

全国

消费品行业发展报告

2024年1-6月

中国电子信息产业发展研究院（消费品工业研究所）
北京欧特欧国际咨询有限公司

该报告引用商指针监测各大网络零售平台的销售数据

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

目 录

第一篇 全国消费品生产消费情况	3
一、2024年1-6月全国消费品工业运行情况	3
二、2024年1-6月全国消费品电商零售发展概况	6
三、全国消费品工业重点行业季度运行分析	10
2024年上半年食品工业运行情况	11
2024年上半年纺织工业运行情况	- 1 -
2024年上半年中药产业运行情况	- 8 -
四、消费品工业发展形势研判	- 14 -
五、下一步重点工作安排	- 17 -
第二篇 全国消费品电商零售发展情况	- 19 -
一、全国消费品行业销售统计分析	- 19 -
二、全国重点消费品行业销售统计分析	- 24 -
三、全国重点区域消费品行业销售统计分析	- 39 -
四、全国消费品零售情况总结	- 47 -
附件1 二季度消费品领域重要政策汇总	- 49 -

第一篇 全国消费品生产消费情况

2024年1-6月，随着内需持续释放、出口稳步回升、全球经济复苏，消费品工业生产、投资、收入、消费、出口等主要经济指标继续保持回升态势，稳增长基础得到进一步夯实。总体看，全行业稳定向好发展预期持续增强，但外部环境日趋复杂、内部需求恢复缓慢、企业生产动能不足等问题没有根本缓解，需从稳增长、促消费、强保障、促转型、增动能等方面持续发力，推动消费品工业持续向好发展。

一、2024年1-6月全国消费品工业运行情况

（一）生产保持平稳增长，产品产量加快提升

从增加值增速看，1-6月，规上消费品工业增加值同比增长4.3%，增速较2023年全年提升3.7个百分点，实现较大幅度提升。其中，轻工业（不含食品）、食品工业同比分别增长6.5%、4.3%，两行业增加值占消费品工业增加值四成左右，为稳增长发挥重要作用，纺织工业同比增长4.6%，呈现平稳增长态势，医药工业增加值同比增长1.2%，触底反弹趋势明显。从典型行业看，化学纤维制造、造纸和纸制品、塑料制品业等原料生产型行业增长较快，同比增速分别达12.1%、10.5%。随着暑期临近，同时电商平台年中大促等激发消费需求，家用电器器具制造、玩具制造业增速均达到9.0%。从产品产量绝对值看，在消费品工业48种主要产品¹中，40种产品产量实现同比正增长，

¹ 消费品行业48种主要产品包括啤酒、葡萄酒、人造纤维（纤维素纤维）、白酒、布、蚕丝、蚕丝及交织机织物（含蚕丝≥50%）、成品糖、电动自行车、电饭锅、房间空气调节器、非机织布（无纺布）、服装、罐头、合成洗涤剂、化学纤维、化学药品原药、机制纸及纸板（外购原纸加工除外）、家具、家用电冰箱（家用冷冻冷藏箱）、家用电风扇、家用电热水器、合成纤维、家用冷柜（家用冷冻箱）、家用燃气热水器、家用吸尘器、家用吸排油烟机、家用洗衣机、精制茶、精制食用植物油、卷烟、两轮脚踏自行车、毛机织物（呢绒）、绒线（俗称毛线）、乳制品、纱、饲料、塑料制品、农用薄膜、微波炉、卫生陶

12种产品同比增速超过10%，其中，两轮脚踏自行车，家用电风扇，家用冷柜（家用冷冻箱）、钟表与计时仪器等产品产量增速较快，同比分别增长29.9%、20.0%、18.4%、17.7%。

（二）投资保持稳健增长，重点行业全面提速

1-6月，消费品工业固定资产投资保持增长态势，14个主要大类行业中13个行业保持正增长。食品工业投资保持较高热度，食品制造、酒饮料和精制茶制造、农副食品加工业固定资产投资额同比分别增长27.0%、24.7%、21.8%。造纸和纸制品、文教工美体育和娱乐用品制造业同比分别增长21.9%、10.4%，在轻工业中领跑。纺织工业固定资产投资稳步扩大，纺织、纺织服装服饰、化学纤维制造业固定资产投资额同比增速分别为14.3%、14.0%、6.4%。医药制造业同比增长7.1%，增速较2023年同期提高6.4个百分点，呈良好恢复势头。

（三）营收情况持续改善，带动利润较快增长

从营业收入看，1-6月，规模以上消费品工业营业收入15.4万亿元，同比增长2.5%，14个主要大类行业中11个行业实现正增长，其中，化学纤维制造业、造纸和纸制品业、皮革毛皮羽毛及其制品和制鞋业、文教工美体育和娱乐用品业增速较快，同比分别增长14.2%、6.0%、5.6%、5.5%。从企业利润看，1-6月，规模以上消费品工业企业利润10540.1亿元，同比增长11.5%，持续保持两位数增长，增速高于全部规上工业8.0个百分点。14个主要大类行业中13个行业实现正增长，其中化学纤维制造、造纸和纸制品业同比分别增长1.3倍、1.0倍，纺织、印刷和记录媒介复制、文教工美体育和娱乐用品制造业利润增

瓷制品、鲜（冷）藏肉、鞋、饮料、营养保健食品、纸制品、中成药、钟表与计时仪器。上述48种产品从“主要工业产品产量汇总表（220种产品）”中的消费品工业生产产品筛选选取，覆盖消费品工业大类行业。重点考虑包括了鲜冷藏肉、纱、布等反映下游加工市场需求的原料型产品，化学药品原药、中成药、乳制品、食用植物油等居民生活保障及防疫重点产品，服装、纸制品、塑料制品等反映大类行业生产能力的产品，营养保健食品、家用吸尘器等反映居民消费升级趋势的产品等四大类。

速在16.1%—20.1%之间。从营收利润率看，1-6月，规模以上消费品工业营收利润率6.9%，高于制造业1.4个百分点。

（四）出口规模稳定增长，部分行业增长较快

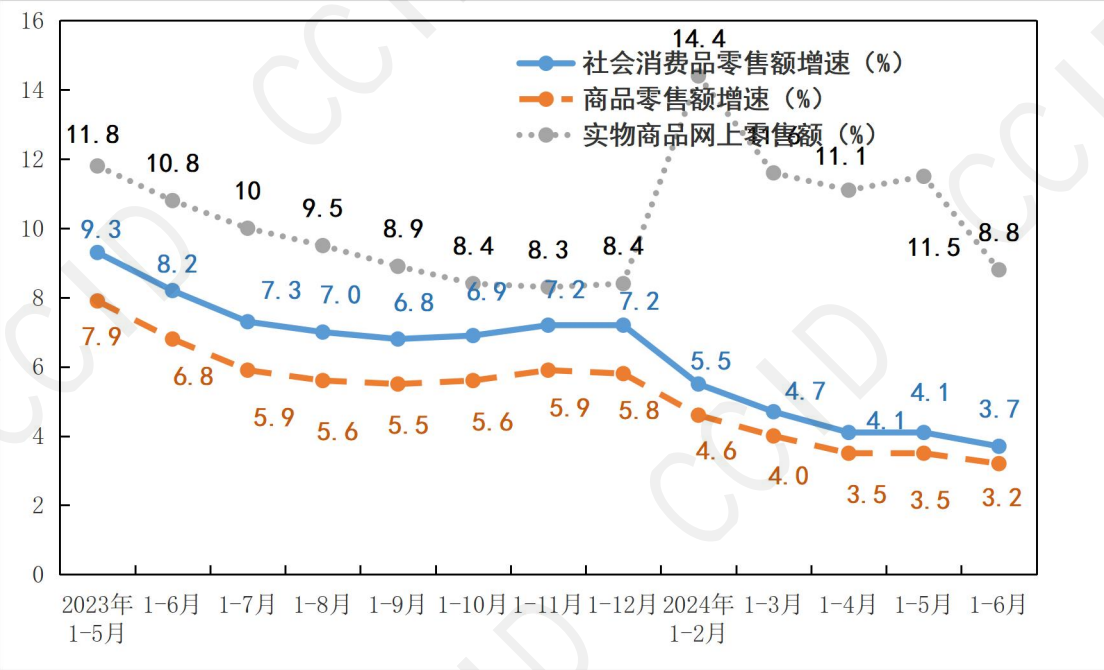
1-6月，规上消费品工业出口交货值超过1.8万亿元，同比增长2.4%，在14个主要大类行业中，6个行业出口增速超过工业整体增速。与居民基本生活关联紧密的烟草制造、化学纤维制造业、造纸和纸制品业、印刷和记录媒介复制业等行业增长较快，同比分别增长16.5%、14.0%、11.9%、9.6%。海外市场消费需求保持稳定，带动与生产生活密切相关的轻工、纺织产品等海外订单稳步增长。海外医药需求加快恢复，医药制造业出口交货值同比增长2.7%，增速较去年同期提高了37.4个百分点，体现良好恢复和增长态势。

（五）消费市场稳定复苏，网络消费持续活跃

1-6月，全国社会消费品零售总额23.6万亿元，同比增长3.7%。从消费需求看，升级消费和个性消费持续扩大。由2024年中国国际消费品博览会热度来看，各类采购商和专业观众超过5.5万人，比上一届人数增加约10%；汇聚超4000个消费精品品牌，比上一届品牌增加约20%。从商品类别看，基本生活类消费品消费稳定增长，粮油食品、烟酒类零售额同比分别增长9.6%和10.0%；升级类消费品中，体育娱乐用品类销售额同比增长11.2%，同时，受房地产消费低位运行影响，建筑装潢材料销售额同比负增长，家具类销售额增长放缓。从销售渠道看，网络消费持续较快发展，1-6月实物商品网上零售额5.9万亿元，同比增长8.8%，显著高于社会消费品零售额增速（3.7%）和商品零售额增速（3.2%）。其中，吃类、穿类、用类同比分别增长17.8%、7.0%、7.8%。从经营地来看，在产品供给优化、文旅活动升温等

带动下，乡村市场销售增速快于城镇。1-6月，乡村消费品零售额同比增长4.5%，高于城镇0.9个百分点。

图1 2024年第二季度社会消费品零售额、商品零售额、网上零售额增速



数据来源：国家统计局 2024，7

二、2024年1-6月全国消费品电商零售发展概况

2024年1-6月全国消费品行业销售规模实现55074.8亿元，同比增长5.82%。其中，广东省、浙江省、北京市、上海市、江苏省排在前三位，消费品行业销售规模在全国的占比分别为28.82%、15.03%、11.00%、10.66%、6.82%。

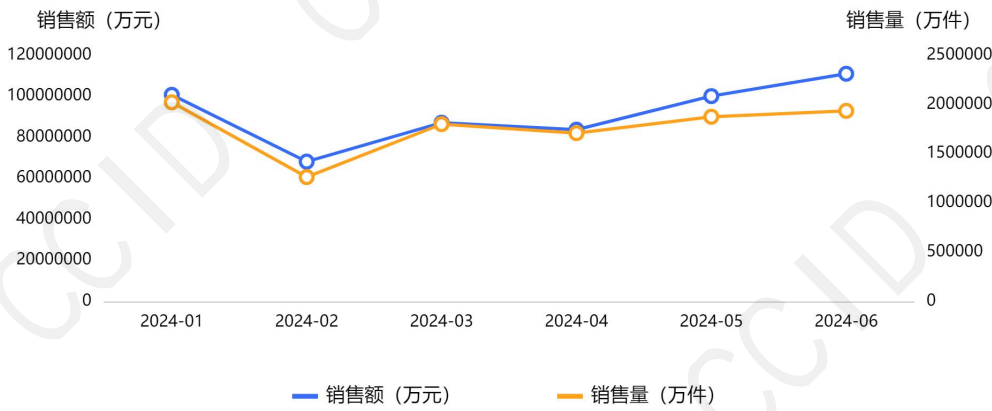
表1 2024年1-6月全国消费品行业销售规模区域分布

排名	区域	销售规模（万元）	占比
1	广东省	158735315.6	28.82%
2	浙江省	82785968.6	15.03%
3	北京市	60596971.9	11.00%
4	上海市	58686176.7	10.66%
5	江苏省	37562829.9	6.82%
6	福建省	27054639.0	4.91%

7	山东省	26874425.8	4.88%
8	河南省	10192623.8	1.85%
9	安徽省	9929056.1	1.80%
10	河北省	9810313.8	1.78%
11	四川省	9773453.6	1.77%
12	江西省	7826800.9	1.42%
13	湖北省	7766458.0	1.41%
14	湖南省	6701006.2	1.22%
15	辽宁省	4124324.8	0.75%
16	内蒙古自治区	3541790.7	0.64%
17	海南省	3497387.4	0.64%
18	陕西省	3372703.7	0.61%
19	黑龙江省	3200036.7	0.58%
20	贵州省	2989421.9	0.54%
21	天津市	2930308.5	0.53%
22	云南省	2853231.7	0.52%
23	重庆市	2534977.4	0.46%
24	山西省	1805669.0	0.33%
25	广西壮族自治区	1766006.1	0.32%
26	吉林省	1593890.3	0.29%
27	新疆维吾尔自治区	861248.0	0.16%
28	甘肃省	502194.7	0.09%
29	西藏自治区	421583.4	0.08%
30	宁夏回族自治区	266721.5	0.05%
31	青海省	190734.4	0.03%

从2024年1-6月全国消费品行业销售规模分布来看，2024年6月全国实现销售额11098.4亿元，环比涨幅10.89%，销售量193.5亿件，环比涨幅为3.19%。

图2 2024年1-6月全国消费品行业销售规模趋势



全国消费品行业销售规模TOP5的行业分别为服饰、手机及配件、家具、大家电、酒水，销售规模在全国的占比分别为12.31%、6.01%、4.83%、4.65%、4.63%。

