2019年上半年苏州市消费品市场运行情况

 一、上半年消费品市场运行基本情况

**1、社零额增速回升**

1-6月，全市实现社会消费品零售总额2994.69亿元，同比增长6.3%，增速较1-5月回升0.7个百分点。全市限额以上企业社零额今年以来首次回正，1-6月限上企业实现社零额1183.47亿元，同比增长0.4%。

**2、板块发展差距明显**

从各市区的社会消费品零售额增幅情况看，区域间差距依旧明显。1-6月，工业园区社会消费品零售额增长10.4%，增幅位居第一；吴江区和昆山市增长4.8%，居于下游。各市区增速排名较2018年出现较大变动。1-6月区域间增幅高低落差达5.6个百分点。

**3、餐饮市场表现活跃**

目前，我市休闲消费整体呈现良好态势。1-6月，全市住宿和餐饮业实现零售额366.64亿元，比上年增长6.6%。高于全市社零增幅0.3个百分点。高于批发和零售业增幅0.4个百分点。

**4、电商拉动作用减弱**

1-6月，苏州限上批零企业实现互联网零售额261.89亿元，同比增长3%。电商继前期高速增长后，不再保持两位数、甚至三位数的高增幅，发展逐步趋于平缓。

**5、石油制品类销售维持跌势**

1-6月，全市限上企业实现石油及制品类零售额143.85亿元，同比下跌1.9%。近期苏州成品油市场调价波动，石油销售同比下滑。

**6、汽车消费今年首次正增长**

苏州限上汽车零售额占比为35%左右，汽车零售额增速直接影响到全市限上零售额增速。1-6月，限上汽车类实现零售额424.98亿元，同比增长2.8%，较1-5月回升了6.7个百分点，今年以来首次实现正增长。其中，新能源汽车同比增长52.9%，保持良好发展势头。

二、下半年消费品市场发展预测

**1、汽车前景不容乐观**

汽车消费今年年初延续了2018年低迷走势，开年以来保持降幅，直到上半年结束，凭借6月份的良好销量首次实现了正增长。主要还是受国五汽车清库存等政策形势的影响，甚至透支了下半年一部分的居民购车需求。虽然下半年不少汽车优惠政策出台，新能源车补、二手车流通等政策措施一定程度会刺激消费需求，但从苏州市整体车辆保有情况以及居民持币待购的消费意愿来看，汽车消费市场依旧难掩颓势，正增长也恐怕是昙花一现，要实现持续、稳定的增长态势存在较大难度。

**2、综合体繁荣冲击传统商超**

当前，购物、餐饮、文娱一体化的综合体备受消费者青睐，每逢节假日客流不断，销售可观。今年大型综合体的频繁涌现，也给传统商超，特别是人民商场、第一百货这样的传统商业体带来不小的冲击。综合体利用其优势，吸引了更年轻化的消费群体，也引导着消费模式的转变。但是就现行的统计制度来说，大部分综合体消费的繁荣无法真实、全面地体现在社零额统计中。而传统商超受到了客户分流的冲击，在样本企业中表现平平，甚至出现了降幅，面临着转型升级和同质化竞争的双重压力，传统商贸企业尚未走出困境。

三、下半年促消费稳社零工作重点

**1、主抓拳头企业，提升社零增速**

在石油销售低迷，汽车市场波动、电商高速增长乏力的大背景下，社零额2019年保6争7，力争完成年初既定目标压力颇大。下半年各市区要主抓地区拳头企业，重点关注新引进的增长点，如昆山市车好多等大的平台项目，出台具体措施提升社零增速。

**2、出台促消费措施，刺激消费需求**

目前，根据《中共江苏省委 江苏省人民政府关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的实施意见》（苏发〔2019〕16号）、《省商务厅关于实施2019年商务领域消费升级520行动计划的通知》（苏商运〔2019〕110号）、《苏州市推进商务高水平开放、高质量发展的若干政策》等系列文件，市商务局拟形成《苏州市商务局关于商务领域消费促进工作实施方案(试行)》，以“努力将苏州建设成为特色彰显、具有重要影响力的消费城市”为目标，从品牌化提升、突出载体功能、培育新兴热点、优化消费供给以及打造综合服务体系等五大方面入手，重点落实任务目标、资金奖励等一系列具体要求，为下半年消费促进工作打下良好基础。积极鼓励商贸企业开展丰富多彩的消费促进活动，突出特色亮点，计划下半年全市累计举办消费活动500余场。搭建消费平台，抓住黄金周契机，进行统一宣传，拟定10月份为“消费促进月”，通过举办开幕式活动，放大促销效果，提振消费信心。

**3、加强统计协调，全面应统尽统**

上半年，市商务局与市统计局赴昆山、张家港开展消费品市场运行情况联合调研，7月份赴太仓市开展社零额调研，下半年继续落实实地调研，重点关注分析汽车、石油、电商等市场运行情况，为保障社零额稳健发展提供依据。特别对现行社零额统计制度进行研究分析，有针对性地优化库内样本企业结构，做到应统尽统，促进社零额数据更加真实、全面地反映苏州市消费市场运行情况。