# 2025年1-2月湖北省仙桃市消费品市场运行分析

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-01-23

*第一篇：2024年1-2月湖北省仙桃市消费品市场运行分析2024年1-2月湖北省仙桃市消费品市场运行分析一、全市社会消费品零售总额基本情况1-2月，仙桃市共实现社会消费品零售总额39.25亿元，同比增长13.7%，增速高于全省水平1.2个...*

**第一篇：2025年1-2月湖北省仙桃市消费品市场运行分析**

2025年1-2月湖北省仙桃市消费品市场运行分析

一、全市社会消费品零售总额基本情况

1-2月，仙桃市共实现社会消费品零售总额39.25亿元，同比增长13.7%，增速高于全省水平1.2个百分点，较上年同期回升1.6个百分点。其中限上企业实现零售额15.87亿元，同比增长41.5%。

二、消费品市场运行的总体情况

（1）按行业分：批发业实现零售额6.97亿元，同比增长19.4%；零售业实现零售额28.57亿元，同比增长12.7%；住宿业实现零售额0.42亿元，同比增长17%,餐饮业实现零售额3.29亿元，同比增长10.8%。

（2）按规模分：限额以上企业实现零售额15.87亿元，同比增长41.5%；限额以下企业实现零售额23.38亿元，同比增长0.4%。

（3）按区域分：城镇实现社会消费品零售额23.9亿元，同比增长14.8%；乡村实现社会消费品零售额15.35亿元，同比增长12.2%，增速低于城市。其中，城区实现零售额21.24亿元，同比增长15%，比城镇高出0.2个百分点，比乡村高出2.8个百分点。

三、消费品市场运行的主要特点

（一）限额以上企业增势强劲。全市限额以上企业累计实现社会消费品零售总额15.87亿元，同比增长41.5%，占社会消费品零售总额的40.4%。限额以上企业凭借其经营、服务、信誉、资金、管理等优势，加快规模化经营步伐，不断做大做强，扩大市场份额，已逐渐成为消费品市场的主导力量，对全市消费品市场的发展贡献突出。

（二）批发和零售业稳步增长。1-2月，全市批发零售企业积极调整经营策略，加强市场营销，凭借其商品丰富、质优价稳、服务优良等优势，在激烈的市场竞争中，吸引了更多的消费群体。截止2月底，全市批发和零售企业实现社会消费品零售额35.54亿元，同比增长14%，占社会消费品零售总额的比重90.5%，是消费品市场增长的主导力量，其中零售业实现零售额28.57亿元，同比增长12.7%，其作用更是明显。

（三）住宿和餐饮业稳步发展。随着社会经济的快速发展，居民收入的不断增加，居民的消费方式和结构、档次明显提高，生活节奏的加快和消费观念的更新，外出就餐的群体和次数、消费档次和消费额与日俱增，使得住宿餐饮消费一直保持旺盛之势,成为拉动消费的重要因素之一。截止2月底，全市住宿餐饮业累计实现零售额3.71亿元，同比增长11.4%。住宿和餐饮业零售额对整个消费品市场的贡献作用呈现不断上升的势头，成为消费持续增长的新生动力。

四、消费品市场快速发展的主要因素

（一）拉动消费品市场内需。收入的增长是实现消费快速、增长的前提和基础，今年随着国民经济的回升，城乡居民收入保持了良好增长。城乡居民收入的稳步增长是拉动消费增长的主要力量。与此同时，随着社会保障制度的不断完善和建立，和谐社会各项政策措施的逐步出台和落实，城乡居民在医疗、养老等方面的“后顾之忧”正在逐步减弱，有助于即期消费的进一步增强。

（二）结构调整驱动消费增长加快。随着仙桃市城乡居民收入的快速增长，中等收入群体正在不断壮大，有力地推动着仙桃市居民消费结构加快升级。近几年，商家根据市民消费需求的变化，普遍实行品牌经营战略，营造品牌消费氛围，居民消费行为中对品牌的认同感日益强化，品牌商品的质量、气质、文化特质正在越来越多地影响着人们的消费行为。目前，无论是住房、汽车、耐用消费品还是日用消费品的消费，名车、名表、名牌服装、名牌化妆品等正越来越多地进入大众的消费视野，品牌消费已进入快速发展阶段，各种名牌产品的消费量正节节攀升。

（三）开拓市场能力不断强化。随着行业竞争日益激烈，商家越来越重视通过形式多样的营销策略来抢占市场份额。“家电下乡”“家电以旧换新”“万村千乡市场工程”推动重点企业瞄准城郊、农村所蕴藏的巨大商机，加快增设网点，零售业总体规模不断扩大，市场开拓成效显著，使得消费品市场的社会化、专业化也随之提高，由此所带来的商品种类的极大丰富和消费渠道的日趋顺畅，对城乡居民购买力的释放有很大的促进作用。同时丰富多彩的促销活动不仅给商家带来良好的经济效益，也在一定程度上活跃了消费品市场氛围、激发了消费热情。