表2 2024年1-6月全国消费品行业销售TOP41分布

排名	一级行业	销售规模（万元）	占比
1	服饰	67819573.9	12.31%
2	手机及配件	33097589.3	6.01%
3	家具	26623160.4	4.83%
4	大家电	25623055.9	4.65%
5	酒水	25480746.9	4.63%
6	家装建材	24810793.1	4.50%
7	母婴	24160217.0	4.39%
8	家居日用	24118304.0	4.38%
9	运动	22474594.1	4.08%
10	食品	22287002.0	4.05%
11	电脑设备	22127432.6	4.02%
12	面部护肤	21622668.7	3.93%
13	珠宝首饰	14891532.3	2.70%
14	医药健康	13454816.8	2.44%
15	个护清洁	13184099.1	2.39%
16	家居家纺	12798869.3	2.32%

17	生鲜	12628186.7	2.29%
18	厨卫电器	12120286.9	2.20%
19	鞋靴	11617681.9	2.11%
20	数码产品	9664695.2	1.75%
21	内衣	9512994.9	1.73%
22	营养保健	9179054.6	1.67%
23	生活电器	8912009.4	1.62%
24	彩妆香水	7868118.9	1.43%
25	玩具乐器	7775321.8	1.41%
26	办公用品	7452213.9	1.35%
27	汽车用品	7191836.7	1.31%
28	个护电器	7059396.0	1.28%
29	工业品	6426178.2	1.17%
30	影音电器	5851407.5	1.06%
31	箱包	5610742.1	1.02%
32	户外用品	5272885.5	0.96%
33	宠物用品	5108106.1	0.93%
34	图书音像	4380765.0	0.80%
35	钟表眼镜	3186493.4	0.58%
36	文创礼品	2977090.6	0.54%
37	商用电器	2934332.3	0.53%
38	鲜花园艺	1392426.3	0.25%
39	农用物资	1087156.2	0.20%
40	摩托车	945324.9	0.17%
41	汽车整车	19109.8	0.0035%

全国消费品行业销售规模同比增速TOP5的行业分别为商用电器、工业品、数码产品、户外用品、家具，销售规模同比增速分别为73.20%、32.37%、26.09%、23.70%、22.58%。

表3 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP41分布

排名	一级行业	2024年1-6月 销售规模（万元）	2023年1-6月 销售规模（万元）	规模同比
1	商用电器	2934332.3	1694314.6	73.20%
2	工业品	6426178.2	4855229.4	32.37%
3	数码产品	9664695.2	7672658.5	26.09%
4	户外用品	5272885.5	4264520.9	23.70%
5	家具	26623160.4	21719351.5	22.58%
6	生活电器	8912009.4	7402198.1	20.50%

7	珠宝首饰	14891532.3	12504275.7	19.11%
8	汽车用品	7191836.7	6108314.5	17.77%
9	生鲜	12628186.7	11269217.0	17.00%
10	影音电器	5851407.5	5010725.0	16.89%
11	手机及配件	33097589.3	28690662.4	15.39%
12	酒水	25480746.9	22982608.7	12.88%
13	医药健康	13454816.8	11960372.6	12.80%
14	运动	22474594.1	20025890.4	12.33%
15	宠物用品	5108106.1	4592090.5	11.37%
16	母婴	24160217.0	22036211.9	10.04%
17	家装建材	24810793.1	22630175.3	9.66%
18	文创礼品	2977090.6	2721334.5	9.40%
19	玩具乐器	7775321.8	7121829.6	9.30%
20	家居家纺	12798869.3	11809734.6	8.69%
21	彩妆香水	7868118.9	7338942.6	7.52%
22	摩托车	945324.9	880434.7	7.37%
23	家居日用	24118304.0	23057753.6	5.37%
24	图书音像	4380765.0	4215535.3	3.93%
25	厨卫电器	12120286.9	11687832.7	3.79%
26	个护清洁	13184099.1	12893677.3	3.61%
27	营养保健	9179054.6	8908170.0	3.29%
28	食品	22287002.0	22649860.5	1.09%
29	个护电器	7059396.0	7047474.0	0.22%
30	内衣	9512994.9	9628061.7	-1.00%
31	办公用品	7452213.9	7617759.8	-2.07%
32	服饰	67819573.9	69344841.5	-2.14%
33	农用物资	1087156.2	1138902.6	-4.45%
34	面部护肤	21622668.7	23224275.6	-6.47%
35	电脑设备	22127432.6	23850447.6	-7.06%
36	鲜花园艺	1392426.3	1500102.9	-7.12%
37	箱包	5610742.1	6159023.3	-8.82%
38	大家电	25623055.9	28180668.9	-8.96%
39	鞋靴	11617681.9	12786378.2	-9.07%
40	钟表眼镜	3186493.4	3535119.3	-9.83%
41	汽车整车	19109.8	132375.4	-85.56%

三、全国消费品工业重点行业季度运行分析

2024年上半年食品工业运行情况

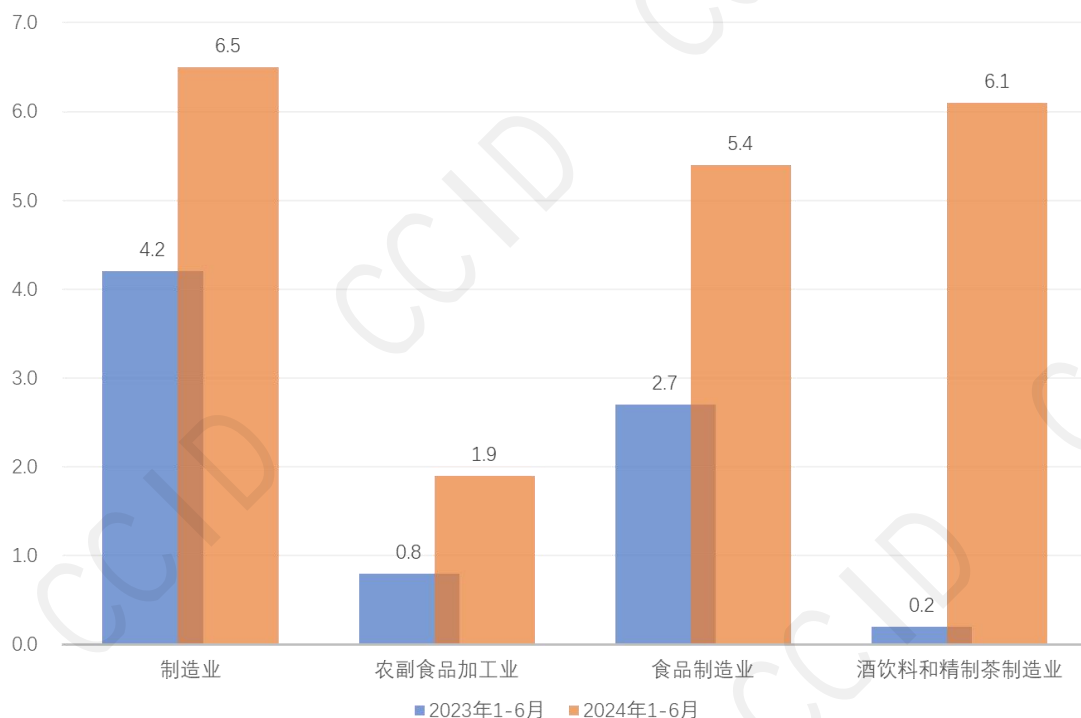
食品工业是我国传统优势产业和重要的民生产业，2024年1-6月，以占规上全部工业6.1%的资产，完成5.7%的工业增加值、6.6%的营业收入和8.4%的利润总额，企业单位数、用工人数占比分别为8.4%、6.8%。行业主要经济指标继续保持较好增长态势，生产消费呈现部分新特点，同时，亏损情况仍未全面恢复，部分重点行业盈利能力下降明显，稳增长仍需从稳主体、促转型、创品牌等方面持续加力。

一、食品工业总体运行情况

（一）增加值增速较大幅度提升，重点产品产量稳步提高

从行业增加值看，2024年1-6月，规模以上食品工业增加值同比增长4.3%，增速较2023年同期提高4.2个百分点，三大子行业中，农副食品加工、食品制造、酒饮料和精制茶制造业同比分别增长1.9%、5.4%、6.1%，增速较2023年同期分别提高2.7、2.7、5.9个百分点。从产量绝对值看，2024年1-6月，重点监测11种食品工业主要产品中，8种产量保持同比增长，成品糖、饮料产量增长较快，同比分别增长13.9%、7.9%，精制食用植物油、鲜冷藏肉、白酒、精制茶增速分别达4.7%、2.2%、3.0%、2.0%，反映出居民社交、外出活跃带动相关产品生产消费增长。

图3 食品工业三大子行业工业增加值增速季度变化情况及与制造业的比较 (%)



数据来源：国家统计局 2024，7

（二）企业盈利能力持续改善，农副食品加工业营收降低

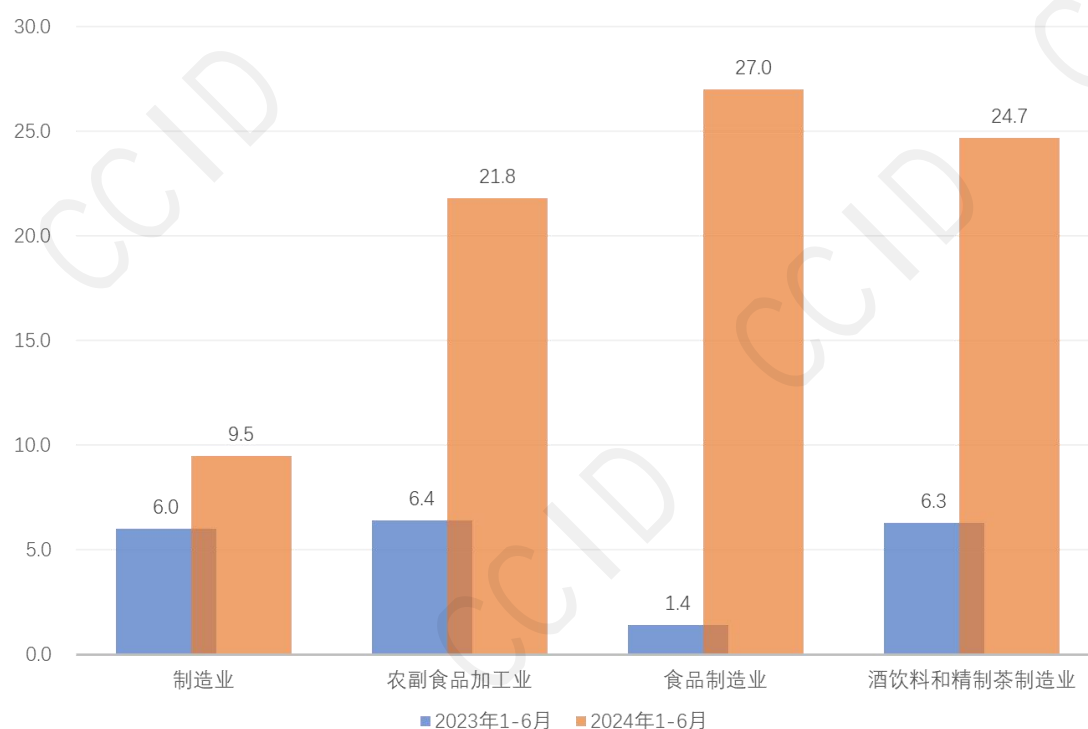
从营业收入看，2024年1-6月，规上食品工业企业营业收入43054.3亿元，同比下降0.1%，占制造业比重7.7%，占比较2023年全年水平下降0.1个百分点，三大子行业增速分别为-3.6%、5.0%、4.6%。从利润总额看，1-6月，规上食品工业企业利润总额2952.1亿元，同比增长13.2%，占制造业的11.8%，占比较2023年全年水平提高1.1个百分点，三大子行业增速分别为19.2%、10.1%、13.1%，18个中类行业中，14个实现同比增长，9个增速超过10%。从营收利润率看，1-6月，规上食品工业营收利润率6.9%，高于全部工业1.5个百分点，较2023年全年水平提高1.1个百分点，保持稳定增长态势。

（三）投资保持较高热度，用电量保持较稳定的增长态势

从固定资产投资增速看，2024年1-6月，规上食品工业三大子行业同比分别增长21.8%、27.0%、24.7%，增速分别高于制造业12.3、17.5、15.2个百分点，较2023年同期分别提高14.1、14.5、17.1个百分

点。此外，从用电量看，1-6月，消费品制造业用电量总体同比增长7.6%，食品工业继续保持平稳增长，其中，食品制造业用电量同比增长超过10%，一定程度上反映，2023年以来投资保持较高增速情况下，新增/扩产产线建设运营良好，生产活动较稳定。

图4 食品工业三大子行业固定资产投资季度变化情况及与制造业的比较 (%)



