大主要任务。目前我国经济的主要矛盾已不再是（保）增长问题,而是防止流动性过剩与资产严重泡沫,以及与此相关的通货膨胀问题，宏观经济环境的变化对消费的影响不容忽视，要把握好经济增长与抑制通胀压力的最佳平衡点，治通胀、调结构与保增长不可偏废。

三是刺激消费政策措施的持续性不容乐观。2024年，在国家实施燃油税改革、小排量汽车车辆购置税减半、“汽车下乡”等一系列政策的推动下，城乡居民购车需求得以充分释放，全省汽车销量持续攀升，汽车销售持续活跃，随着2024年汽车优惠政策力度减小，加上道路堵、停车难、油价高等因素也使汽车高速增长难以为继。同样，尽管“家电下乡”、“以旧换新”政策大力推动，加之我省地区经济发展差异，城乡居民购买家电的热情远未达到预期效果，2024年全省扩大消费政策的边际效应有可能递减，对消费的拉动作用也可能逐步减弱。

四是城乡居民收入增长放缓制约消费增长后劲不可轻视。2024年全省城镇居民人均家庭总收入22495元，同比增长11.5%，增幅同比回落2.4个百分点，全省农村居民人均纯收入8004元，增长8.0%，增幅同比回落3.3个百分点，城乡居民收入明显放缓，而收入对消费的影响有一定的滞后性，加之教育、医疗、住房等消费支出不断增加，居民消费心理和消费意愿必将受到影响，这些均对未

来消费的增长产生一定的抑制作用。

三、2024年消费品市场展望及有关建议

2024年全省经济将继续呈现较好的发展态势不容置疑，在省委、省政府“稳增长、调结构、抓创新、惠民生” 的政策主导推动下，支撑消费品市场发展的诸多有利因素仍将延续：良好的宏观经济运行环境将继续有利于居民消费需求的扩大；“扩消费、拉内需”经济刺激政策的继续实施有利于消费稳定增长；全省力争到2024年底所有涉农县(市、区)全部推行新农保会提升农村居民的消费潜力；政府改善民生及各项社会保障制度的完善等扩大消费需求政策的效应也将继续显现。面对新的形势、新的任务和新的压力，我们认为，2024年我省消费品市场发展主要在以下几个方面下功夫。

一要继续提高城乡居民收入水平，切实增强消费增长后劲。居民购买力的增加是支撑消费市场稳定增长的重要因素，因此，提高城乡居民收入水平是扩大消费需求、促进消费不断增长的关键。要积极推进收入分配制度改革，完善按劳分配为主体、多种分配方式并存的分配制度；加大收入分配调节力度，建立健全居民收入增长长效机制；要加快农业结构调整，让农民在农业功能拓展中获得更多收益，多渠道促进农民增收；要想方设法增加就业，不断提高最低工资保障标准，增加中低收入家庭的收入水平。

二要积极培育消费热点，不断扩大新型消费。要针对城乡居民不同的消费需求和我省经济发展的区域特点，制定不同的扩大消费政策。要重视休闲产业的培育，拓展电子信息、通信产品、教育培训、家政服务、文化娱乐、体育健身、休闲旅游等消费。要积极推动特色商业街建设，扶持“老字号”的创新发展形成有一定规模，能够吸引人气的核心商圈。要大力促进节假日和会展消费，利用节假日闲暇时间多、喜庆气氛浓、群众购买欲望强的特点，积极开展各类营销活动，扩大市场销售。要积极扩大旅游消费，旅游业涉及行业广，产业链长，对消费影响明显。要全面整合旅游资源，精心设计、开发市场需要的旅游精品项目，大力培育风格各异、各具特色的度假旅游、文化旅游、休闲旅游、生态旅游，对度假、文化、休闲、生态旅游企业在税收、用电等方面给予优惠政策。要加大宣传力度，提升服务水平。

三要加大农村流通网络建设力度，积极推动农村消费。继续加大对农业和农村投入力度，扩大公共财政对农村的覆盖范围，用足用好国家惠农政策，以此为契机，健全和发展农村商业网点，加强农村消费市场建设，降低农村市场流通成本。要进一步扩大“万村千乡”市场工程农家店覆盖面，强化农村商品配送中心的商品采购、储存、加工、编配、调运、信息等功能，增加统一配送的商品品种，降低经营成本。健全农业市场信息服务体系，强化信息引导和产销衔接，完善农产品运输绿色通道政策，降低农产品流通成本和损耗，着力解决农产品“卖难”问题。要切实加强农村市场监管，打击假冒伪劣，保证农村正常健康的市场交易秩序。

**第二篇：2024年上半年消费品市场运行分析**

今年上半年，我市消费品市场继续保持平稳较快增长态势，全市实现社会消费品零售总额548.8亿元、同比增长17.2%，增幅与全省平均增幅持平，在全省排名第5位。

一、消费品市场运行主要特点

（一）城乡市场共同发展，乡村增幅高于城镇。随着全市经济发展的加快，城乡居民收入的稳步提高，消费环境的不断改善，以及万村千乡市场工程、家电下乡、摩托车下乡、家电以旧换新等拉动城乡消费政策效应的继续放大，城乡市场实现全面增长。从全市情况来看，城镇市场消费仍占重要地位，但增幅低于农村市场0.2个百分点。上半年，城镇实现消费品零售额438.4亿元，同比增长17.2%，占全市社会消费品零售总额的79.88%；乡村实现消费品零售额110.4亿元，同比增长17.4%，占全市社会消费品零售总额的20.12%。

