



1-3月门头沟区消费品市场发展特点及趋势预判

来源：门头沟区统计局 调查队 2010-05-04

今年一季度受经济企稳和政策向好等因素影响，门头沟区消费品市场取得良好开端，市场特点鲜明，发展趋势初露端倪。

一、总体情况

一季度全区累计实现社会消费品零售额6.6亿元，同比增长8%，其中1月份实现零售额2亿元，同比增长7.3%，2月份实现零售额2.8亿元，同比增长9.2%，3月份实现零售额1.8亿元，同比增长7%，呈现倒“V”型增长。

1. 从商品用途看：吃类商品消费依旧居门头沟区消费之首。一季度吃类商品累计实现零售额2.9亿元，占全区零售总额的44.4%，其次是用类商品，实现零售额2.88亿元，占全区零售总额的43.8%，之后依次为穿类商品和烧类商品，分别实现零售额0.4亿元和0.3亿元，占全区零售总额的6.5%和5.3%。

2. 从行业类别看：批发零售业占据八成以上份额。一季度批发零售业累计实现社会消费品零售额5.6亿元，占全区零售总额的84.6%，同比增长6.3%，住宿餐饮业累计实现社会消费品零售额1亿元，同比增长18%。批发零售业占据八成以上份额，增长平稳，住宿餐饮占据不到两成份额，但连续三个月均保持高位增长。

3. 从企业规模看：限额以上企业零售额占据半壁江山。限额以上企业一季度累计实现社会消费品零售额3亿元，占全区零售总额的45.6%，份额近半，同比增长15.3%，限额以上企业零售额的高速增长直接带动了整个消费品市场零售额的增长。

4. 从消费对象看：居民消费仍是今后扩大消费的重点。一季度对社会集团的零售额为1.1亿元，同比增长23.8%；对居民的零售额为5.5亿元，同比增长5.3%，占全区零售总额的83.6%，居民消费占据绝大比重，但增幅远低于集团消费，今后仍将是扩大消费的重点。

二、发展特点

1. 消费结构以需求型消费为主。一季度吃类商品消费增幅最高，达到了21.3%，占全区零售总额的44.4%，其中粮油、食品、烟酒等基本生活类商品创造零售额9299.2万元，占全区零售总额的14.1%，消费结构依然呈现出以需求型消费为主。

2. 龙头企业保持一成以上增幅。一季度门头沟区龙头企业对于零售额的增长带动作用明显，其中北京门城物美商城有限公司一季度累计实现零售额5692.6万元，同比增长12.6%，北京京西善和医药有限公司一季度实现零售额2439.6万元，同比增长11.6%。这两家企业零售额分别占全区限额以上企业零售总额的22.5%和9.7%，龙头企业的稳步增长对全区零售额拉动作用明显。

3. 政策利好型消费继续走俏。一季度门头沟区“家电下乡”产品累计销售1252台（件），实现销售额217.9万元，其中彩电、洗衣机在家电下乡产品中最为走俏，分别销售516台和315台，实现销售额100.9万元和27.3万元，占家

电下乡销售总额的46.3%和12.5%。另一项政策消费“家电以旧换新”一季度累计销售3996台家电，销售额达到了1464.1万元，其中电视机销售1872台，实现销售额792.0万元，占以旧换新销售总额的54.1%，随着以旧换新政策的日益完善和活动开展面的逐渐过大，其销售额也节节攀升。

三、发展趋势

1. 医药类商品消费“潜力”大。据数据显示，目前在门头沟区限额以上批发零售业中，中西药品类零售额仅次于粮油、食品、饮料、烟酒类，居第二位，一季度累计实现零售额5909万元，同比增长26.5%，在整个限上零售额中比重达23.4%，已成为门头沟区当前商品销售的新“领跑”行业，具备较大的发展潜力。

2. 享受型消费呈现快速增长态势。从一季度数据来看，虽然，门头沟区目前依旧以需求型消费为主，但在通讯、汽车、金银珠宝等享受型商品消费上逐渐呈现出快速增长的态势，其中通讯器材类一季度零售额同比增长207.5%，汽车类同比增长48.7%，黄金及饰品、铂金饰品类同比增长94.7%，享受型消费的快速增长反映了门头沟区将逐渐从需求型消费向享受型消费转变的趋势。

3. 会展带动下的住宿业发展见旺。限上住宿业今年开年以来一直保持高速发展的态势，一季度累计实现营业收入4923.5万元，同比增长32.3%，其中零售额2681.3万元，同比增长27.4%。住宿业的高速增长主要是受到会展业的带动影响，以中粮龙泉山庄为例，一季度由于接待大型会议和长期会议较多，带动了住宿、餐饮、娱乐、商务等一系列销售，一季度累计实现营业收入1324.2万元，同比增长192.9%，创造零售额686万元，同比增长184.1%。在会展业带动下全区住宿业发展见旺。

4. “银发潮”对消费品市场的影响逐渐显露。随着人口老龄化的发展，老年人口消费在消费市场中所占的份额越来越大，往往能带动整个消费结构的变化，就门头沟区而言，“银发潮”的出现对于消费的影响也逐渐显现。一季度数据显示，老龄者所需的家庭用品、保健品、医药品等消费比例显著提高，同时由于收入水平相对较低的老龄者人均消费额随着衰老而减少，因此对家具、家用器材等耐用消费品以及体育文化及娱乐用品类的消费量减少，分别下降了25.2%、9.7%和38.1%，老龄化对消费市场的影响已逐渐显露。

打印本页

关闭窗口

附件

相关文档