数据来源：国家统计局 2024，7

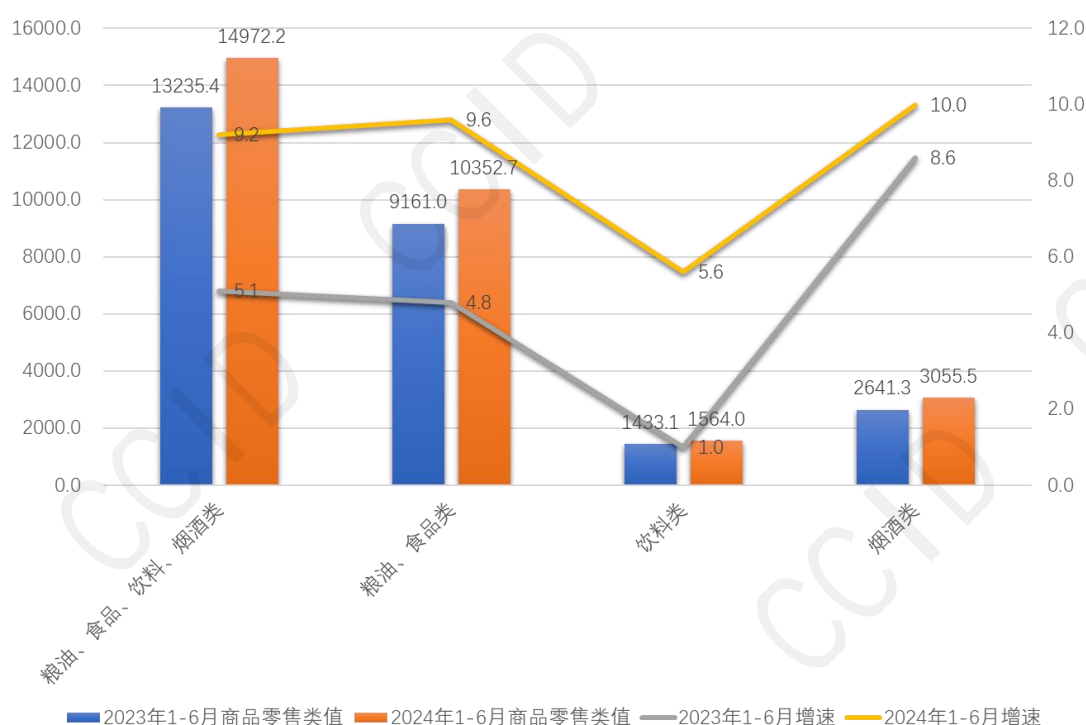
（四）出口呈现恢复向好态势，出口交货值实现同比增长

从出口交货值看，2024年1-6月，规上食品工业企业出口交货值1189.8亿元，同比增长2.7%，占工业比重2.6%，三大子行业出口交货值分别为1108.8亿元、666.6亿元、114.4亿元，同比分别增长3.2%、1.5%、4.5%。从增速变化趋势看，2024年1-6月，规上食品工业企业出口交货值增速较2023年全年水平增长6.6个百分点，呈现向好增长态势，与2024年1-3月相比，三大子行业增速分别提高0.8、0.5、1.7个百分点。

（五）食品在商品零售占比提高，网络消费保持较高热度

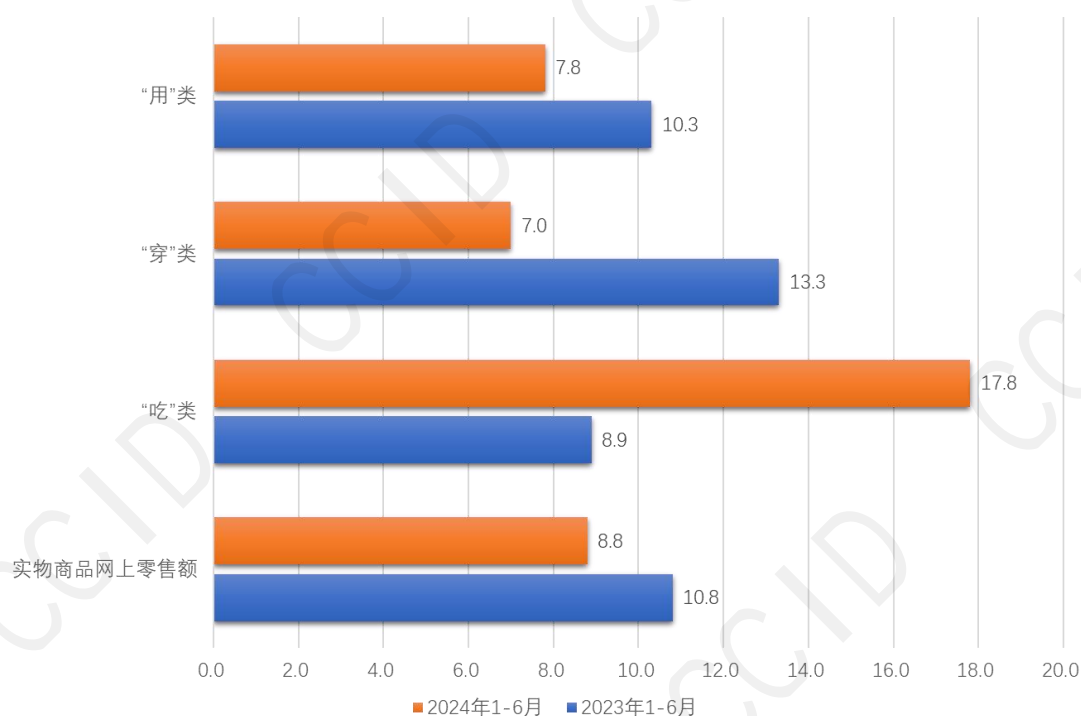
从限额以上单位商品零售额看，2024年1-6月，粮油食品饮料烟酒类商品零售额合计达14972.2亿元，同比增长9.2%，占全部商品的16.4%，其中，粮油食品、饮料、烟酒类分别达10352.7亿元、1564.0亿元、3055.5亿元，同比分别增长9.6%、5.6%、10.0%。从实物商品网上零售额看，1-6月，“吃”类商品网上零售额累计同比增长17.8%，增速高于全部商品网上零售额9.0个百分点，也高于“穿”类（同比增长7.0%）、“用”类（同比增长7.8%）商品。此外，根据商务部网络零售监测机构数据，1-6月，全网“食品酒水”板块零售额同比增长11.4%，占实物商品零售总额10.7%，从细分产品领域看，黑茶、普洱增长较快，同比分别增长100.7%、72.3%。

图5 食品工业相关品类商品零售额及增速季度变化情况（亿元、%）



数据来源：国家统计局 2024，7

图6 “吃”类等实物商品网上零售额增速季度变化情况（%）



数据来源：国家统计局 2024，7

二、主要问题

（一）亏损情况仍需加强监测，行业从业人数呈小幅下降

2024年6月末，规上食品工业亏损企业数为12311家，亏损面达29.1%，较2024年3月末降低2.0个百分点；亏损企业亏损总额434.6亿元，亏损深度为14.7%，较3月末降低了3.2个百分点。从指标数据变化情况看，1-6月亏损面、亏损深度较1-3月有所好转，但仍需加强监测关注。另一方面，作为稳岗就业的重要行业，新冠疫情发生以来吸纳就业人数有所下滑，2024年6月末，规上食品工业企业用工人数495.5万人，较2023年3月末减少了1.1万人。

（二）农副产品加工营收持续下降，相关因素需加强关注

农副食品加工业是食品工业重要组成部分，营收规模占比约六成，2024年1-6月，规上农副食品加工业增加值同比增长1.9%，增速较1-3月提高0.2个百分点，同时，营业收入同比下降3.6%，降幅较1-3月收窄0.1个百分点。从相关指标分析，1-6月，营业成本同比下降4.4%

，影响较小，应收账款同比增长7.1%，投资收益同比下降35.1%，是今年一季度至二季度行业营收水平持续下降的主要因素。2024年1-3月，利润总额同比增长2.0%，增速较1-2月实现由负转正，1-6月同比增长19.2%，呈现向好发展态势，但仍需持续关注。

（三）海外消费增长缺乏有效动力，外贸稳增长压力较大

受全球经济增长放缓、主要经济体消费疲软等因素影响，一段时期以来，食品工业出口有所下滑，2023年规上食品工业出口交货值同比下降10.9%，2024年1-6月，规上食品工业出口交货值同比增长2.7%，体现一定向好发展态势。同时，全年外贸稳增长压力仍然较大，全球货币环境从紧缩转向宽松的趋势加强，欧美通胀保持高位导致居民消费低迷，地缘政治复杂演进导致区域供应链风险加剧，部分国家即将迎来大选，食品及农产品领域对华贸易政策仍不明朗，下半年食品出口贸易仍需从防风险、稳订单、拓市场、优结构等方面持续加力。

三、对策建议

（一）全力推动行业平稳增长，培育壮大新增长引擎

一是推动行业持续平稳增长，强化运行监测调度，协调解决突出问题，帮助企业降成本、稳预期、增动能，指导地方落实稳增长工作，支持食品工业大省勇挑大梁。二是积极培育预制化食品、老年食品、高品质孕婴童食品等新增长引擎，着力提升供给与消费需求适配性。三是促进区域协调发展。优化中西部产业发展环境，积极利用中国产业转移发展对接活动等平台，促进技术、装备、销售市场等要素与中西部特色原料主产区流动，增强产区发展动能。四是推动跨境电商、海外仓等新业态发展，支持边境贸易专业市场建设。加强加工增值内销免关税等政策推广，发挥陆海新通道、海南自贸港等功能，充分

利用国内国际两种原料、两个市场，构建区域农产品加工贸易综合中心。

（二）加强地方特色产业培育，支持农产品精深加工

一是进一步开展传统优势食品产区和地方特色食品产业重点培育名单申报和创建工作，指导地方因地制宜强化产区建设。二是更好利用国家重点研发计划、“首台（套）”、保险补偿等政策，支持共性关键技术装备研发应用推广。三是充分发挥国家产融平台作用，引导金融机构加大对地方特色食品产业支持力度，加强专精特新、单项冠军等企业培育。四是支持各省因地制宜，稳妥推进农产品增值税进项税额核定扣除试点，扩大农产品初加工企业所得税优惠政策适用范围，落实企业凭收购发票抵扣增值税政策，引导有条件地区降低企业用水用电价格，或将部分深加工企业纳入农产品初加工补助政策范围。

（三）加快食品生物制造发展，积极培育新质生产力

一是夯实发展基础，提升食品工业高性能独创性菌株创制、新型细胞工厂构建、高效酶制剂研发供给能力，建设食品生物制造关键基础数据库。二是提升产业科技创新能力，加强重大科研项目部署，支持食品生物制造中试验证平台、产业示范基地、制造业创新中心等建设。三是将生物制造工艺装备推广作为食品工业大规模设备更新改造重要组成部分，加快分离纯化装备、关键组件、关键传感器、工艺软件及智能控制系统等发展应用，推广节水发酵、生物降解、高效纯化等绿色低碳工艺设备。四是加强产品市场推广，强化生物制造产品理念推广、正向宣传，加快原创性成果审查审批，健全产品标识制度。

（四）统筹推进智改网联数转，加快产业数字化转型

一是加快编制发布食品工业数字化转型实施方案，完善顶层设计，坚持统筹谋划、远近结合、系统推进，充分利用数字技术对食品工业进行全方位、全链条改造。二是加强企业诊断评估，指导各地方、行业协会等组织规模以上企业广泛开展数字化水平自评估，做到“应评尽评”，依托专业服务机构开展专业化诊断评价。鼓励地方政府依托有关机构，为所辖区域企业提供优质高效诊断评估服务。三是加快典型场景培育，立足食品工业特点和细分领域差异化需求，分行业、分场景制定数字化转型场景清单，搭建数字化转型服务平台，加快培育一批典型场景先进适用解决方案和系统解决方案供应商。四是加快实施工艺装备改造升级。编制实施食品工业设备数字化升级指南，加快研发、生产、检测等关键工艺装备改造升级，推动产业链上下游、大中小企业间协同转型，提升产业集群、产业园区数字化发展水平。

2024年上半年纺织工业运行情况

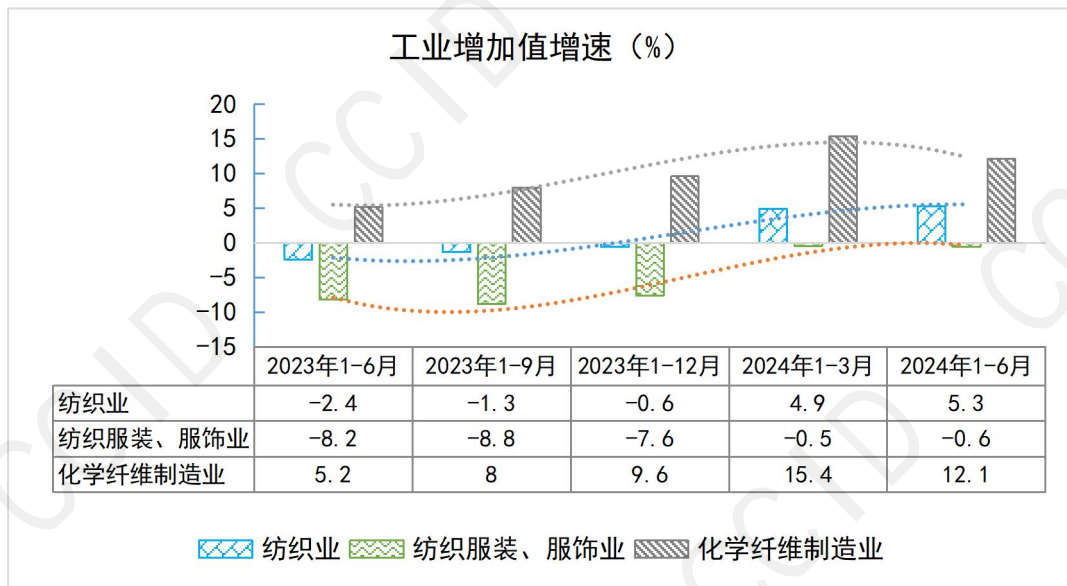
2024年上半年纺织工业整体延续平稳增长态势。在一系列持续深化转型升级，加快推进现代化产业体系建设的政策引导下，纺织工业经济运行基本平稳，出口保持恢复增长，效益水平持续改善。但纺织工业依旧面临复杂严峻的国际环境，短期内存在有效需求不足、市场预期偏弱等问题，供应链稳定性也面临较大考验。建议从拓宽多场景融合消费模式、加速产业链供应链数智化改造、大中小企业融通发展、完善营商环境等多方面推进纺织工业稳定运行。

