

# 1-7 月限上消费品零售额

## 保持平稳增长态势

今年以来，全市上下积极实施促销费稳增长政策，大力发展节会经济、赛事经济、美食经济、夜间经济，不断激发消费活力，释放消费潜能，限上消费品零售额保持平稳增长态势，但受个别重点企业影响，增速略有波动。

### 一、运行总体情况

1-7 月，全市限额以上单位实现消费品零售额 56.5 亿元，同比增长 4.7%，比 1-6 月下降了 0.5 个百分点，比全省低 0.1 个百分点，位次保持全省第九位。其中 7 月当月限额以上单位完成消费品零售额 8.5 亿元，同比增长 2.3%。

**乡村消费快于城镇。**随着县域商业体系建设加快，农村消费环境不断改善，1-7 月，限上乡村单位实现消费品零售额 1.0 亿元，同比增长 10.4%；限额以上城镇单位实现消费品零售额 55.5 亿元，同比增长 4.6%；乡村增速高于城镇 5.8 个百分点。

**餐饮收入持续向好。**1-7 月，全市限额以上单位实现商品零售额 50.5 亿元，同比增长 4.4%；餐饮收入 6.0 亿元，同比增长 7.5%，增速高于商品零售额 3.1 个百分点。

**网络销售热度攀升。**随着抖音、微信直播带货等电商新模式兴起，网络销售快速增长。1-7 月，全市限额以上单位通过公共网络实现商品零售额 1.3 亿元，同比增长 19.4%，比上月提高了 3.6 个百分点，比限上商品零售额增速高 15 个百分点。

**七成商品呈增长态势。**在限上单位零售的 21 类商品中，15 类商品保持增长态势。亮点：一是新能源汽车、智能家居消费火爆。1-7 月新能源汽车同比增长 51.5%，带动汽车类销售增长 8.6%；智能家用电器和音像器材增长 23.5%。二是体育、娱乐用品类增长较快，因成功举办 2024 全国青少年 U19 男子排球锦标赛以及全市气排球赛等赛事活动，体育、娱乐用品类增长 16.9%。三是吃穿用类商品增势良好。粮油、食品类增长 17.5%，服装类、鞋帽、针纺织品类增长 20.9%，日用品类增长 16.4%。

### 二、存在问题和短板

**（一）石油类零售额下滑严重。**受部分重点骨干企业影响，1-7 月全市限上单位石油类零售额同比下降 15.5%。由于上级优惠政策到期以及 7 月强降雨影响，

中石油、中石化、中油华阳城投 3 家石油销售企业 7 月当月零售额大幅下滑，下拉全市限上单位消费品零售额下降 0.7 个百分点。

**(二)金银珠宝类销售疲软。**受金价持续上涨及居民收入预期不确定的影响，1-7 月，限额以上单位金银珠宝类零售下降 18.1%。

**(三)流通领域呈现“两升两降”。**受个别重点企业影响，批发业销售额、住宿业营业额依然保持下降态势，1-7 月分别下降 1.2%和 5.2%。

**(四)“以旧换新”政策支持力度有待加强。**由于缺少资金支持，我市“以旧换新”政策仅推动落实国家和省级的补贴政策，没有出台新的举措，而临近的西安市政府补贴力度更大，对消费者更具有吸引力，比如对汽车“以旧换新”政策，消费者可以多获得 1000-6000 元不等的补贴，造成消费外流，对本地汽车消费市场带来一定的冲击。

### 三、下一步工作建议

**(一)持续关注“重点企业”。**以落实“三个年”活动为抓手，重点关注全市批发业、住宿业，加强对中石油、中石化、中油华阳城投以及商洛悦豪酒店、富丽华酒店、欣源国际酒店等重点企业的调研和帮扶，持续关注困难企业经营情况，了解难点堵点，及时协调有关部门有效给予精准扶持，鼓励企业创新发展，对经营模式进行创新，实现发展转型，适应市场需求，促进企业发展壮大。

**(二)大力发展“赛事经济”。**依托商洛得天独厚的气候生态资源，打造“国际排球名城、中国赛事名城”，办好国际排联沙滩排球 U19 世界锦标赛以及各类国、省级赛事活动，大力开展群众性体育活动，开发文体旅融合业态和产品，开辟赛事经济新业态、新模式、新赛道，推动“赛事流量”转化为“消费增量”。

**(三)积极推动“以旧换新”。**相关部门积极加强政策研究，积极争取资金支持，税收支持，持续激发以旧换新潜能。引导家电家居绿色化、智能化消费升级。消费者购买符合条件的空调、电视机等绿色智能家电家居产品，推动汽车、家电、家装厨卫等更新换代，挖掘消费潜力，扩大消费市场，让消费者得到更多实惠。

**(四)切实抓好“培育入库”。**完善纳规入统考核办法，加强部门配合，改变以往“只重数量”“不重质量”的传统模式，既要保证入库数量，也要保证入库企业质量，创新开展《商洛市纳规入统成效综合考评办法》试点，利用五经普成果，重点对批零住餐类临近达标企业进行培育扶持和纳规入统指导，保证入库企业既要进得来，还要稳得住，准确反映全市消费品市场运行情况。