**\*南简报N024号**

第7期

南安市统计局 编 2022年4月25日

前高后低，南安市消费市场稳中趋缓

2021年，南安市围绕全方位推动高质量赶超目标要求，统筹疫情防控和经济社会发展，抢抓互联网市场机遇，有效推动线上消费；实施各项促消费政策，深入激活线下消费，线上线下齐发力，不断推动消费扩容，消费环境持续改善，居民消费不断增长。受上年基数抬升和疫情点状偶发影响，全市消费市场高开低走，总体保持稳中趋缓态势。

1. 消费市场运行总体情况

（一）高位开局，逐步回归合理区间

2021年，全市社会消费品零售总额实现814.98亿元，同比增长10.4%，比2019年增长5.7%，两年平均增长2.8%，增速较前三季度回落3.9个百分点。从季度走势来看（图1），一季度消费品市场受同期新冠疫情低基数影响高位开局，大幅增长28.3%；二季度后随着同期基数逐季提高，增速逐步回落。从两年平均增长情况来看，市场恢复基本稳定。

图1 2021年南安市社会消费品零售总额增长情况

（二）稳步发展，限上限下结构稳定

今年以来，社会消费品零售总额中限额以上与限额以下结构保持稳定，比例约2:8，限上限下双重发力，有效促进全社会消费品零售总额稳步发展。其中，限额以上单位消费品零售额实现172.44亿元，同比增长12.2%，比2019年下降2.4%，两年平均下降1.2%；限额以下单位消费品零售额实现642.54亿元，同比增长9.9%，比2019年增长8.2%，两年平均增长4.0%。限额以下单位消费品零售额保持稳定增长态势，占比达78.8%，是全市消费市场恢复的重要支撑。

（三）共同繁荣，乡村市场增速高于城镇

随着农村网络、物流等相关基础设施建设的逐步完善，乡村消费市场环境不断改善，消费潜力持续释放。从城乡消费品市场看，限上乡村消费品零售额完成11.23亿元，较上年增长79.3%，增速分别比一季度、上半年和前三季度增长26.1、26.2和10.5个百分点。 限上城镇消费品零售额完成161.21亿元，较上年增长9.3%，增速分别比一季度、上半年和前三季度回落26.9、17.7和4.5个百分点。乡村市场比城镇市场增幅高70.0个百分点，乡村振兴战略成效显著。

（四）同步回暖，商品零售占据主导

从消费形态看，限上商品零售实现167.64亿元，较上年增长11.5%，增速分别比一季度、上半年和前三季度回落24.7、15.8和3.9个百分点；餐饮收入4.80亿元，增长43.3%，增速分别比一季度、上半年和前三季度回落47.3、44.7和7.3个百分点。商品零售占限上社会消费品零售总额比重达97.2%，仍是全市限上消费市场的主体。

二、消费市场运行特点

（一）新增企业数创历史新高

2021年，市委市政府高度重视，相关部门和乡镇（街道）共同努力，推动出台培育企业做大做强配套奖励政策，全力鼓励支持企业“小升规”。截至2022年1月，全市年度及月度新增商业企业133家，比上年增加14家。其中，批发业76家，零售业51家，住宿业4家，餐饮业2家，创下近年来最好成绩，应统尽统及达限企业培育工作取得显著成效，为全市消费市场稳定发展提供有力支撑。

图2 2017-2021年南安市限额以上商业企业新增入库情况

（二）基本生活类商品消费稳定增长

从商品类别看，全市限额以上单位大多数商品类别零售随着疫情防控及多项促消费政策成效释放，消费市场复苏明显，市场运行逐步好转。1-12月，全市限上单位18个主要零售商品类别中，有12类商品零售额同比实现增长，其中9类商品增幅超过15%，刚性消费需求逐步回暖。限额以上商品类值中，基本生活类商品零售额41.85亿元，增长45.0%。其中，粮油食品类、烟酒类、服装鞋帽针纺织品类和日用品类商品继续保持两位数增长；尤其是粮油食品类和服装鞋帽针纺织品类，春节效应凸显，12月当月增势强劲，分别增长83.5%、129.6%，有力支撑消费品市场平稳恢复。

（三）消费升级类商品零售增势较好

全年限额以上商品类值中，文化办公用品类、通讯器材类、家用电器及音像器材类商品保持较快增长，同比分别增长118.5%、166.7%和88.5%，居民商品消费升级态势明显。此外，智能手机类商品、能效等级为1级和2级的家用电器增势亮眼，分别同比增长177.7%和32.4%，消费升级趋势明显。