一、上半年纺织工业总体运行情况

（一）工业生产平稳增长

上半年纺织工业生产整体平稳向好发展。从工业增加值来看，1-6月纺织业和化学纤维制造业的工业增加值分别同比增长了5.3%和12.1%，与去年同期相比，增幅分别上升了7.7和6.9个百分点。虽然纺织服装服饰业的工业增加值下降了0.6%，但降幅较去年同期收窄了5.7个百分点。从主要产品来看，1-6月布、蚕丝及交织机织物、化学纤维的产量均保持增长，累计增幅分别为2.1%、11.5%和13.2%，与去年同期相比，增幅分别扩大了7.1、29.8和9.3个百分点。尽管纱的产量下降了1.5%，但降幅较去年同期有所收窄，减少了2.3个百分点。从企业规模来看，1-6月纺织工业规模以上企业数量约为3.7万家，较上年同期增长了1.3%。

图7 纺织工业分行业增加值增速及趋势

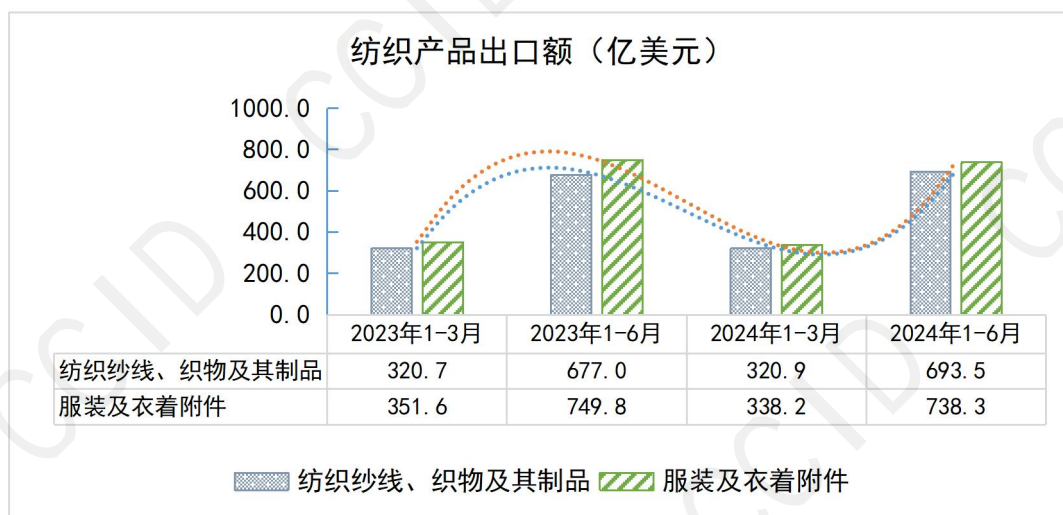


数据来源：国家统计局 2024，7

（二）出口延续恢复态势

在“一带一路”沿线国家及东盟其他地区贸易出口市场持续增长的趋势下，二季度我国纺织品服装出口整体保持稳健增长态势，产业链竞争力基本稳定。新兴外贸市场持续增长，其中东盟已成为我国第一大贸易伙伴，为我国出口贸易的恢复提供了有力的支撑。根据海关总署数据，上半年我国与东盟贸易总值为3.36万亿元，增长10.5%，占外贸总值的15.9%，贸易顺差扩大36.5%。1-6月我国纺织品服装累计出口达1431.8亿美元，同比增长1.5%。其中，纺织纱线、织物及制品的累计出口额为693.5亿美元，较去年同期增长3.3%，增速较一季度上升0.7个百分点；而服装及衣着附件的累计出口额为738.3亿美元，与去年同期基本持平，但增速较一季度下降了1.4个百分点。

图8 纺织品出口规模及趋势

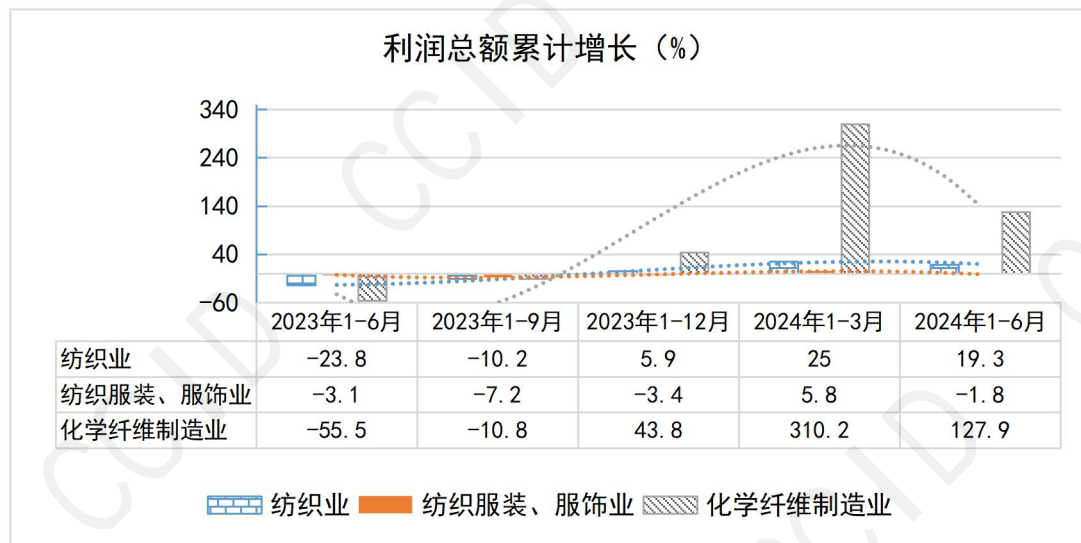


数据来源：海关总署 2024，7

（三）效益水平持续改善

二季度纺织企业效益水平持续改善，营业收入及利润保持平稳增长。根据国家统计局数据，1-6月纺织业、纺织服装服饰业、化学纤维制造业营业收入分别累计增长4.5%、1%、14.2%，增速较上年同期分别回升9.4、9.1、16.3个百分点。利润方面，1-6月纺织业、化学纤维制造业利润总额分别累计增长19.3%、127.9%，增速较上年同期大幅上涨43.1、183.4个百分点；纺织服装服饰业上半年利润总额累计下降1.8%，但与上年同期相比回升1.3个百分点。

图9 纺织工业分行业利润总额增长

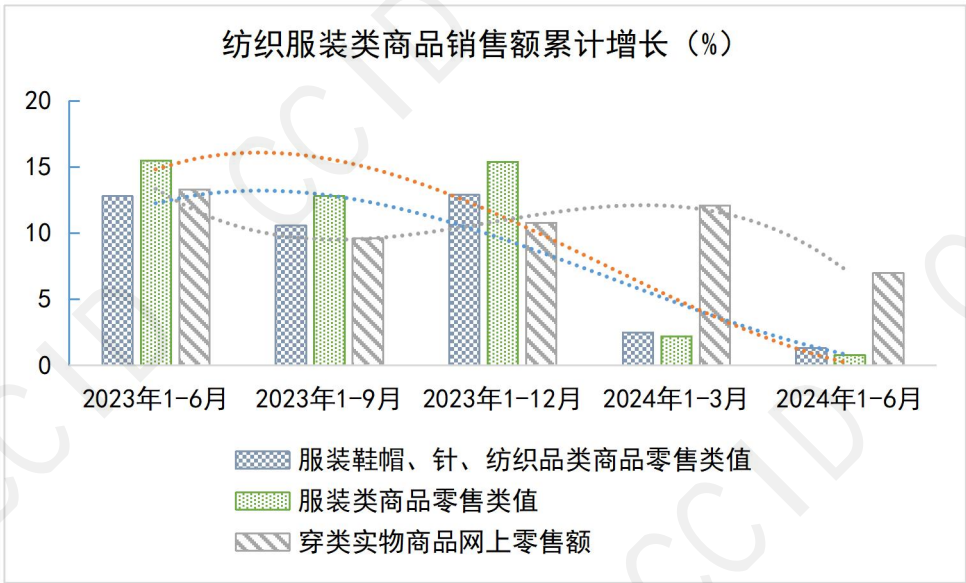


数据来源：海关总署 2024，7

（四）内需市场动能不足

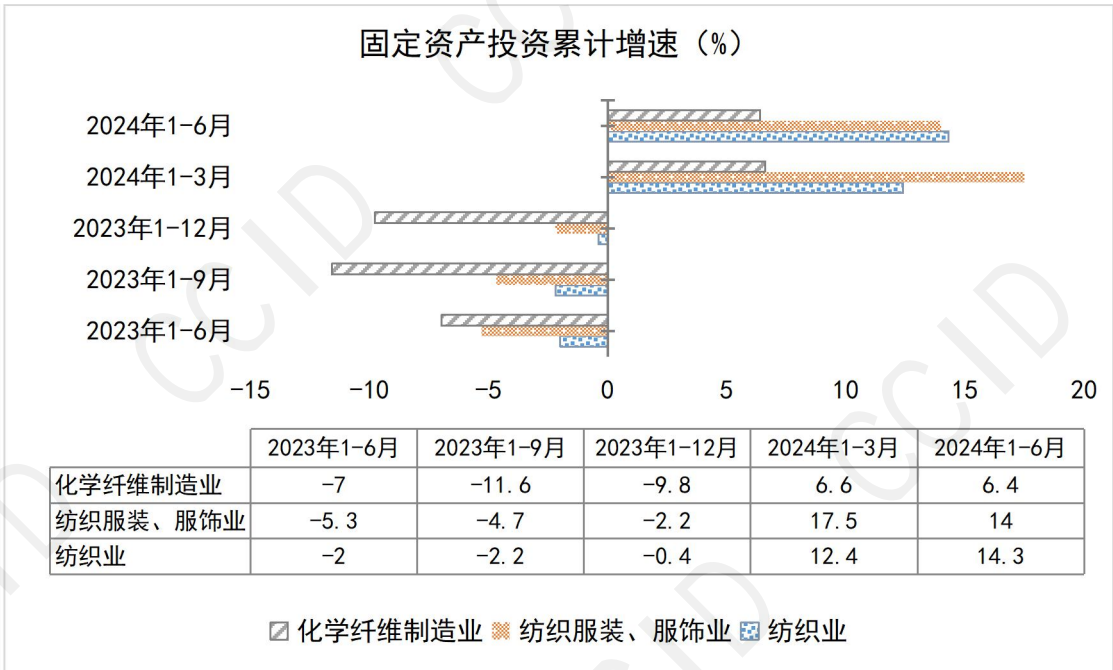
今年上半年，我国纺织品服装内销市场在‘大健康’‘国潮’等消费热点及假日经济的发力支撑下基本保持平稳，但增长动力依旧不足。产品销售方面，根据国家统计局数据，1-6月全国限额以上服装鞋帽针纺织品类商品、服装类商品零售额分别累计增长1.3%、0.8%，同比大幅下降11.5、14.7个百分点，与一季度相比下降1.2、1.4个百分点。线上消费动能减弱，穿类实物商品网上零售额累计增长7%，较去年同期下降6.3个百分点，与一季度相比下降5.1个百分点。投资方面，企业效益修复带动行业投资信心有所增强，但部分细分行业二季度投资增速有所放缓。1-6月纺织业、纺织服装服饰业、化学纤维制造业固定资产投资完成额同比增长14.3%、14%、6.4%，增速较上年同期分别大幅回升16.3、19.3和13.4个百分点。与一季度相比，纺织业投资额增速表现亮眼，增速上涨1.9个百分点；化学纤维制造业、纺织服装服饰业投资增速则分别下降0.2、3.5个百分点。

图10 纺织服装类商品销售规模及趋势



数据来源：海关总署 2024， 7

图11 纺织工业分行业固定资产投资增速



数据来源：国家统计局 2024， 7

二、主要问题

(一) 纺织产业供应链不稳定

纺织产业链供应链稳定性面临严峻挑战。一方面，全球贸易环境变化，海外订单转移到东南亚地区的趋势仍在增加，对我国纺织工业的国际竞争力构成威胁。据越南统计总局数据，上半年越南加工制造业产值增长率高达8.5%，特别是纺织服装作为关键领域保持了稳健的出口增速。另一方面，上游原材料价格的波动对纺织企业的成本控制和生产经营带来了挑战。棉花价格在一季度上涨过后，二季度进入下跌趋势。根据中国棉纺织行业协会数据，今年6月份中国棉纺织景气指数为48.6%，相比5月份进一步下降了0.8个百分点。同时，下游企业的销售情况并不乐观，经营压力不断累积。由于处于淡季市场行情，纺织企业主要以满足刚性需求为主，棉花和非棉纤维的采购指数均低于临界点，且呈下降趋势。上下游企业面临严峻的市场环境，为产业供应链稳定性增加风险。

（二）国内市场有效需求不足

二季度经济动能放缓，主要原因是消费走弱。特别是消费领域，商品和服务消费都呈现出趋势下行的态势。根据国家统计局数据，二季度GDP同比增速为4.7%，较一季度下降0.6个百分点。上半年纺织服装类产品销售额与一季度相比出现增速回落的现象。国内市场有效需求明显不足，微观主体预期不稳和信心不足的问题依旧突出。数据显示，居民人均收入增速下行，上半年全国居民人均可支配收入20733元，同比名义增长5.4%，扣除价格因素实际增长5.3%，与一季度相比名义增速和实际增速分别回落0.8和0.9个百分点。此外，就业形势方面，虽然总体保持稳定，全国城镇调查失业率平均值为5.1%，比上年同期略有下降，但这并不足以抵消经济增速放缓带来的影响。特别是6月份，全国城镇调查失业率为5.0%，与上月持平，显示就业市场也面临一定的压力。