（二）限上企业提质扩容，销售规模快速增长。上半年，全市拥有限额以上批发零售企业和个体户1396家，住宿餐饮企业和个体户615家，合计2024家，比上年增加近800家，增长60%。其中，个体户入限数量增加，占全市限上企业的47.6%。全市限上企业零售额为327亿元，同比增长27.2%，占全社会消费品零售总额比重59.6%，限下单位零售额为221.9亿元，同比增长5%，限上企业增幅高于限下企业22个百分点。限上企业中，个体经营户充分发挥自身优势，实现较快发展，批发零售、餐饮住宿分别实现增幅30.8%和20.5%，均高于行业平均增幅。

（三）消费高峰相对集聚，市场热点相对集中。从时间看，假日经济日益明显。“元旦”、“春节”、“ 情人节”、“三八节”、“五一”等假日消费热潮迭起，上半年，市区大型百货商场销售6成在节假日实现，中央百大节假日销售占比高达71.05%。从空间看，商圈经济持续给力。上半年中心商圈内骨干零售企业实现销售35.65亿元，同比增长29.2%，增幅高于消费品零售总额增幅12个百分点，占全市骨干企业总销售额的85%。从品类看，高端品牌快速升温。随着居民收入的增长、消费观念的转变，以及房地产调控政策影响，投资性消费、奢侈品消费促进了一线品牌、高端商品销售快速增长。上半年，黄金珠宝、名品腕表、高档名酒、品牌服装和乘用车热销，同比分别增长60.97%、60.56%、36.86 %、38.83%和42%。

（四）零售业态支撑明显，骨干企业稳步提升。零售业仍然是我市消费品市场的中流砥柱，在“扩内需、促消费”的政策引导下，商家适时调整商品结构和营销策略，适应消费需求、开展特色经营，开展了系列营销活动，消费品市场一派繁荣兴旺景象。上半年零售业实现零售额389.7亿元，较上年同期增长25.2%，占全市社会消费品零售总额的71%，其中，18家骨干零售企业实现销售额42亿元，同比增长28%。

（五）彰显特色提升品位，餐饮住宿兴旺繁荣。上半年，大型住宿企业和特色餐饮店抓特色提服务，取得较好的经营业绩，全市住宿和餐饮业实现零售额67.5亿元，较上年同期增长16.8 %，其中住宿业实现销售总额4.6亿元，较上年同期增长46.4%，高于社会消费品零售总额增幅29个百分点，增幅明显。市区10家骨干餐饮企业共实现营业额2.5亿元，同比增长22.13%，其中云泉山庄、开元宾馆增速最高，分别增长68.6%、33.83%。主要有三个方面的特点：一是商务活动增多拉动团体消费快速增长。徐州作为区域中心城市，伴随对外开放和区域辐射力的增强，餐饮住宿企业明显感到商务会议多、旅游团队多，上半年开元承办会议300多场次，市内四星以上宾馆入住率平均在76%左右。二是滨水商业特色休闲街区建设催生和集聚了一批特色高档餐饮消费。在传统餐饮企业重特色灵活经营、促消费提升服务，推动大型宴席保持稳步增长的同时，南湖水街、滨湖新天地、彭城一号等特色餐饮集聚区成为餐饮业发展的新亮点。三是放心早餐等食品安全工程的推动，带动了家庭餐饮社会化的理念变革。四是物价上涨压力加大，住餐标准普遍上调。受原材料、用工成本上升等因素影响，市区餐饮住宿标准较去年平均上调20%左右。

二、消费品市场快速增长的支撑因素

（一）内需利好政策刺激消费。近年来，国家相继出台了一系列扩内需、保增长的政策措施，加大了扩大内需政策力度，家电、摩托车下乡及家电以旧换新等政策的持续实施有效拉动了我市大宗、大件商品的消费能力。据统计，上半年，全市家电下乡累计销售37.24万台（件），销售金额8.4亿元；家电以旧换新累计销售五大类家电4.64万台（件），销售额2.08亿元。仅家电下乡和家电以旧换新就拉动消费达10亿元以上。

（二）商贸设施建设催生消费。近年来，市委、市政府不断提高“三重一大”项目中商贸设施建设的比重，随着投入的加大，一批高品位、高档次的特色商业街区陆续建成开业，并成为新的商务休闲集聚区，为商贸流通业的跨越式发展带来了新的空间和机遇。同时，交通环境和条件的改善拉近了城市间距离，再加上近两年淮海经济区8个核心城市共同打造区域间协作带来的商机和影响，使徐州成为区域总部经济的中心，带动了商务消费的快速增长。

（三）假日经济和旅游拉动消费。上半年，各商业企业充分利用节假日的重要商机，广泛开展打折让利、有奖销售、购物积分、厂家直销等形式多样的促销活动。据不完全统计，上半年，市区主要商家举办各类促销活动达800多场(次)，有效拉动了消费增长。餐饮市场异常红火，各特色餐饮店在假日出现了座无虚席、一桌难求的火爆场面。同时，随着我市旅游经济的发展，带动了吃、住、行、游、娱、购等相关产业，商务活动增加、晚间经济增长、商贸餐饮旅游关联产业的良性互动，也成为拉动我市消费品市场增长的一大亮点。