表1 2021年南安市限额以上主要商品零售类值

单位：万元，%

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **12月零售额** | **1-12月零售额** | **本月增速** | **累计增速** | **累计拉动增长** |
| 粮油、食品类 | 3988 | 85694 | 83.5 | 63.7 | 2.2 |
| 饮料类 | 4400 | 97861 | -10.9 | 7.1 | 0.4 |
| 服装、鞋帽、针纺织品类 | 28639 | 163668 | 129.6 | 94.5 | 5.2 |
| 石油及制品类 | 30019 | 387989 | -12.6 | 16.8 | 3.6 |
| 建筑及装潢材料类 | 10110 | 171626 | -37.8 | -2.1 | -0.2 |
| 汽车类 | 41245 | 398086 | -4.8 | 6.9 | 1.7 |

（四）网上零售消费保持高位增长

今年以来，全市限额以上单位通过公共网络实现限上商品销售增速始终保持高速增长态势，全年实现商品零售额21.50亿元（占限额以上消费品零售额比重12.5%），同比增长109.9%，增速比限额以上消费品零售额高97.7个百分点，拉动全市限额以上消费品零售额增长7.3个百分点。网络消费另起，第四季度得益于双十一、双十二及年货节，各大电商平台大促，刺激消费，在库电商企业12月通过公共网络实现零售额同比增长104.1%；1-12月累计21.50亿元，同比增速109.9%。

（五）亿元以上企业销售较好

2021年，全市限额以上零售额达亿元企业30家，合计实现零售额111.02亿元（占全市限额以上消费品零售额的64.4%），同比增长13.8%，增幅高于全市平均水平1.6个百分点，拉动全市限额以上消费品零售额增长8.8个百分点。其中汽车新车零售类为主要支撑企业，合计实现零售额34.85亿元，同比增长9.6%。

三、消费市场值得关注的问题

（一）受同期基数翘尾影响，限上零售额逐月回落

从月度数据看，限额以上消费品零售总额增速以1-2月同比增长29.5%开局，3月达到今年增速最高峰36.9%，后续逐月走低。全年实现限额以上消费品零售总额172.44亿元，较上年增长12.2%，增速较年初回落17.3个百分点。

图3 2021年南安市限额以上消费品零售总额增长情况

（二）限额以上消费市场结构单一，抗风险能力弱

目前，全市限额以上单位商品零售额中除刚需的粮油、食品类外，主要以石油及制品类、汽车类商品为主，缺乏新的较强带动力的消费热点。全市限额以上石油及制品类、汽车类商品分别实现零售额38.80亿元、39.81亿元，分别占限额以上单位零售额的22.5%、23.1%，两类权重商品占比过大，决定着全市限额以上消费品零售额走势,该类值存在的不确定性直接影响整个消费市场的不确定性。

1. 汽车市场增长压力大，消费拉动作用减弱

2021年，全市限额以上汽车类商品零售额累计39.81亿元，较上年同期增长6.9%，低于限上消费品零售总额增速5.3个百分点。从月度走势来看，累计增速逐月走低，年初呈高位发展态势，3月增速断崖式下降，之后保持小幅波动下滑至7月。下半年起受全球芯片供应紧缺、部分高端汽车供货量有限、热销车型产能不足等影响，连续3个月实现负增长，直至年末有所回暖。汽车零售市场形势依然严峻，预计2022年一季度仍然面临巨大压力。

图4 2021年南安市限额以上汽车类零售额增长情况

1. 几点建议

（一）大力培育限上主体

联合有关单位和乡镇（街道）做好企业培育工作，努力推动2022年限上商业企业新增纳统工作。完善监测机制，与商务、市监、税务等部门加强信息沟通，建立“准规模”单位培育库和跟踪监测机制，指定专人、定向服务，多关注、勤跟踪符合入库条件的限下企业，持续高度重视贸易单位达限入库工作，紧抓时间节点，摸排达限企业入库。

（二）稳消费措施需“多管齐下”

在抓好疫情防控同时，加大促销力度。一方面，充分借鉴电商企业线上线下融合发展机制和成功经验，搭建产销对接平台，加快村级电商综合服务网店布局，推动“网货下乡”和“农产品上行”双向流通，提高市场竞争力。另一方面，根据《南安市全闽乐购年终岁首促消费活动方案》等文件精神，继续支持推动石博会、水暖泵阀交易会、农订会、新春年货节等线上线下促销活动，不断促进我市零售企业销售增长。

（三）深入挖掘电商企业潜力

2021年，我市农村电商发展态势良好，获得国家级电子商务进农村综合示范县，位列“2021中国县域电商竞争力百强榜”第14位，要充分利用这一有利契机，大力推动培育电商企业发展，推进大数据、人工智能、智慧物流等新技术在传统商业中的深度应用，提升消费购物体验，全面推进“新零售”发展。

（南安市统计局 曾明静）



扫码关注南安市统计局