（三）企业经营压力持续增加

由于营业成本上涨、亏损增加等因素，纺织企业对未来市场发展持谨慎态度，面临巨大经营压力。一方面，纺织工业规上企业营业成本持续上涨。

其中，1-6月化学纤维制造业企业营业成本涨幅较大，同比增长13.1%；纺织业、纺织服装服饰业则分别增长4.0%、0.9%。原材料价格方面波动较大，以棉花价格为例，在一季度价格上涨过后，二季度价格跌幅明显，6月份3128B级价格为16029元/吨，环比跌幅达2.5%。另一方面，虽然纺织工业整体经营效益水平呈现向好趋势，但细分行业企业仍面临着亏损面扩大的困境。以棉纺织行业为例，上半年规上棉纺织业营业收入同比增长0.2%，增速比1-5月份放缓0.2个百分点，亏损面为27.1%，比1-5月份扩大0.6个百分点，利润总额同比下降4.3%，棉纺织企业承压明显。

三、对策建议

（一）创新多场景、融合式消费模式

推进新技术场景的创新应用，使纺织服装消费模式逐渐向多场景、融合式消费模式拓展，激发“国货潮品”、“运动健康”、“低碳生态”等新消费热点。一是敏锐捕捉老龄化、数字经济等新消费热点变化，针对重点人群的特殊需求，开发多元化功能性纺织品的应用。二是结合数字经济的特点，推出智能化、可穿戴的纺织品，满足消费者对便捷、时尚和科技的追求。三是利用大数据、云计算等先进技术，对海外市场进行深入分析和精准定位，提高产品的市场适应性和竞争力。四是加大知识产权保护力度，支持纺织领域科技前沿技术的研发攻关，提高新技术成果的产业化应用效率，提升行业内整体创新能力和创新水平。

（二）推进产业链供应链数智化发展

加速纺织产业链供应链的数智化改造，普及个性化定制、柔性供应链等新制造范式，支持纺织产业供应链创新。一是鼓励企业，特别是中小微企业，积极应用数字化技术进行设计，如3D建模、虚拟现实等，以提高产品创新创意设计水平，缩短设计周期，快速响应市场变化，满足消费者日益多样化的需求。二是积极支持企业引进智能化设备，加快实施工业互联网改造，推动设备与设备、设备与人之间的全面互联互通，实现数据资源的共享和优化

配置，推动生产流程的自动化和智能化。三是重点推进大规模生产与个性化定制结合的融合模式发展，通过数据要素赋能企业探索创新生产和商业模式，推动企业由单纯的生产加工向创新生产营销一体化方向延伸，打造全产业链的竞争优势。

（三）拓展大中小企业融通发展渠道

促进纺织服装行业的持续健康发展，优化资源配置，提升行业整体效率，需要推动大中小企业的深度融通发展。一是加大对中小微企业的支持力度，落实好小规模纳税人增值税减征政策，为这些企业提供更多的资金支持和发展空间，激发市场活力。二是持续加强对纺织重点企业、专精特新中小企业的跟踪服务，及时了解企业诉求，为企业提供更加精准的支持和帮助，确保行业的持续健康发展。三是支持龙头企业构建共享制造服务平台，实现大中小企业资源和产能的有效对接，推动行业资源优化配置。

（四）持续优化企业营商环境

为提振纺织企业发展信心、促进产业生态良性发展，政府应积极发挥引导作用，完善企业营商环境。一是积极引导社会投资，围绕产业和消费升级发展方向，在产业用纺织品、大健康功能性纺织品、纤维材料等重点领域引导社会主体协同带动需求增长。二是发挥地方政府和行业协会的服务主导作用，提升纺织企业公共服务平台的运行效率和辐射范围，降低企业改造转型成本，提高市场竞争力。三是发挥金融机构、专业技术服务机构的支撑作用，推动新技术产品在纺织全生产经营流程的应用，提升纺织企业转型发展效率。

2024年上半年中药产业运行情况

中药产业是我国传统优势产业。与去年同期相比，2024年第二季度，我国中药产业工业累计增加值有所下降，外贸出口规模增加，总体利润和营业

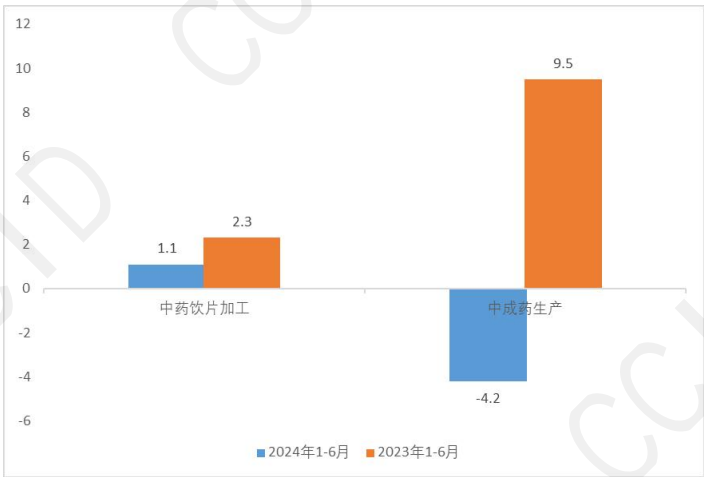
收入略有下滑。在供应链重组，产业结构升级转型的形势下，中药产业彰显发展韧性。目前中药产业面临创新能力不足，生产工艺落后，中药材难以稳定供应等问题依旧最为突出，亟需从完善中药创新体系，推动中药制造工艺系统升级和加强中药种植管理规范等方面推动我国中药产业高质量发展。

一、上半年中药行业总体运行情况

（一）工业增加值低位徘徊

2024年1-6月，我国中药产业整体呈现低位运行态势。从工业增加值增速来看，1-6月中药饮片加工增速约1.1%，相比于上个季度的-1.5%，实现了由负增长向正增长的转变，而相比于去年同期的2.3%，出现明显下降的趋势，中药饮片行业虽然有所回暖但总体呈现低迷态势；中成药1-6月增速约-4.2%，一季度增速为-6%，相比于去年同期的9.5%，中成药工业增加值下降幅度明显，拖累消费品工业整体发展。

图12 中药产业子行业季度工业增加值季度变化（%）



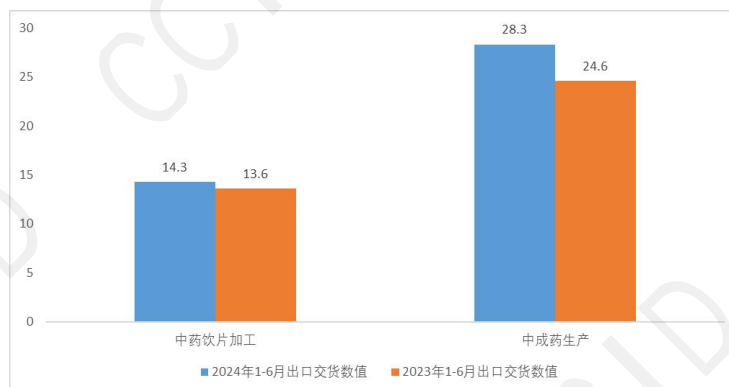
数据来源：国家统计局 2024，7

（二）外贸出口维持稳定

2024年1-6月，我国中药产业外贸出口维持相对稳定。从出口交货值来看，中药饮片加工出口交货值约为14.3亿元，相比于去年同期的13.6亿元有所增加；中成药生产出口交货值为28.3亿元，相比于去年同期的24.6亿元保持稳定增加。从增长速率来看，中药饮片加工出口交货值的增速约为13.1%，相

较于去年同期的14.7%略有下降；中成药生产出口交货值的增速约为16.3%，相较于去年同期的4.9%明显上升。

图13 中药产业子行业季度出口交货值及其增速变化（亿元）

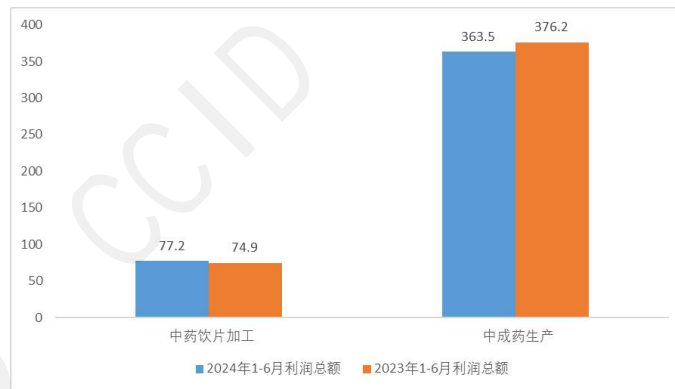


数据来源：国家统计局 2024，7

（三）利润总额和营业收入略有收缩

2024年1-6月，我国中药产业总体利润略有收缩，相比于去年同期整体减少了约1.4亿元。从子行业利润总额来看，中药饮片加工的利润总额约为77.2亿元，相比于去年同期74.9亿元，增加了2.3亿元；中成药生产的利润总额为363.5亿元，相比于去年同期376.2亿元，减少了12.7亿元，下降程度明显。从子行业的利润总额增速来看，中药饮片加工增速3.1%，而中成药生产增速为-3.4%。从营业收入来看，中药饮片加工的营业收入约为1105亿元，相比于去年同期的1040亿元，增加了6.2%；中成药生产营业收入约为2320亿元，相比与去年同期的2420亿元，减少了4.1%。中药产业2024年1-6月的营业收入整体减少了约35亿元，中成药生产下滑是导致中药产业整体利润下和营业收入下降的主要原因。

图14 中药产业子行业季度利润总额及其增速变化（亿元）



数据来源：国家统计局 2024，7

二、主要问题

（一）高质量产品研发缓慢，创新能力不足

一是中药企业研发投入普遍不足。中药原创、成熟的技术成果较少，新药研发和创新能力落后，2023年上市的33个国产创新药中，仅有4个是中药产品，高质量产品研发缓慢。二是中药研发与现代医学结合不足。中医药基础理论研究薄弱，主要集中在古籍整理、临床经验总结等方面，经验传承未能有效上升为现代理论，与现代医学的技术方法难以交叉融合，中医药科技成果的转化效率较低。三是中药创新人才短缺。中药人才流失严重，培养体系不完善，课程设置较为传统，具备创新意识和能力的人才稀缺，缺乏既精通中医药理论，又掌握现代科学技术的复合型人才。现有人才队伍中，能够引领科技创新、促进产业升级的领军人才不足，导致中医药科研和产业发展受限。

（二）智能制造需求强烈，生产工艺落后

一是生产工艺、生产设备落后。部分企业仍然采用传统工艺和设备进行中药生产，无法实现质量的精准控制，在制造过程中出现效率低下、污染高、耗能重等问题，影响了中药产品的质量和一致性。二是新技术应用不足。现代制药技术如超临界流体萃取、膜分离技术、微波辅助提取和纳米技术等，在中药生产中的应用较少，导致中药有效成分的提取率低、杂质含量高，影

响了药品的纯度和疗效。三是信息化体系建设滞后。硬件设备陈旧、软件系统功能单一、数据共享不畅等问题，导致中药材从采购到生产、流通、销售各环节的追溯信息不完整、不准确。物联网、区块链、人工智能、大数据等现代信息技术在中药追溯体系中的应用有限，使得整个追溯体系效率低下。

（三）中药材高质量、低成本稳定供应问题日益凸显

一是中药材质量参差不齐。由于种植环境、栽培技术、采收加工等环节的没有明确规范，使得药材农残、重金属超标，有效成分含量不稳定，导致品种变异，原药材性状、含量水平差异较大，市场上中药材的质量难以保证。二是中药材成本不断上升。随着土地、劳动力、原材料等成本的上涨，中药材的价格也随之提高。同时由于中成药等终端产品在后端市场遭遇国家集采和医保谈判等成本控制，中药材的价格成本不断增加。三是中药资源分布不均衡。中药材的生长对自然环境有着特定的要求，导致优质药材资源分布不均，一些道地药材的产量有限，难以满足市场需求；同时过度采集导致部分野生中药材资源濒临灭绝，而人工种植又因技术和管理水平参差不齐，增加了中药材供应的难度。

三、对策建议

（一）构建中医药创新发展体系

一是加强基础研究。深入挖掘中医药理论和实践中的科学内涵，利用现代科学技术手段解析中药的作用机制和药效成分，提升中医药理论的科学性和可信度。二是推动产学研结合。构建以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的创新体系，促进中医药科研成果的转化和产业化。建立健全中医药标准化体系，制定和推广中药材种植、加工、生产和质量控制的国家标准，提升中医药产品的质量和市场竞争力。三是培养和引进高素质的中医药创新人才。加强中医药教育和培训，推动中医药人才队伍的专业化和国际化。构建中医药国际交流与合作平台，积极参与国际标准制定，推动中医药走向世界。

（二）推动中医药制造工艺系统升级

一是加强中药材种植和采收的标准化化管理。推广优质种植技术和绿色采收方法，确保原材料的高品质和可追溯性。推进中药材加工技术的现代化改造，应用先进的提取、分离、纯化等工艺技术，提高中药材加工的效率 and 有效成分的提取率，实现绿色环保的生产方式。二是引入自动化和智能化设备。建立智能制造系统，提升生产过程的精细化管理水平，降低人工成本和生产误差。加强质量控制，建设全面的质量管理体系，从原材料入库到成品出厂的每一个环节进行严格把控，确保产品的安全性和有效性。三是推动信息化建设。利用大数据、物联网、和人工智能等技术，实现生产数据的实时监控和分析，优化生产流程，提升生产效率和决策能力，开发新型中药制剂和创新的生产工艺，满足市场多样化需求。

（三）加强中药种植管理规范

一是制定和推广中药材种植的标准化技术规程。明确种植区域选择、品种选育、栽培技术、施肥管理、病虫害防治等各个环节的操作规范，确保中药材生长环境的科学合理和生态友好。推广绿色种植技术，减少农药和化肥的使用，采用生物防治、物理防治等环保措施，提升中药材的安全性和有效成分含量。加强土壤和水资源管理，定期监测土壤和水质状况，采取必要的改良措施，保障中药材种植环境的健康和可持续。二是推进中药材种植的机械化和智能化。利用先进的农机设备和智能管理系统，提高种植效率和管理水平，降低劳动强度和生产成本。三是建立中药材资源保护区。保护野生中药材的生长环境，防止过度采挖和生态破坏。推进中药材人工种植和栽培，减少对野生资源的依赖，确保资源的可持续利用。加强中药材资源的调查和监测，建立资源数据库，动态掌握资源状况。