（四）物价上涨拉动消费名义增长。上半年，在猪肉等主要生活必需品价格上涨的带动下，我市居民消费价格指数不断攀升，CPI同比上涨了5.2%，过快的物价上涨对人民生活水平产生了一定影响，在推动食品等居民刚性消费快速增长的同时，也推高了餐饮业的经营成本，拉动了餐饮在内的整体消费品市场的名义增长。

三、消费品市场增速的制约因素

今年是“十二五”规划的开局之年，国家更加强调提高居民的收入水平，改善民生，这对消费品市场将会起到积极的促进作用，但CPI的高位运行，势必影响居民的消费信心。尤其猪肉价格的上涨提高了公众的生活成本，价格何时“降温”成为人们关心的问题。国家对贸经统计方法制度的调整，也对我市2024年社会消费品零售额的增长幅度将会有很大的影响。

（一）限上企业主导地位不突出。限额以上批发零售、住宿餐饮企业具有资金、人力资源、管理、信息资源、渠道网络等优势，起着市场导向作用，引领着市场发展，但我市缺乏本土大型企业集团，限额以上单位比重太小，消费主导地位不突出，导致引领作用弱，拉动消费市场增长力度有限。随着各大型商业集团在周边城市迅速布点开店，我市批发零售业亟待提档升级，否则将面临着高端消费被分流、市场格局被冲击的严峻挑战。

（二）政策调控影响消费品市场。随着汽车、家电等消费的释放，及部分刺激消费政策的逐步退出，汽车等相关商品消费增长将放缓；同时，在国家大力调控房地产市场，抑制房价过快增长的力度不断加大的背景下，房屋成交下降，房地产市场相对疲弱，建筑、装潢、家具、家电等相关消费品消费受到直接影响。由此可见，下半年消费品市场增幅将有所放缓。

（三）乡村市场消费偏低。我市常住人口中乡村人口占全市人口的59%，而上半年乡村消费却只占社会消费品零售总额的20.1%，农村消费仍然不足，农村消费市场增长依旧缓慢。其原因有三：一是农村居民收入仍处于较低水平，与城镇居民可支配收入差距仍然较大，导致农村居民对消费信心不足。二是农村

消费环境仍需改善欠佳。近年来，我市大力推行万村千乡工程，农村流通体系达得到很大改善，但仍存在商业网点分布不尽合理、商品品种不丰富等问题。三是社会保障滞后制约着农村消费市场发展，较高的教育、医疗费用，使得部分农民仍面临上学难、就医难的压力，挤压了农民的消费空间，抑制了即期消费。

**第三篇：2024年海南省消费品市场运行情况分析**

2024年海南省消费品市场运行情况分析

2024年，面对错综复杂的宏观经济形势，国际市场需求萎缩，国内经济增长下行压力增大，市场需求增速放缓，加上部分直接刺激消费的政策陆续退出、高端消费及集团消费回落、消费环境尚不完善等多种不利因素，海南省商贸系统大力推进市场体系建设，积极开展促销活动，全省消费品市场运行保持了平稳较快增长态势。

一、消费品市场运行的基本特点

（一）消费总体平稳，增速位居全国前列。

全年实现社会消费品零售总额971.89亿元，同比增长14%，高于全国平均增速0.9个百分点，增速位居各省市区第3位。其中，限额以上单位实现消费品零售额490.21亿元，增长13.7%；限额以下单位实现消费品零售额481.68亿元，增长14.4%，限额以下企业发展快于限额以上企业。

（二）乡村地区销售增幅高于城镇地区，农村消费市场活力不断增强。按经营地看, 2024年全省城镇地区实现消费品零售额847.82亿元，同比增长13.5%；乡村地区实现零售额124.07亿元，同比增长17.6%。乡村地区消费市场不断扩张，零售额占全省总体比重达12.8%，比去年提高0.6个百分点。

（三）中西部消费增速快于东部，区域发展协调性增强。

按区域分布看，2024年东部地区实现消费品零售额771.51亿元，同比增长13.8%；中部地区实现零售额52.78亿元，同比增长14%；西部地区实现零售额147.60亿元，同比增长15.1%。西部地区消费增长速度最快，高于全省平均增速1.1个百分点。

（四）商品零售增长有所加快，住宿餐饮回落明显。

按消费形态看，2024年全省实现餐饮收入143.43亿元，同比增长11.3%，增速回落8.4个百分点；实现商品零售额828.46亿元，同比增长14.5%，增速提高0.3个百分点。其中，限额以上企业（单位）实现商品零售450.62亿元，增长14.7%，同比上升0.6个百分点。

按分类商品来看，16类商品中有9类同比增速上升，7类增速回落，其中大类商品消费情况如下：

1、吃穿类商品快速增长。2024年，限额以上企业（单位）“吃”类商品实现零售额25.88亿元，同比增长19.2%，增速较去年提高,7.3个百分点。其中，烟酒类增速最快，同比增长24.8%，粮油食品类增长18.3%，饮料类增长11.6%。“穿”类商品实现零售额24.14亿元，同比增长25.7%，增速较去年提高7.6个百分点。其中，服装类同比增长28.4%，比去年提高5.9个百分点。

2、化妆品和日用品类商品增速下滑明显。受离岛免税政策翘尾增长因素消除的影响，2024年全省限额以上企业（单位）化妆品类和日用品类商品零售额同比分别增长22%和26.3%，增速较上年分别回落了51.4和48.1个百分点。