**第二篇：2025年1-2月四川省内江消费品市场运行情况分析专题**

2025年1-2月四川省内江消费品市场运行情况分析2025年1-2月内江实现社会消费品零售总额53.24亿元，同比增长13.2%，比四川省高0.4个百分点。增速在四川省排第6位，比去年同期上升7位。

一、总体形势

（一）城镇市场发展快于乡村。数据显示，1-2月内江城镇市场实现零售额37.03亿元，增速为13.5%，而乡村市场实现零售额16.21亿元，增速为12.6%，城镇市场高于乡村市场0.9个百分点。

（二）批发业保持快速增长。1-2月，各行业零售额均实现不同程度的增长;批发业增速最高，为16.1%，较去年同期提高2.5个百分点；零售业和餐饮业，分别为12.1%和14.7%；住宿业增速较慢，仅为10.6%，同比回落13.7个百分点。

二、运行特点

（一）多数企业平稳运行。1-2月，内江市重点商贸监测企业20户，累计实现零售额10.33亿元，同比增长14.3%，占内江市限上零售额比重为19.4%，与去年同期相比，零售额增长的有18户，减少的有2户（国美电器、卓尔超市）。

（二）家电类企业降幅明显。由于受家电下乡、节能补贴等政策的刺激内需的政策退出、疲软或弱化，新政尚未出台，使拉动效应减弱。从监测的20家重点企业来看，规模较大的家电企业受到冲击最为明显，如市中区的国美电器2月零售额增速为-44.2%。

（三）石油制品类企业总体增长势头减弱。成品油消费一直是内江市场份额的重要组成部分，其走势直接影响社会消费品零售总额的实现。1-2月，限额以上石油及制品类实现零售额2.99亿元，增长6.4%，增速同比回落15.9个百分点。如东兴区中石油2月零售额增速仅为4.7%，回落6.5个百分点。成品油消费的减速，对支撑市场高速增长的拉动作用降低。

三、影响因素

（一）重点商贸流通企业规模小，发展后劲不足。从内江消费品市场自身发展情况来看，内江消费品市场中商贸流通业传统业态居多，缺少规模大、效益好、档次高、核心竞争力强的商贸流通企业，品牌消费、辐射影响、集聚效应还没有形成，主要依赖于居民日常消费和旅游餐饮消费服务，在目前居民消费不高，社

会购买力低下的情况下，消费品市场整体发展后劲不足。1-2月，内江市限上单位零售总额实现20.63亿元，同比增长14.9%，较去年同期回落5.1个百分点。

（二）多类传统消费回落，缺少新型消费热点。1-2月，在内江限额以上批发零售企业（单位）的16类商品零售额中，粮油、食品、家用电器、汽车等12大类零售额增速同比大幅回落，其中粮油、食品类回落2.2个百分点，家电及音像制品类回落7.2个百分点，汽车类回落2.9个百分点。目前，消费品市场缺乏拉动力强的消费增长点，居民保守消费,传统消费行业后劲不足，也是导致社消零增速放缓的原因之一。

四、对策建议

（一）加大扶持力度，培育大型限上商贸企业。对经营好，有发展前景的商贸企业加大扶持力度，促进企业做大做强，加强商贸企业优惠扶持政策落实。

（二）积极培育消费热点，增强内江市社消零增长动力。内江个别商贸企业零售额在内江市占比较大，而单一企业面临的消费市场不稳定因素多，对社消零增速产生消极影响，通过培育消费热点，提高消费总量，降低个别企业在内江市的占比，增强内江市社消零增长动力。

**第三篇：2025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2025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2025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。

**第四篇：江苏省2025年全省消费品市场运行情况分析**

2025年全省消费品市场运行情况分析

2025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

2025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2025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，2025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

2025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。2025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2025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

2025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。2025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，2025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

2025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。2025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。2025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

2025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2025和2025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2025.8亿元、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。2025年末，全省批发零售和住宿餐饮连锁总店207家，比2025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。2025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。2025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，2025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

2025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2025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，2025年是我国经济发展最困难的一年,2025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2025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。2025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2025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，2025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。2025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、2025年消费品市场展望及有关建议

2025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2025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，2025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。

**第五篇：2025年海南省消费品市场运行情况分析**

2025年海南省消费品市场运行情况分析

2025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, 2025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，2025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，2025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。2025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，2025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。2025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。2025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。2025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2025年提高20.7个百分点。

6、燃料类商品销售回落。2025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、2025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2025.79亿元，增长44.7%，同比上升7.5个百分点。2、2025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、2025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、2025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2025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2025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2025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2025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。2025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。2025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。2025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。2025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2025年的消费增长。

2、物价上涨因素影响居民消费预期。2025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。2025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。

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！