四、消费品工业发展形势研判

（一）从外部形势来看，世界经济增长动力依然疲弱，政治风险向经济领域传导加快

一是世界经济增长仍然处于低迷期。国际货币基金组织（IMF）最新预计今年全球经济增长为3.2%，较今年1月预测上调0.1个百分点，但仍低于2000-2019年平均增长率（3.8%），经济合作与发展组织（OECD）5月预测今年全球经济增长为3.1%，世界银行最新预计今年增速为2.6%，将是三年来首次稳定增长，但与近期历史水平相比仍显疲软。由于借贷成本高企、财政支持减少、欧美通胀保持高位导致居民消费低迷等近期因素，叠加生产率增长疲软和地缘经济分裂加剧，导致世界经济增长动力仍然疲弱，全球货币环境从紧缩转向宽松的趋势加强，市场预期流动性增加，或将进一步助推商品价格上涨。

二是国际政治风险持续向经济领域扩散。中东局势动荡持续升级，引发市场对原油供应的担忧，国际油价保持高位、总体持续上涨，如伊以冲突升级为全面战争，国际原油价格或将继续冲高，并引发对区域贸易中断、供应链受阻等担忧。同时，美国大选的不确定性因素引发观望，若特朗普再次当选，对华贸易、关税、市场准入等打压可能更甚，恐将对本以脆弱的国际经济合作产生冲击。

三是国际经贸环境恶化迫使部分产能向海外转移。政治、安全等非市场因素成为全球产业链供应链加速重构的重要驱动力。2018年中美贸易战以来，部分低附加值的劳动密集型企业为规避关税影响并保住美国市场，加速向东南亚和墨西哥等地布局加工基地。美西方联合盟友构建“小院高墙”，加快与我“脱钩断链”，恶意炒作新疆棉事件，裹挟我轻工纺织产业外迁，对我技术进步、产业升级的持续遏制打压。、低端转移、高端打压致使制造业

面临“多重挤压”，美国经济分析局数据显示，墨西哥已取代中国成为美最大贸易伙伴，美从我进口比重从2017年的21.6%下降至2023年的13.9%。

（二）从内部形势来看，工业基本盘依然稳固，但有效需求恢复缓慢、依然面临产业升级受阻等问题

一是我国工业稳定向好发展预期继续增强。从工业大势来看，抓住以新能源为超级周期的基本支撑，抓住数据、算力、算法这种全世界绝无仅有的庞大市场和良好的信息基础设施，将其转化为中国产业竞争力，我国工业长期向好发展的基本盘将愈加牢固。与此同时，加快推进实施设备更新和消费品以旧换新、发行超长期特别国债、推进《民营经济促进法》立法、设立科技创新和技术改造再贷款等一系列重大政策措施出台，有效提振了工业发展信心。

二是消费需求恢复仍然缓慢。1-6月，全国社会消费品零售总额增速较上年全年回落4.5个百分点，仍处于恢复阶段。同时，生产生活方式变化导致部分领域消费增长收缩，1-6月，全国房地产开发投资额、新建商品房销售面积同比分别下降10.1%、19.0%，二季度各地落实国家有关部门部署，陆续出台房地产提振市场具体举措，有望对房地产下行压力形成一定程度缓解，对关联的家电、家具、家装等消费提振作用仍有待进一步检验，电动自行车、精制茶、中成药等增量市场增长乏力，耐用消费品存量市场升级换代需求仍需刺激和释放。

三是产业升级依然困难重重。部分产品缺乏创新和创意，样式陈旧，品种单调，功能老化，脱离市场需求，不能满足消费者对产品的消费升级需求；部分企业缺乏风险预警和防控机制，固化经营理念和管理模式，缺少对运行风险点的识别，或忽视风险的存在；部分行业智能制造、柔性制造等先进技术创新应用不足，企业面临技术研发难度大、成本高、周期长等难题。

（三）从消费品工业来看，数智化赋能新质生产力发展取得成效，但生产动能不足、品质提升等关键因素制约高质量发展

一是数字化、智能化转型已成为行业培育新质生产力重要途径。数智化水平不断提升，消费品行业企业经营管理数字化普及率达 76%，累计培育智能制造示范工厂 90 余家。AI 辅助产品研发设计、5G+工业互联网等新模式在消费品行业加速推广应用，推动行业降本增效。数字化应用场景助力“三品”创新，用户画像驱动产品创新迭代，轻定制促进设计与生产解耦合，柔性制造实现“小单快反”，VR 探厂实现产地、产品可视化全景展示，敏捷供应链快速响应市场变化。各地因地制宜培育新质生产力成效显著，如，浙江开展“浙里智造供全球”活动，加强新业态新模式推广应用，扩大新品精品名品供给；重庆着力培育“产业研究院+产业基金+产业园区”的“研究院经济”，构建“行业品牌+区域品牌+集群品牌”体系，更好满足市场需求。

二是成本上升价格下行，投资增长后劲面临制约，企业生产动能不足。产品价格下行，部分行业量涨利缩，1-6 月，我国工业品出厂价格指数（PPI）同比下降 2.1%，已连续 21 个月同比下行。消费品主要大类行业中有 7 个行业 PPI 为负，其中，造纸和纸制品业、农副食品加工业价格下行比较突出，同比降幅分别为 4.6%、3.5%。从各类别 PPI 数据看，PPI 从产业链上游到下游依次递减，若原材料价格持续高位运行，将加剧下游的消费品等行业企业经营压力。能源等生产要素成本上升明显，用电成本明显上涨。近两年综合电价年均上涨 7%—10%。同时，今年以来，我国已七次上调汽、柴油价格，每吨累计分别上涨 1195 元、1150 元，推动物流成本上升。投资增长后劲面临制约，制造业投资效果系数（单位制造业投资所带来的制造业增加值增量）和制造业收入利润率长期偏低，制约投资增长后劲。

三是提升制造品质、打造中国品牌任重道远。我国消费品企业量大面广、门类众多、包罗万象，长期发展还存在制造能力强但创新能力弱、生产规模大但有效供给不足、市场品种多但知名品牌少等问题，打造

国际竞争新优势的技术创新能力不够强，产业链供应链韧性和安全水平不够高，产品供给无法全面满足个性化、多样化、高端化需求。

五、下一步重点工作安排

全面贯彻落实党的二十届三中全会精神，落实中央经济工作会议精神、全国工业和信息化工作会议部署，深入实施消费品工业“三品”战略，加快传统产业改造升级，着力增强产业链供应链韧性，培育和发展新质生产力，推动实现消费品工业高质量发展，为中国式现代化构筑强大物质技术基础。

（一）全力推动消费品工业持续平稳增长

一是坚持系统观念、问题导向，建立部省会商交流机制，加强重点企业跟踪服务和要素保障，谋划务实有效的思路举措，找准推动新型工业化的着力点和实现路径。二是组织编制轻工、纺织、食品、医药等重点行业数字化转型实施方案，加快改造提升传统产业，推“数字纺织”“品质轻工”“智慧医药”等发展。三是落实轻工业稳增长工作方案，巩固化纤、家电、中药等优势产业领先地位，因地制宜加大传统特色食品优势产区培育力度，推动历史经典产业振兴发展，培育壮大养老育幼、文体休闲等新增长点。四是积极培育预制化食品、生物制造等新兴产业，前瞻布局高性能纤维等未来产业，抢占全球消费品产业竞争制高点。

（二）增强产业链供应链韧性和安全水平

一是深入实施医药工业高质量发展行动计划，落实轻工业稳增长工作方案、纺织工业提质升级实施方案，着力提升产业链供应链发展水平，扎实推进消费品工业核心技术攻关。二是组织开展消费品领域大规模设备更新，加快淘汰消费品行业落后低效设备、超期服役老旧设备，更新升级试验检测和先进生产设备，指导地方加大行业企业技术改造支持力度。三是全面提升电动自行车本质安全水平，加强重点行业规范公告管理，完善标准规范体系，

深入实施电动自行车行业规范条件及规范公告管理办法，指导行业强化《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》宣贯落实，构建行业“白名单”机制。四是加快实施家电强链补链行动，推进运动休闲自行车转型升级，扎实完成脱盐乳清产品供给能力提升任务。

（三）以优质产品供给推动实现消费升级

一是2024“三品”全国行活动已全面启动，指导有关单位落实好50余项省际联动重点活动，通过优质品牌产品跨省联展、优势产业转移对接、重点技术合作交流等机制，助力实现消费品工业高质量发展，通过发布消费品工业“三品”战略示范城市发展报告等举措，加强经验交流和总结推广。二是积极培育“品质提升”“绿色健康”“数字升级”“服务扩容”等万亿级消费增长引擎，系统开展2024纺织服装“优供给 促升级”活动、“吃货节”等大型专业性活动，组织开展“老年用品产品推广目录”“升级和创新消费品”“十大类纺织创新产品”等编制和推广，繁荣消费市场，激发消费潜力。三是组织征集数字“三品”应用场景典型案例，培育挖掘数字消费、绿色消费、健康消费新模式新场景，加快推动数字技术在消费品领域融合发展、集成应用。四是鼓励电商平台和家电企业开辟以旧换新通道，加大优质家电推广力度。五是加快构建中国消费名品方阵，加快“三品”名城名企名品培育，提升民族品牌国际竞争力，打造更多人民群众喜闻乐见的国货“潮品”。

（四）做好医药物资和民生产品生产保障

一是持续开展疫苗、药物等重点医疗物资生产调度，指导企业结合市场需求，做好供需对接和应急调配。二是完善医药储备管理工作体系，建立统一、高效、便捷的央地协同联动机制。充分发挥医药储备管理信息系统功能，及时更新国家医药储备品种台账，指导储备单位做好近效期药品轮换。三是加强重要民生消费品保障，加快食品工业诚信体系建设，指导地方规范食盐定点企业生产经营行为，建设中药全产业链可追溯数据平台，拟订糖精生

产计划并组织监督实施，加强卷烟生产计划核准与执行监管，做好农用薄膜等春耕物资生产保障。

第二篇 全国消费品电商零售发展情况

一、全国消费品行业销售统计分析

（一）消费品行业销售统计分析

2024年1-6月全国消费品行业销售规模前五大行业分别为服饰、手机及配件、家具、大家电、酒水，销售规模分别为6782.0亿元、3309.8亿元、2662.3亿元、2562.3亿元、2548.1亿元，占比分别为12.31%、6.01%、4.83%、4.65%、4.63%。

表4 2024年1-6月全国消费品一级行业销售规模分布

排名	一级行业	销售规模（万元）	占比
1	服饰	67819573.9	12.31%
2	手机及配件	33097589.3	6.01%
3	家具	26623160.4	4.83%
4	大家电	25623055.9	4.65%
5	酒水	25480746.9	4.63%
6	家装建材	24810793.1	4.50%
7	母婴	24160217.0	4.39%
8	家居日用	24118304.0	4.38%
9	运动	22474594.1	4.08%
10	食品	22287002.0	4.05%
11	电脑设备	22127432.6	4.02%
12	面部护肤	21622668.7	3.93%
13	珠宝首饰	14891532.3	2.70%
14	医药健康	13454816.8	2.44%
15	个护清洁	13184099.1	2.39%
16	家居家纺	12798869.3	2.32%
17	生鲜	12628186.7	2.29%
18	厨卫电器	12120286.9	2.20%
19	鞋靴	11617681.9	2.11%
20	数码产品	9664695.2	1.75%

21	内衣	9512994.9	1.73%
22	营养保健	9179054.6	1.67%
23	生活电器	8912009.4	1.62%
24	彩妆香水	7868118.9	1.43%
25	玩具乐器	7775321.8	1.41%
26	办公用品	7452213.9	1.35%
27	汽车用品	7191836.7	1.31%
28	个护电器	7059396.0	1.28%
29	工业品	6426178.2	1.17%
30	影音电器	5851407.5	1.06%
31	箱包	5610742.1	1.02%
32	户外用品	5272885.5	0.96%
33	宠物用品	5108106.1	0.93%
34	图书音像	4380765.0	0.80%
35	钟表眼镜	3186493.4	0.58%
36	文创礼品	2977090.6	0.54%
37	商用电器	2934332.3	0.53%
38	鲜花园艺	1392426.3	0.25%
39	农用物资	1087156.2	0.20%
40	摩托车	945324.9	0.17%
41	汽车整车	19109.8	0.0035%

从全国各行业销售规模同比增速来看，增速排在前五的行业分别为商用电器、工业品、数码产品、户外用品、家具，销售额同比增速分别为73.20%、32.37%、26.09%、23.70%、22.58%。

表5 2024年1-6月全国消费品一级行业销售规模同比增速

排名	一级行业	2024年1-6月 销售规模（万元）	2023年1-6月 销售规模（万元）	同比
1	商用电器	2934332.3	1694314.6	73.20%
2	工业品	6426178.2	4855229.4	32.37%
3	数码产品	9664695.2	7672658.5	26.09%
4	户外用品	5272885.5	4264520.9	23.70%
5	家具	26623160.4	21719351.5	22.58%
6	生活电器	8912009.4	7402198.1	20.50%
7	珠宝首饰	14891532.3	12504275.7	19.11%
8	汽车用品	7191836.7	6108314.5	17.77%
9	生鲜	12628186.7	11269217.0	17.00%
10	影音电器	5851407.5	5010725.0	16.89%
11	手机及配件	33097589.3	28690662.4	15.39%