3、金银珠宝类商品消费热度有所减弱。2024年，国际金价暴跌促使消费者投资保值的预期更为谨慎，全省限额以上企业（单位）金银珠宝类商品实现零售额10.11亿元，增长28.8%，较去年同期回落5.6个百分点。

4、建筑装潢、中西药品和家用电器类增速大幅提升。2024年限额以上企业（单位）建筑装潢、中西药品和家用电器类商品零售额同比分别增长62%、63.1%和20.5%，增速较上年分别提高了45.4、34.2和24.2个百分点。

5、汽车类消费恢复增长。2024年汽车消费扭转前两年销售低迷的态势，全省限额以上企业（单位）实现汽车类商品零售额119.30亿元，增长18.6%，增速较上年提高16.3个百分点，比2024年提高20.7个百分点。

6、燃料类商品销售回落。2024年限额以上企业（单位）石油及制品类商品零售额177.33亿元，增长6.4%，增速较上年回落10.7个百分点。

二、各行业销售和营业情况 1、2024年全省批发业实现商品销售额2552.02亿元，同比增长38.6%，增速比去年提高2.3个百分点。其中限额以上销售额2024.79亿元，增长44.7%，同比上升7.5个百分点。2、2024年全省零售业实现商品销售额1027.74亿元，同比增长15.5%，增速比去年下降1.8个百分点。其中限额以上销售额497.13亿元，增长10.3%，同比回落0.2个百分点。3、2024年全省住宿业实现营业额165.59亿元，同比增长15.7%，增速同比上升0.1个百分点。其中限额以上营业额96.17亿元，增长11.2%，同比增速上升4.4个百分点。4、2024年全省餐饮业实现营业额145.87亿元，同比增长19%，增速同比回落5.6个百分点。其中限额以上营业额10.75亿元，下降8.8%，同比增速回落34.4个百分点。

三、影响2024年消费市场的因素分析

（一）有利因素

1、宏观经济持续健康发展，有益于消费稳定增长。目前，我省就业形势稳定，收入分配制度改革全面推进，财政支出不断向民生领域倾斜，且用电量、货运量等经济先行指标趋好，各行业景气指数均稳中有升，表明我省经济2024年有望保持平稳增长态势，有利于带动消费市场增长。

2、“八项规定”对餐饮、娱乐等消费下拉影响逐步减弱。中央下达“八项规定”，倡导厉行节约，严格管理三公经费等政策效果在2024年集中显现，政策公布之初的强力影响目前逐步在消化，部分餐饮企业从效益出发相应转变经营模式、餐品结构，提高了自身创新与服务水平，预计2024年餐饮、娱乐等行业消费将进入正常增长，对消费的下拉作用减弱。

3、扩大消费政策持续发力，推动消费新增长点形成。2024年，我国扩大消费政策总基调不变，但更加注重短期刺激消费与长期培育新的增长点相结合。2024年下半年，国务院相续出台了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》、《关于加快发展节能环保产业的意见》以及《关于加快发展养老服务业的若干意见》等政策措施，从全局发展与长远利益出发，在消费结构升级与消费新增长点培育方面挖掘潜力。信息、环保和健康养老消费不仅可以提高人们生活品质和生产效率，而且具有绿色低碳特点，将成为我国扩大消费需求与经济结构转型的重要推动作用。

（二）不利因素

1、城乡居民收入增长放缓抑制居民消费提升。2024年以来，受经济增速放缓影响，企业效益不佳，尤其是中小企业经营困难，资本市场低迷，农产品价格低速增长，居民的工资性收入、经营性收入以及财产性收入增长均受到影响。2024年，全省城镇居民人均可支配收入和消费支出分别为 22926和 15593元，增长9.6%和7.9%，同比分别下降 4.3和 6.4个百分点；全省农村居民人均纯收入和总支出分别为 8343和 8078元，增长12.6%和9.4%，同比分别回落 2.3和 3.9个百分点。居民收入是决定消费增长的重要因素，收入增速下滑将在一定程度上抑制2024年的消费增长。

2、物价上涨因素影响居民消费预期。2024年，全省居民消费价格总水平比去年同期上涨2.8%，涨幅较去年同期回落0.4个百分点，但仍高于全国平均0.2个百分点。虽然物价涨幅总体明显回落，但与居民日常生活密切相关的食品和居住类价格分别上涨3.9%和3.4%；其中，鲜菜价格涨幅超过两位数，达11.1%；阶梯电价、液化石油气和管道燃气价格上调也促使水、电、燃料价格上涨2.9%。食品和居住类价格的上涨，对中低收入特别是低收入居民的消费影响比较大，对居民消费产生了一定抑制作用。从长期看，物价上涨的累积效应，加大了居民在住房、医疗、教育等家庭保障性支出方面的压力，导致消费意愿降低，即期消费下降，进而影响消费品市场的快速稳定增长。

3、旅游业发展有所放缓，对消费带动减弱。离岛免税政策实施已快三年，对消费拉动影响逐步减弱。2024年全省共接待国内外游客3672.51万人次，增长10.6%，与去年同期持平；实现旅游收入428.56亿元，增长13%，同比下降4个百分点。旅游人数和收入增幅平稳放缓，对消费的带动作用有所减弱。

