

补短强弱促消费 提质增效开新局

—商州区 2023 年一季度消费品市场运行分析

年初以来，随着疫情防控较快平稳转段，全区各项稳增长稳就业稳物价政策举措靠前发力，消费市场持续回暖，市场韧劲进一步凸显。一季度，全区消费市场坚持稳字当头、稳中求进的发展态势，整体开局良好。

一、消费品市场运行情况

（一）位次比上年同期前进一位。1~3 月，全区实现社会消费品零售总额 16.59 亿元，同比增长 11.2%，全市排名第六位，高于上年第四季度 4.2 个百分点，其中：限额以上企业（单位）实现消费品零售额 8.81 亿元，同比增长 13.5%，高于上年第四季度 3.4 个百分点。



图 1 省市区社零增速对比图

（二）限上单位数量再创新高。2023 年一季度，全区限上调查单位 120 家，比上年同期净增 19 家，创历史新高。其中：一套表调查法人单位 80 家，产业活动单位（个体户）40 家。2022 年新增企业（单位）32 家，一季度，新增企业（单位）实现零售额 1.1 亿元，拉动限上零售额增长 3.12 个百分点。在库（企业）单位数量增加、质量提升，有力地推动了全区消费市场增长。

（三）商品零售支撑明显。从消费形态看，1~3 月，全区实现餐饮收入 3.2 亿元，同比增长 19.5%，高于 2022 年四季度 16.7 个百分点；实现商品零售 13.39 亿元，同比增长 9.4%，高于 2022 年四季度 1.9 个百分点，拉动社会消费品零售总额增长 7.7 个百分点。餐饮收入增速高于商品零售 10.1 个百分点，属于在疫情防控较快平稳转段过渡阶段的正常消费表现。

（四）多类商品增长较好。1~3 月，全区限额以上（企业）单位 18 类主要商品类别中，有 6 类商品增速呈现较好增长态势，其中 5 类商品实现两位数增长。实现零售额 6.27 亿元，占全区限上零售额的 76.7%。

1. 家电类商品较快增长。今年以来，随着疫情防控较快平稳转段，出现婚庆、宴席扎堆现象，迎来家电及餐饮行业较快增长。1~3月，实现限上家电商品零售额0.1亿元，同比增长17.0%，高于上年同期3.9个百分点。

2. 石油类商品高速增长。一方面随着疫情防控较快平稳转段，市民出行及各行各业迅速恢复；另一方面成品油市场价格上涨、销量增加的共同带动下，与去年同期相比，石油类商品迎来量价齐涨的态势。1~3月，全区限上石油及制品类商品实现零售额3.71亿元，同比增长83.1%，比上年同期提升63.1个百分点。

3. 汽车类商品平稳提升。今年以来由于前期受疫情抑制的需求得到释放，叠加汽车消费刺激政策，汽车销量平稳提升。1~3月，限上汽车类商品零售额同比下降3.5%，高于去年同期增速18.2个百分点。其中：新能源汽车占总量的30%左右，同比增长137.3%，拉动全区限上消费品零售额增长2.3个百分点。

二、消费品市场亟须关注的问题

今年以来，全区消费市场总体稳中有增，但也要看到，国际环境仍然复杂多变，国内需求不足制约明显，经济回升基础尚不牢固。

（一）单位行业分布不均衡。截至2023年一季度，全区限上单位共120家，共18家类别行业。其中：行业分布中企业最多的是餐饮业的正餐服务行业，共39家，分布较小的是其他化工产品批发、通信设备零售及林产品批发等行业，各1家。零售额占比最大行业是石油及制品类和煤炭及制品类，占45.6%；占比最小的是服装、鞋帽、针纺织品类中的鞋帽类，占0.01%。

（二）商品零售增速差异较大。2023年一季度，全区限额以上单位18家主要商品零售类别增速呈现“6升12降”态势，其中5类商品实现两位数增长，9类商品出现两位数下降，两极分化现象较严重。分别是：中西药品类同比下降27.8%、书报杂志类同比下降19.7%、建筑及装潢材料类同比下降62.5%、饮料类同比下降11.7%、中草药及中成药类同比下降68.0%、日用品类同比下降31.9%、服装、鞋帽、针纺织品类同比下降48.2%、文化办公用品类同比下降14.5%、其他未列明商品类同比下降72.3%等。

三、几点建议

消费是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，对经济具有持久拉动力，也是保持经济平稳运行的“压舱石”和“稳定器”。下阶段，为确保消费市场持续向好，亟需各方共同发力。

（一）加大汽车等大宗消费的政策扶持力度，扩大消费需求释放。延续新能源汽车消费优惠政策，延续免征车辆购置税，支持本地企业扩大销售，优化汽车金融服务，为消费者提供高效快捷的服务，提振汽车消费信心，扩大消费需求释放。常态化开展电子消费券发放，以家电、汽车、装修建材等大宗消费为惠民活动重点，稳住大宗消费市场，定向激发商品潜在消费力释放。

（二）挖掘消费潜力，提升对经济的贡献。一方面大力发展消费新业态、培育定制消费、智能消费、互动消费等新型消费模式，鼓励“网红+直播”带货商州特色产品，激发线上消费活力，走出线上线下融合发展的“新路子”。另一方面推动乡村资源与城市大市场对接，提高农村消费水平成为提振消费的一个重点发力点，在过程中需要大力发展农村电商，打通农村电商发展“最后一公里”，促进农村消费潜力进一步释放。

（三）积极培育规上企业，夯实经济基础。建立企业“个转企”“企转规”后备名录库，继续实行专班包抓机制，为企业提供“一站式服务”。因企施策，分类指导，梯次培育，力争应纳尽纳、应统尽统。高度关注“总部经济”，招引企业将总部在我区落户，扩大市场经济总量，提升区域消费竞争力。