12	酒水	25480746.9	22982608.7	12.88%
13	医药健康	13454816.8	11960372.6	12.80%
14	运动	22474594.1	20025890.4	12.33%
15	宠物用品	5108106.1	4592090.5	11.37%
16	母婴	24160217.0	22036211.9	10.04%
17	家装建材	24810793.1	22630175.3	9.66%
18	文创礼品	2977090.6	2721334.5	9.40%
19	玩具乐器	7775321.8	7121829.6	9.30%
20	家居家纺	12798869.3	11809734.6	8.69%
21	彩妆香水	7868118.9	7338942.6	7.52%
22	摩托车	945324.9	880434.7	7.37%
23	家居日用	24118304.0	23057753.6	5.37%
24	图书音像	4380765.0	4215535.3	3.93%
25	厨卫电器	12120286.9	11687832.7	3.79%
26	个护清洁	13184099.1	12893677.3	3.61%
27	营养保健	9179054.6	8908170.0	3.29%
28	食品	22287002.0	22649860.5	1.09%
29	个护电器	7059396.0	7047474.0	0.22%
30	内衣	9512994.9	9628061.7	-1.00%
31	办公用品	7452213.9	7617759.8	-2.07%
32	服饰	67819573.9	69344841.5	-2.14%
33	农用物资	1087156.2	1138902.6	-4.45%
34	面部护肤	21622668.7	23224275.6	-6.47%
35	电脑设备	22127432.6	23850447.6	-7.06%
36	鲜花园艺	1392426.3	1500102.9	-7.12%
37	箱包	5610742.1	6159023.3	-8.82%
38	大家电	25623055.9	28180668.9	-8.96%
39	鞋靴	11617681.9	12786378.2	-9.07%
40	钟表眼镜	3186493.4	3535119.3	-9.83%
41	汽车整车	19109.8	132375.4	-85.56%

从二级行业来看，全国销售规模最大的二级行业为女装，销售规模4833.2亿元，手机销售规模2924.8亿元，是第二大行业，男装、电脑整机、休闲食品排在第三到五位，销售规模分别为1619.9亿元、1296.1亿元、1122.2亿元。

表6 2024年1-6月全国消费品行业销售规模TOP10二级行业

二级行业	销售规模（万元）	占比
女装	48332023.8	8.78%

手机	29247640.5	5.31%
男装	16198771.2	2.94%
电脑整机	12961047.3	2.35%
休闲食品	11222196.0	2.04%
酒	10119269.8	1.84%
童装童鞋	9642754.7	1.75%
五金工具	9099338.4	1.65%
空调	8947335.5	1.62%
家纺软饰	8456033.9	1.54%

从三级行业来看，儿童服饰销售规模834.5亿元，排名第一，白酒、笔记本电脑排在第二、三位，销售规模分别为791.1亿元和658.7亿元。

表7 2024年1-6月全国消费品行业销售规模TOP10三级行业

三级行业	销售规模（万元）	占比
儿童服饰	8345101.0	2.08%
白酒	7911395.4	1.97%
笔记本电脑	6587128.6	1.64%
女士连衣裙	6310183.1	1.57%
壁挂式空调	5520335.3	1.38%
女士T恤衫	4308862.1	1.07%
女士针织衫/毛衣	3964183.3	0.99%
女士休闲裤	3931270.2	0.98%
平板电脑	3783846.8	0.94%
女士牛仔服	3030259.8	0.76%

从四级行业来看，游戏本销售规模301.4亿元，排名第一，常温牛奶、轻薄本排在第二、三位，销售规模分别为217.5亿元和203.9亿元。

表8 2024年1-6月全国消费品行业销售规模TOP10四级行业

四级行业	销售规模（万元）	占比
游戏本	3014170.3	4.32%
常温牛奶	2175078.2	3.11%
轻薄本	2039192.5	2.92%
智能马桶	1725398.2	2.47%
其他水具酒具	1447917.8	2.07%
烟机	1247454.4	1.79%
其他卫生巾	1223640.0	1.75%
牙膏	1095614.1	1.57%
储水式电热水器	1073092.0	1.54%

儿童裤子	1041699.5	1.49%
------	-----------	-------

（二）消费品企业销售统计分析

从全国的TOP10企业来看，美的集团股份有限公司销售规模达347.9亿元，同比增速0.88%，位列榜首；华为技术有限公司销售规模达343.2亿元，同比增速43.39%，位列第二；海尔集团公司销售规模达329.4亿元，同比增速-13.49%，位列第三。

从增速来看，TOP10企业6家实现正增长，欧莱雅(中国)有限公司销售规模同比增速达66.03%，在TOP10企业中增速最高。

相较于上年同期排名，欧莱雅(中国)有限公司、贵州茅台酒股份有限公司2家企业为新上榜。

表9 2024年1-6月全国消费品行业销售规模TOP10企业

企业名称	销售规模（万元）	同比	所属地区	相较于上年同期排名变化
美的集团股份有限公司	3478558.5	0.88%	广东省	+3
华为技术有限公司	3432432.4	43.39%	广东省	+3
海尔集团公司	3294329.9	-13.49%	山东省	-1
小米科技有限责任公司	2997735.6	-13.38%	北京市	-1
神州数码(深圳)有限公司	2734656.4	-36.87%	广东省	-4
珠海格力电器股份有限公司	1318886.6	-31.04%	广东省	持平
维沃移动通信有限公司	1268766.5	39.68%	广东省	+3
荣耀终端有限公司	1210117.6	12.58%	广东省	-1
欧莱雅(中国)有限公司	1162082.0	66.03%	上海市	新上榜
贵州茅台酒股份有限公司	923582.2	50.44%	贵州省	新上榜

从全国的高增企业来看，九号科技有限公司、北京寰宇智汇科技有限公司、广州源兮贸易有限公司为前三企业，同比增速分别为606183.46%、531341.86%、431508.53%。

表10 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	九号科技有限公司	18296.4	606183.46%	江苏省
2	北京寰宇智汇科技有限公司	5738.9	531341.86%	北京市
3	广州源兮贸易有限公司	5736.1	431508.53%	广东省

4	临沂锐雪电子商务有限公司	3741.7	360947.10%	山东省
5	深圳沃圣数码科技有限公司	3508.5	319317.53%	广东省
6	威富服饰(中国)有限公司	100083.5	301194.66%	江苏省
7	安吉腾凌家具有限公司	3014.5	271449.82%	浙江省
8	深圳市蜜月岛家私有限公司	12658.7	193247.65%	广东省
9	广州蓝芯科技有限公司	2580.9	183888.65%	广东省
10	杭州蜓好加倍科技有限公司	2101.8	181163.95%	浙江省

注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

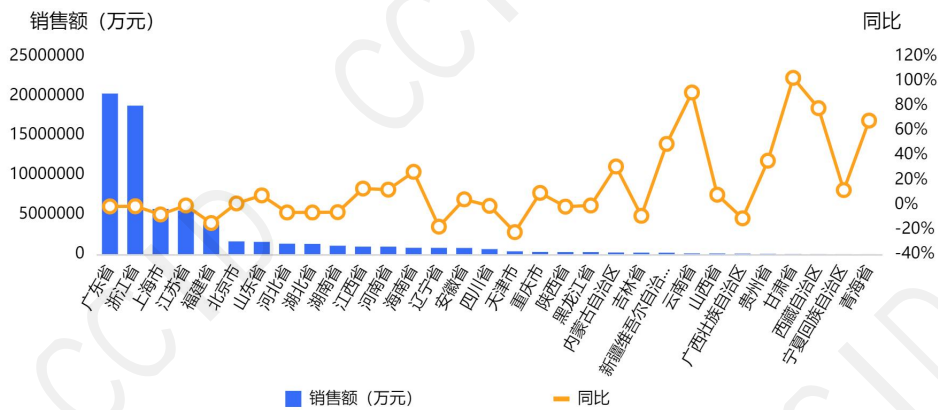
二、全国重点消费品行业销售统计分析

（一）服饰消费品行业

1、服饰消费品行业销售统计分析概况

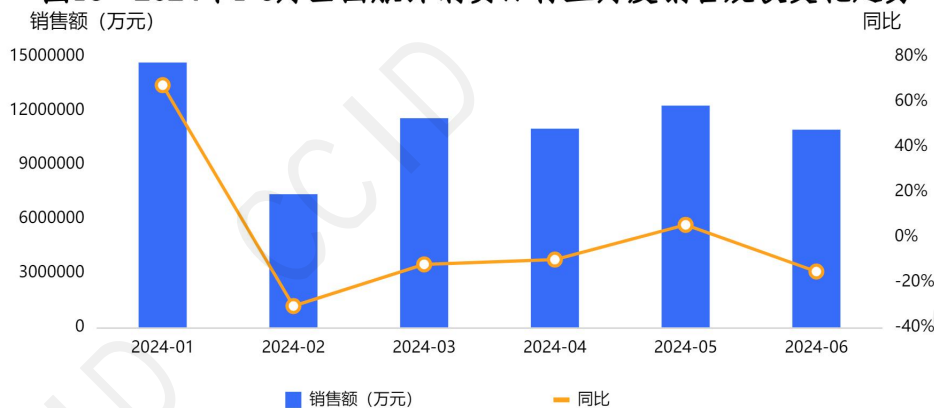
2024年1-6月，全国服饰消费品行业销售规模6782.0亿元，同比增速为-2.20%。

图15 2024年1-6月全国服饰消费品行业月度销售规模TOP31省份



从全国服饰消费品行业月度销售规模变化趋势来看,2024年1月销售规模最高，为1465.9亿元。

图16 2024年1-6月全国服饰消费品行业月度销售规模变化趋势



2、服饰消费品行业销售规模TOP省市对比分析

从全国服饰消费品行业销售规模TOP省市来看，广东省、浙江省、上海市为前三名，占全国服饰消费品行业销售规模的比重分别为29.92%、27.66%、8.41%。从同比增速来看，山东省增速最高，同比为7.61%，福建省同比负增长，同比为-14.80%。

表11 2024年1-6月全国服饰消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	销售规模（万元）	占全国比重	同比增速
1	广东省	20288763.2	29.92%	-1.39%
2	浙江省	18761057.1	27.66%	-1.13%
3	上海市	5704469.7	8.41%	-7.84%
4	江苏省	5504605.2	8.12%	-0.62%
5	福建省	3774720.1	5.57%	-14.80%
6	北京市	1608245.1	2.37%	1.05%
7	山东省	1548251.4	2.28%	7.61%
8	河北省	1319655.3	1.95%	-6.33%
9	湖北省	1294382.7	1.91%	-6.31%
10	湖南省	1062402.3	1.57%	-6.04%

3、服饰消费品行业销售规模TOP省市价格分析

从服饰消费品行业销售规模TOP省市的成交均价来看，上海市成交均价最高，为225.0元/件，全国成交均价为109.3元/件，同比增速9.43%。

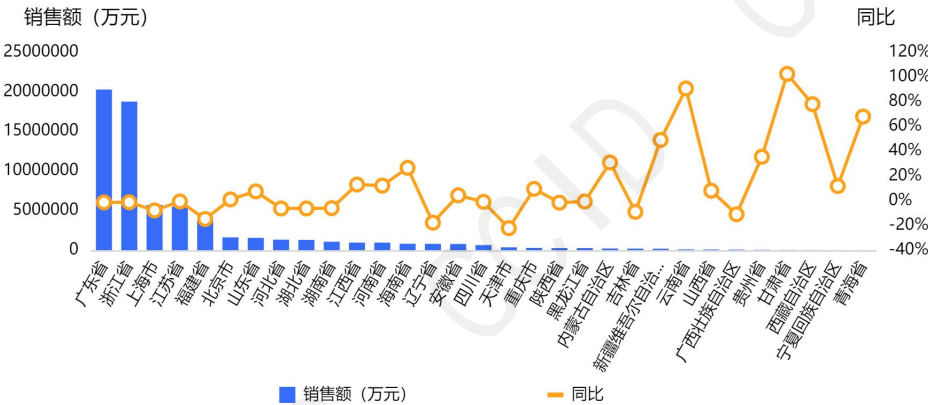
表12 2024年1-6月全国服饰消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	2024年1-6月 成交均价（元/件）	2023年1-6月 成交均价（元/件）	同比增速
	全国	109.3	99.9	9.43%
1	广东省	91.5	86.5	5.80%
2	浙江省	117.0	108.2	8.27%
3	上海市	225.0	208.3	7.97%
4	江苏省	112.7	97.3	15.75%
5	福建省	145.8	135.3	7.74%
6	北京市	170.2	143.7	18.49%
7	山东省	88.6	69.7	27.08%
8	河北省	64.0	46.0	39.13%
9	湖北省	76.5	87.3	-12.35%
10	湖南省	107.9	102.0	5.82%

4、服饰消费品行业分区域销售统计分析

2024年1-6月，全国服饰消费品行业主要集中在广东省，广东省服饰消费品行业销售规模达2028.9亿元，同比增速达到-1.41%。其次是浙江省、上海市，两地服饰消费品行业销售规模分别为1876.1亿元和570.4亿元，同比增速分别为-1.25%和-7.93%。

图17 2024年1-6月全国服饰消费品行业销售区域分布



5、服饰企业销售统计分析

从全国的服饰消费品行业高增TOP企业来看，郑州潇赢商贸有限公司、广州焱马贸易有限公司、广州思铂电子商务有限公司为前三企业，同比增速分别为109444.42%、100830.09%、88262.38%。

表13 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	郑州潇赢商贸有限公司	2418.4	109444.42%	河南省
2	广州焱马贸易有限公司	2400.8	100830.09%	广东省
3	广州思铂电子商务有限公司	1071.1	88262.38%	广东省
4	泉州市婷润电子商务有限公司	17256.4	83614.07%	福建省
5	安徽羽航之家制衣有限公司	1547.5	78056.94%	安徽省
6	常熟凯亚服饰有限公司	901.9	76818.87%	江苏省
7	海宁市海昌时兴服装厂	874.2	74863.62%	浙江省
8	句容经济开发区云图服装经营部	701.4	59511.55%	江苏省
9	东莞市虎门简语墨服装店	658.4	55836.89%	广东省
10	东莞市乐彩服饰有限公司	601.8	49530.57%	广东省