四、消费市场相关政策建议

（一）提高居民实际收入，为扩大消费打下坚实基础。

收入是消费的基础。一是要建立最低工资调整机制，确保低收入者根本利益得到保障；二是各级政府要继续加大农民增收工作，加强和完善各项农民增收措施，进一步提高农民的收入。落实强农惠农政策，提高农业生产经营和农民转移性收入，逐步提高农民收入水平，缩小城乡收入差距，解决农村有效需求不足的问题，活跃城乡两个消费市场，进一步挖掘和释放城乡消费市场。

（二）继续抓好价格调控工作。

要建立健全重要生产生活资料的调控预案，确保储备到位；要加强价格监测预警，提高监测的时效性、准确性；要进一步加大支农力度，严格清理农副产品流通环节收费。通过保供稳价来释放中低收入群体的消费欲望。

（三）要进一步培育新的消费热点，不断拓展新型消费。

针对我国老龄人口比重提高的国情，积极培育扶持养老、保健等消费业态。各级政府应力争尽快促使财政、税收、金融等配套措施积极跟进，结合海南地域和气候优势，积极打造多元化投资渠道，建设多层次养老、保健消费市场。

促进信息消费发展，打造消费增长新引擎。加快实施“宽带中国”战略、信息惠民工程等，结合地区和行业实际情况，逐步推进信息产业与交通、旅游、医疗等消费领域的融合互通；鼓励智能手机、智能电脑、智能家居等新型信息产品生产和销售，不断开发便民利民的高智能消费产品和服务。

（四）提升旅游业服务品质，发挥旅游的辐射带动作用。

要不断规范旅游秩序，净化旅游环境，增强吃、住、行等旅游服务价格和服务项目的透明度，努力提升服务质量和水平；积极开通旅游城市之间直行航班，不断降低内地赴琼旅游的成本，发挥旅游价格竞争优势；加大旅游资源推介和宣传力度，增强海岛旅游的吸引力；积极争取进一步放宽海南离岛免税政策，进一步提升免税商品档次和服务质量。

**第四篇：2024年上半年消费品市场运行分析总结**

今年以来，尽管受国际金融危机的影响，1-5月我市消费品市场仍保持了平稳发展态势，商品丰富，供应充足，价格平稳，购销两旺，社会消费品零售总额实现24.33亿元，较去年同期增长25.2%。

一、1-5月消费品市场运行的主要特点 ：

1、商品供应充足。各大型商场、超市及早动手，加强产销衔接，积极组织货源。全市节日食品、副食那一世小说网 穿越小说网 网游小说网 http://www.feisuxs品市场货源充足，品种丰富，质量优良。

2、节日消费拉动明显，效果显著。元月“两节”期间，商家把握住商机，各类促销活动登台亮相，打折优惠，赠送礼品，有奖销售等，吸引了众多消费者，由此带动了节日消费品市场持续旺销，消费品市场取得了开门红，一至二月份全市实现社会消费品零售总额9.1亿元，同比增长27.5%。

3、促销活动丰富多彩、诚信规范。据调查，各大型超市、商场针对金融危机销售额下降的情况，为拉动消费，一改往年单纯在经营策划和广告宣传上花本钱、出奇招的方式，首先是把重心放在提高服务质量、改善经营环境、搞好卫生安全、注重诚信经营等方面；其次是开展形式多样的促销活动，如步步高超市开展的服饰展示、儿童娱乐、绘画比赛等，在很大程度上提升了门店人气；佳佳旺、联华超市送货下乡，在农村集市上摆摊设点开展促销；五一期间，百货大楼采取与各厂方协商，让利售宾、薄利多销的促销形式，取得了很好的成绩，销售额达70万元，比去年同期上升43%，之后又开展以旧换新、发放消费券等促销形式，也取得了很好的效果，5月份共销售以旧换新彩电、冰箱、洗衣机130台，销售额为25万元，发放消费券15000份，致使5月份销售额高达231.4万元,比去年同期上升了31.2%。

4、开拓市场、广泛促销，千方百计扩大消费。

一是全面开展家电下乡工作。家电下乡是商务部推出的扩大消费、拉动内需的一项重大举措。我们通过前期调研，科学制定了实施方案，搞好了家电下乡企业的销售网点备案确认和培训工作，为了加快“家电下乡”工作进度，抓住春节期间的消费旺季扩大消费，于1月14日，正式启动了“家电下乡”工作。截至6月11止，全市“家电下乡”销售网点已达115家，具体商品在彩电、冰箱、洗衣机、手机四类品种的基础上，又新增热水器、微波炉、空调、电脑、电磁炉汽车六个品种。共销售“家电下乡”产品10151台，销售总额达19045914元，销售量、销售额均在株洲市排名第一。到6月11日止，全市共补贴资金1516559.07元。二是完善“万村千乡市场工程”。2024-2024年，我市共改建标准化农家店167家，其中日用品农家店103 家，农资店64家，农村消费不方便、不实惠、不放心的状况有了较大改善。今年，我们计划改建标准化农家店30家，10家已基本完工，其它正在选址和建设中。

6、生活必需品价格涨少降多，总体运行平稳。全市食用油、肉、蛋、菜、奶等生活必需品供应充足，品种丰富，价格基本稳定。据监测和调查，粮食、食用油、禽蛋、猪肉类平均价格均呈下降趋势，蔬菜、水果、水产品等价格有所上升。其中：粮食全市平均批发价下降2.68%，食用油价格同比下降5-10元/桶，鲜猪肉下降13%，鲜牛肉下降1%，鲜羊肉下降1%，禽类、蛋类、奶类、食用盐基本持平，蔬菜、水产品、水果、分别上涨3%、2%、4%、。

6、从市场规模看，增幅逐月回落。年初，在“两节”需求的强力带动下，消费品市场取得了开门红。但节后，在物价水平持续下跌的影响下，消费增速回落。今年1-5月份分月社消总额增幅分别为27.5%、28.1%、26.7%、25.2%，四月份较三月份增速减慢2个百分点，五月份较四月份又减慢近1个百分点。

总体来看，预计全市消费品市场销售增幅有可能进一步下滑。虽然经济形势严峻，但我市经济发展的基本面和长期向好的趋势没有改变，随着大规模的刺激经济政策的鼓励消费政策的出台，居民的消费信心必将得到增强，支持“三农”力度的增大，将有助于农民收入的稳步增加，相信我市的消费品市场将很快从阴影中走出来，步入健康向上发展的快车道。

二、2024年下半年消费品市场形势预测

从我市经济发展的实际情况来看，影响经济增长的主要因素预期情况与全国全区存在共性。2024年消费品市场有望实现平稳较快发展，但速度将有所回落。一系列问题不容忽视：一是国际金融动荡，国内经济增速回落，宏观经济环境较为严峻，将会导致经济增长速度放缓。二是国民经济增长趋缓必将对社会消费品零售总额的持续快速增长产生实质性影响。三是居民资本性收入降低，导致消费意愿明显趋紧，将对日常消费需求产生不同程度的影响。四是价格回落将压缩消费增长空间。五是食品安全问题任重道远。

与此同时，一些积极的因素有利消费品市场的发展：一是国家注重消费对经济增长的拉动作用，政策环境将继续有效引导消费需求的扩大。二是城乡居民收水平继续增

重活 调教初唐 异界之极品奶爸 魔兽剑圣异界纵横 一剑惊仙 重生之官道 http://www.feisuxs

长，为居民扩大消费提供了基础。三是消费结构升级将促进消费不断增长。

三、进一步促进消费品市场增长的对策措施

1、加大市场体系建设力度，提高流通业整体水平，促进扩大消费。

国家信息中心经济预测分析研究，消费对gdp变化的滞后期大约为

1年左右。金融危机对我市消费品市场的影响，预计将在2024年逐渐全面显现，我那一世小说网 穿越小说网 网游小说网 http://www.feisuxs们要积极应对，在挑战中抢抓机遇，着力推进连锁经营、现代物流和电子商务等流通现代化建设，保障民生，满足需求，扩大消费。一是加强协调服务，顺利推进谊通电脑数码城、商业步行街等大型商贸流通项目建设。二是建立和完善农村消费品市场流通体系，深入实施“万村千乡市场工程”，新建和改建一批农家店和农村商品配送中心，增加配送品种，增强综合服务功能。三是完善城市社区便民服务设施，大力推进民生商贸业发展。选择一批菜市场进行标准化改造；大力开展农超对接，降低蔬菜、粮油、肉类等生活必需品的流通成本。四是以重点项目建设和骨干企业培育为抓手，加快构筑商贸物流配送体系、生产资料及工业制成品物流配送体系和农产品物流配送体系，全力推动我市区域物流配送中心建设。进一步强化专业市场在区域商贸辐射中的作用。通过场地改造、设备升级、建立公共交易平台等措施，提升和规范专业市场的经营档次。五是进一步开展“家电下乡”“汽四下乡”活动，增加下乡产品产品品种，扩大覆盖率。六是加强与金融部门的联系，加大对中小流通企业信贷支持。七是开展商贸领域节能降耗工作，推进商贸企业用电、用水、用气等节能降耗活动，有效降低企业经营费用。

2、提高流通服务水平，营造扩大消费的良好环境

金融危机给我市经济发展带来挑战的同时，也创造了一定发展机遇。我市流通业要进一步提高流通业服务质量，改善消费环境，提高质量档次，不断培育新的消费增长点，扩大社会消费总量。一是大力加强农村市场开拓力度，培育和挖掘农村消费市场潜力，增加农村消费总量。二是要抓好节假日集中消费的良机，积极组织流通企业开展合理的促销等活动，促进居民预期消费。如开展以突出国庆60周年庆典为主题的丰富多彩的促销活动。三是提升餐饮、住宿等服务行业的整体水平，提高服务质量，创出特色，开发消费。以满足外来消费、商务消费、休闲消费等需求。四是严厉打击各类扰乱市场经济秩序的违法、违规活动，为消费者提供安全舒适的消费环境。

3、加强协调服务，进一步优化促进扩大消费的发展环境

在挑战与机遇共存的特殊时期，我局全面贯彻市委提出的“高度关注、坚定信心、化危为机、力促发展”的方针，进一步加强政策引导和协调服务的各项工作。一是积极争取国家商务部、省商务厅项目扶持，以扩大投资来带动我市商贸流通业发展。二是加强与财政、税收、工商、劳动等部门协调与联系，积极落实流通业发展方面的各项优惠政策，优化企业发展环境。三是扩大市场监测范围，加强市场监测工作力度。加强对国计民生的重要商品和人民群众密切相关的消费品、生产资料的市场监测，不断拓宽监测范围，加快反应速度，建立健全监测、报告、预警、应急相结合的应急机制。充分发挥市场监测的督导作用，及时监测汇总我市生活必需品的相关数据，掌握市场运行动态，为市委、政府科学决策提供准确的依据。四是加强舆论引导和宣传，引导和鼓励消费，增强消费者消费信心。

重活 调教初唐 异界之极品奶爸 魔兽剑圣异界纵横 一剑惊仙 重生之官道 http://www.feisuxs

**第五篇：商洛市2024年第一季度消费品市场运行情况分析**

商洛市2024年第一季度消费品市场运行情况分析

今年一季度，在国内外需求不振、总体经济低迷、生产流通成本明显上升、CPI指数继续上扬的形势下，我市消费品市场增速明显放缓。全市限上单位消费品零售额5.68亿元，同比增长16.5%，比上年同期回落13.9个百分点。市商务局列入监测的11户零售企业销售增速同比减缓6.8个百分点。

一、消费市场运行的主要特点

（一）节日市场购销两旺。据不完全统计，元旦、春节期间，全市将投放粮、油、肉、蛋、菜、糖、奶等主副食品货源总额9.5亿元，比上年同期增长23.1%。，农副产品供应充足，日用工业品繁荣丰富。为搞活节日市场，市县区商务主管部门先后举办了“2024年消费促进月”、“2024年新春年货购物节”等活动，组织企业开展了90场次大型促销活动，商品销售9958亿元，有效拉动了节日消费。春节黄金周期间，11户零售企业实现商品销售额1180万元，同比增长20.4％。

（二）消费结构变化明显。一是食品类需求刚性上升。1—3月份，11家重点流通企业食品类销售同比增长31.2%。在价格上涨推动和节日消费需求的拉动下，粮食、鲜菜、鲜果和奶及奶制品等销售明显增加，同比分别增长30.6%、46.1%、30%和1.85倍。二是服装及针纺织品销售旺盛。各类春装大量上市，加之商家折扣促销力度加大，一些款式新颖的防寒服备受消费者亲睐，床上用品等需求旺盛。1—3月份监测企业服装类销售同比增长40.3%，针纺织品类销售同比增长31.6%。三是高档烟酒销售遇冷。节俭过年渐成风气，居民消费更趋理性，据对部分商业企业调查统计，1—3月份，中低档烟酒类商品销售同比增长25%以上，高档香烟销售则比去年同期下降27%，高档白酒同比下降41%。四是体育、娱乐用品销售较快增长。立春过后，随着天气变暖，锻炼和休闲娱乐人数不断增加，监测企业体育娱乐器材销售同比增长22.2%。

（三）住宿餐饮行业冷中有热。据市商务局对市内4家重点餐饮企业监测统计，2月和3月份实现营业额同比分别下降30.3%和46.14%。调研显示，我市的国际会议中心酒店、天地仁和酒店、乾元宾馆、富丽华酒店、镇安秀水山庄酒店等企业的营业收入同比均下降50%左右，御珍轩酒楼等企业已关门停业或停业装修。在高端酒店消费遇冷的同时，一些中低档餐饮店、特色风味店及快餐连锁店则适应大众消费需求，适时推出餐后免费打包、“光盘”有奖等活动，受到消费者欢迎。如新开业的商州八千里火锅生意异常火爆。如镇安锅巴米饭、川江小调火锅等特色餐饮店营业收入平均较上年同期增长15%以上。

（四）蔬菜价格平稳回落。受低温天气影响，去年12月份我市蔬菜等生活必需品价格上涨态势明显，最高涨幅达20%以上。为抑制蔬菜等生活必需品价格过快上涨，我市通过加强产销衔接、扩大外埠采购、落实税费减免和“绿色通道”政策等措施，加大货源组织力度，建立冬春蔬菜储备，及时投放市场，保障居民消费需求和价格的基本稳定。3月份最后一周，全市18种蔬菜混合平均零售价5.19元/公斤，与去年同期基本持平，比春节前下降23.8%。其它生活必需品如猪肉、鸡蛋价格均有明显回落，零售价分别为28.19元/公斤、8.75元/公斤，分别比节前下降7%和10.4%。

二、消费增速减缓的原因分析

1、行风新政对我市住宿餐饮影响较大。调查发现，一些住宿餐饮经营业主过于追求高端消费路线，从消费设施到价格等都只紧盯中上和高端消费群体，反而失去了接待大众消费群体的能力。在“改进工作作风、密切联系群众”和“廉洁从政、厉行节约”政策严规下，以公务、商务为主的中上和高端消费悄然消失，过于单一的经营形式使经营业主无法及时转向，部分餐饮单位连续多日“打白板”，加上员工增资、税金上调、房租涨价等，经营举步维艰，一些经营业主已决定停业装修转向或转行经营。据市统计局数据表明，一季度我市限额以上住宿餐饮业零售额同比下降7.9%，直接拉低限上零售额增速3.4个百分点。

2、刺激消费政策进入空档期。到去年11月底，我市历时4年的“家电下乡”推广工作业已结束，至此，连同先期实施的“汽车、摩托车下乡”、“汽车以旧换新”、“家电以旧换新”等多项促进消费政策已全部执行完毕，后期国家刺激消费政策尚未出台，支撑销售增长的驱动力不足。1—3月份监测企业家用电器及音像器材销售仅增长3.3%，同比回落6.6个百分点。其中3月份销售同比下降7.99%。

3、居民消费信心不足。在影响居民消费的诸多因素中，收入是最直接、最具决定性的因素。近年来，我市城乡居民收入虽然稳步增长，但居民消费信心和消费热情却与此表现出明显的不一致。其原因主要是居民在住房、医疗、教育、养老等方面的预期支出存在较大的不确定性，不少家庭和居民对未来支出预期有顾虑，消费信心不足，并尽可能多地增加预备性储蓄用于上述几方面的支出，从而限制了居民的即期消费需求。

4、价格快速上涨、紧缩的货币政策双重因素抑制了居民消费意愿。在春节假日等因素共同作用下，2月全市居民消费价格总水平同比上涨2.7%，为近五个月来新高，涨幅较1月提高了0.7个百分点。其中：食品类价格上涨7.5%；烟酒及用品类价格上涨0.4%；衣着类上涨2.4%；家庭设备用品及维修服务类上涨1.1%；医疗保健和个人用品类上涨2.3%；居住类上涨2.1%；娱乐教育文化用品及服务类上涨1.7%。同时，今年以来，央行连续上调金融机构存贷款利率推动我市居民的储蓄意愿明显增强。止2月底，我市城乡居民储蓄存款余额382.98亿元，同比增长20.1％，高于年初1个百分点。

三、二季度消费市场发展趋势展望

预计二季度我市消费市场面临的形势总体向好。一是城镇化战略的推行，将为我市开辟新的消费品市场。今年我市将投资50亿元，用于城镇建设，加快推进6个城乡统筹示范区和17个省、市重点镇建设，这必将进一步激发消费需求。二是刷卡手续费的下调，降低商贸成本，改善消费环境。国家发改委正式发布《关于优化和调整银行卡刷卡手续费的通知》，自2024年2月25日起餐饮类刷卡费率下调35.7%，百货类下调21.4%，超市类下调25.7%。费率下调会降低商户的经营成本，提升POS机使用量，改善消费环境。三是2024年三季度出台的《国内贸易发展“十二五”规划》的推进和落实，将进一步激发消费需求。该规划涉及批发业、零售业、住宿和餐饮业、居民服务业等方面，旨在发挥内贸引导生产、扩大消费等方面的作用。四是市委、市政府更加重视加快服务业发展，已经出台了《商洛市加快服务业发展的若干政策意见》，促进包括商贸流通业在内的服务业加快发展，协调拉动扩大居民消费，持续释放消费需求潜力，这些都为消费市场平稳较快发展提供了有利条件。五是4～6月是我市上半年的旅游黄金季节，期间的清明节和劳动节各有3天的假期，基于旅游所带来的住宿、餐饮、购物等会在一定程度了推动我市二季度的社零增长。

在国际经济持续低迷、国内消费政策尚不明朗、公务接待开支压缩、居民消费信心不振等因素的综合作用下，我市二季度消费品市场总体趋势为“企稳回升”，预计上半年全市社会消费品零售总额增速大约在15%左右。

四、对策建议

1、推动商旅互动，精心策划和组织举办各类消费促进活动。旅游及其衍生的商贸活动是二季度实现社零增长目标的重要抓手之一。为此，要针对4～6月我市的旅游特点，及早谋划，形成科学合理的商贸旅游互动方案，让商贸旅游互动方案与各个商家的促销活动和打折时机无缝对接，最大化地实现“游客”向“顾客”的转换。重点筹办好“第四届中国秦岭生态旅游节暨陕川甘旅游区域协作第十届年会”及其21项系列活动，带动住宿、餐饮、购物等消费增长。

2、针对住餐企业展开专项调查，引导企业转型升级。基于一季度住宿和餐饮企业经营的下滑状态，需要安排专门力量，开展我市重点住宿和餐饮企业专项调查工作，并在此基础上，组织专家和行业资深人员进行交流和诊断，分门别类的对不同规模和性质的住宿和餐饮企业进行方案和措施的设计。同时开展行业企业座谈会，让企业、专家和政府“面对面”交流，引导企业加快转变经营理念和经营模式，调整好经营结构，逐步走上大众餐饮、绿色餐饮、节约餐饮发展之路。

3、利用刷卡手续费调整契机，推动相关主体实现统一结算。组织人力在商贸企业当中做好国家发改委《关于优化和调整银行卡刷卡手续费的通知》的宣传工作，让广大商贸企业了解该政策，并推动商贸企业安装POS机系统。与市统计部门协作，采取有效措施确保商贸载体内商贸企业实现统一收银和结算管理，最终实现统计意义上的“应统尽统”。

4、培育重点企业，扩大市场规模。一要继续做大、做强现有企业，进一步落实《商洛市加快服务业发展的若干政策意见》，加大对重点商贸企业的政策扶持和引导，不断扩张经营规模，充分发挥其龙头带动作用，为限额以上企业零售额的持续增长提供保障；二要继续挖掘潜力，新增纳统一批限额以上企业，形成新的零售额增长点，提高企业的竞争力，增强企业的生命力；三要继续引进信誉好、实力强的知名企业和品牌企业，参与市场竞争，提升消费品位。

5、倡导居民合理适当消费。消费不足或消费过度，都不利于经济科学健康发展。因此应引导居民更新传统消费观念，鼓励居民合理适当消费，积极将收入转化为即期消费，扩大边际消费倾向，为经济发展提供持续动力。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！