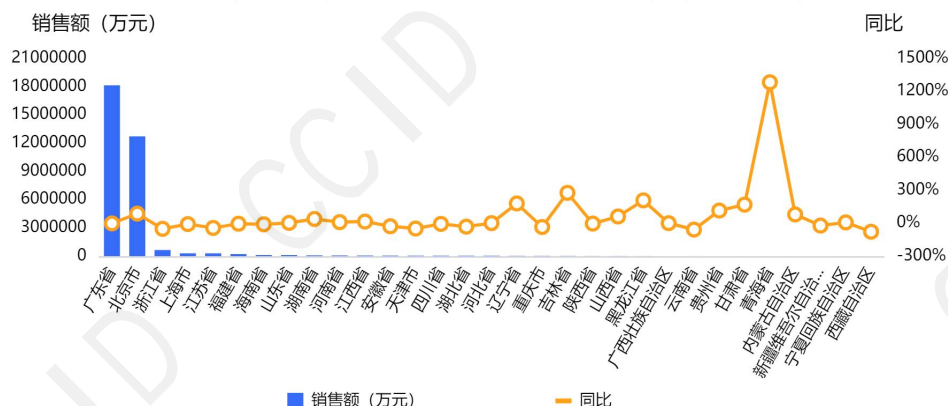
注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

（二）手机及配件消费品行业

1、手机及配件消费品行业销售统计分析概况

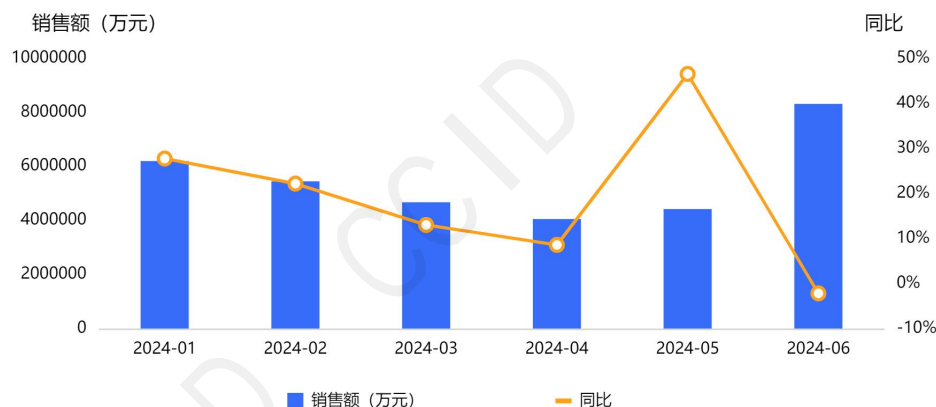
2024年1-6月，全国手机及配件消费品行业销售规模3309.8亿元，同比增速为15.36%。

图18 2024年1-6月全国手机及配件消费品行业月度销售规模TOP31省份



从全国手机及配件消费品行业月度销售规模变化趋势来看，2024年6月销售规模最高，为831.2亿元。

图19 2024年1-6月全国手机及配件消费品行业月度销售规模变化趋势



2、手机及配件消费品行业销售规模TOP省市对比分析

从全国手机及配件消费品行业销售规模TOP省市来看，广东省、北京市、浙江省为前三名，占全国手机及配件消费品行业销售规模的比重分别为54.77%、38.40%、1.96%。从同比增速来看，北京市增速最高，同比为86.44%，浙江省同比负增长，同比为-51.80%。

表14 2024年1-6月全国手机及配件消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	销售规模（万元）	占全国比重	同比增速
1	广东省	18127582.3	54.77%	-2.56%
2	北京市	12710802.8	38.40%	86.44%
3	浙江省	649014.7	1.96%	-51.80%
4	上海市	298366.4	0.90%	-8.73%

5	江苏省	297931.3	0.90%	-43.29%
6	福建省	218625.1	0.66%	-5.02%
7	海南省	117569.7	0.36%	-10.38%
8	山东省	111092.1	0.34%	2.56%
9	湖南省	80885.7	0.24%	38.18%
10	河南省	70649.7	0.21%	9.36%

3、手机及配件消费品行业销售规模TOP省市价格分析

从手机及配件消费品行业销售规模TOP省市的成交均价来看，北京市成交均价最高，为1315.6元/件，全国成交均价为207.8元/件，同比增速12.32%。

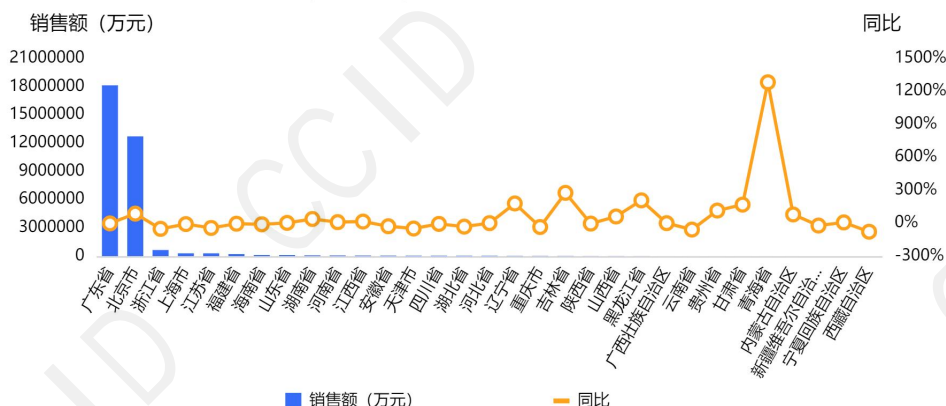
表15 2024年1-6月全国手机及配件消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	2024年1-6月 成交均价（元/件）	2023年1-6月 成交均价（元/件）	同比增速
	全国	207.8	184.8	12.32%
1	广东省	160.5	164.0	-2.20%
2	北京市	1315.6	1030.8	27.34%
3	浙江省	54.1	125.8	-56.99%
4	上海市	87.9	85.4	3.06%
5	江苏省	80.4	144.4	-44.33%
6	福建省	31.8	31.3	1.44%
7	海南省	68.7	153.9	-55.34%
8	山东省	78.9	104.1	-24.12%
9	湖南省	60.8	53.2	14.30%
10	河南省	65.8	59.1	11.38%

4、手机及配件消费品行业分区域销售统计分析

2024年1-6月，全国手机及配件消费品行业主要集中在广东省，广东省手机及配件消费品行业销售规模达1812.8亿元，同比增速达到-2.59%。其次是北京市、浙江省，两地手机及配件消费品行业销售规模分别为1271.1亿元和64.9亿元，同比增速分别为86.43%和-51.82%。

图20 2024年1-6月全国手机及配件消费品行业销售区域分布



5、手机及配件企业销售统计分析

从全国的手机及配件消费品行业高增TOP企业来看，夏新科技有限责任公司、深圳市宏阳通讯有限公司、深圳市万人迷商贸有限公司为前三企业，同比增速分别为138629.95%、96605.34%、72503.04%。

表16 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	夏新科技有限责任公司	1473.9	138629.95%	福建省
2	深圳市宏阳通讯有限公司	1447.7	96605.34%	广东省
3	深圳市万人迷商贸有限公司	53061.4	72503.04%	广东省
4	宁波波导股份有限公司	733.7	13302.15%	浙江省
5	深圳市圳能电子科技有限公司	10059.6	12367.70%	广东省
6	深圳市浩瑜电子商务有限公司	1431.6	9917.58%	广东省
7	中山市电霸照明电器有限公司	815.2	7837.97%	广东省
8	厦门网拓科技有限公司	1416.3	6165.12%	福建省
9	诸暨市登金机械有限公司	5611.4	4688.83%	浙江省
10	东莞市叠品科技有限公司	2217.5	2446.85%	广东省

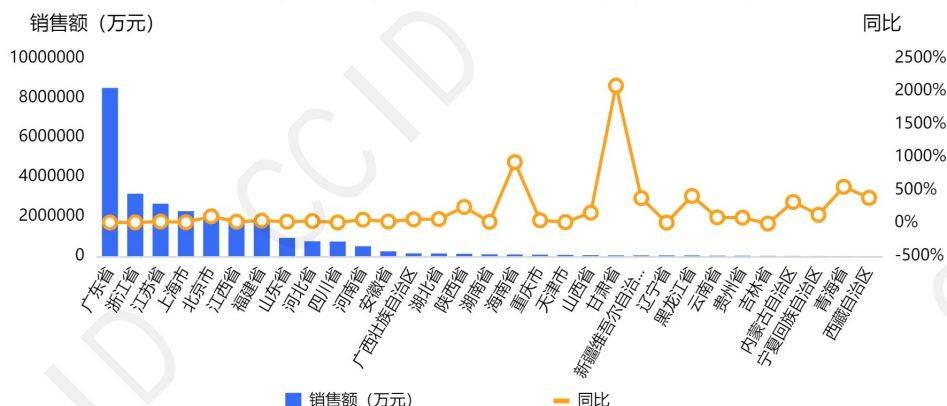
注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

（三）家具消费品行业

1、家具消费品行业销售统计分析概况

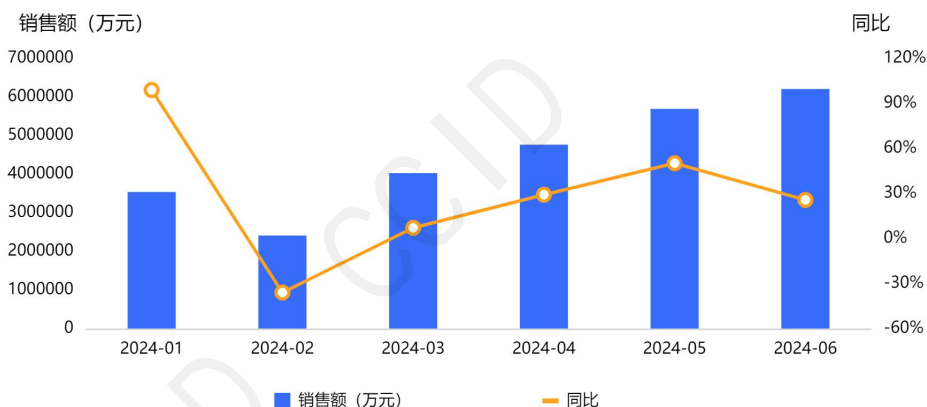
2024年1-6月，全国家具消费品行业销售规模2662.3亿元，同比增速为22.58%。

图21 2024年1-6月全国家具消费品行业月度销售规模TOP31省份



从全国家具消费品行业月度销售规模变化趋势来看,2024年6月销售规模最高,为620.4亿元。

图22 2024年1-6月全国家具消费品行业月度销售规模变化趋势



2、家具消费品行业销售规模TOP省市对比分析

从全国家具消费品行业销售规模TOP省市来看,广东省、浙江省、江苏省为前三名,占全国家具消费品行业销售规模的比重分别为31.93%、11.85%、9.95%。从同比增速来看,北京市增速最高,同比为103.25%。

表17 2024年1-6月全国家具消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	销售规模 (万元)	占全国比重	同比增速
1	广东省	8499963.1	31.93%	9.97%
2	浙江省	3154665.5	11.85%	11.03%
3	江苏省	2649809.1	9.95%	23.81%
4	上海市	2274142.4	8.54%	12.87%

5	北京市	2148887.6	8.07%	103.25%
6	江西省	1912900.2	7.19%	21.95%
7	福建省	1855818.5	6.97%	36.51%
8	山东省	918810.3	3.45%	23.10%
9	河北省	751050.8	2.82%	32.78%
10	四川省	737216.1	2.77%	10.67%

3、家具消费品行业销售规模TOP省市价格分析

从家具消费品行业销售规模TOP省市的成交均价来看，江西省成交均价最高，为691.8元/件，全国成交均价为267.8元/件，同比增速21.45%。

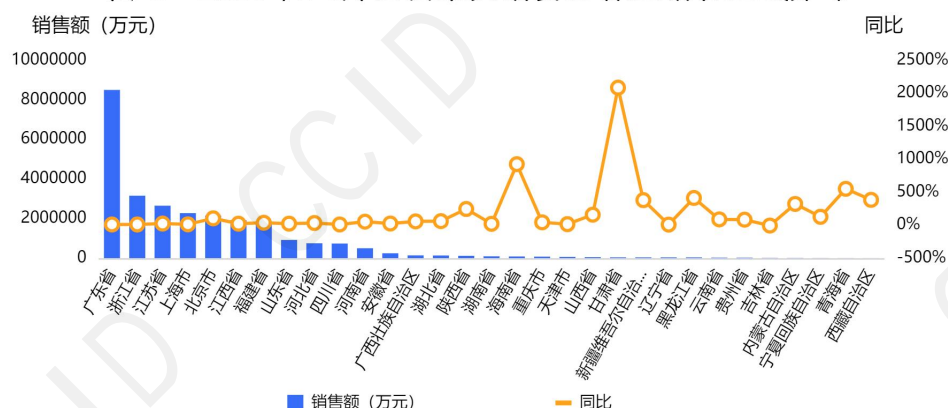
表18 2024年1-6月全国家具消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	2024年1-6月 成交均价（元/件）	2023年1-6月 成交均价（元/件）	同比增速
	全国	267.8	220.5	21.45%
1	广东省	396.4	339.6	16.71%
2	浙江省	163.8	148.6	10.25%
3	江苏省	186.1	150.6	23.62%
4	上海市	418.6	374.7	11.71%
5	北京市	409.1	286.0	43.06%
6	江西省	691.8	675.4	2.41%
7	福建省	317.4	249.5	27.18%
8	山东省	142.2	118.8	19.72%
9	河北省	119.4	87.2	36.84%
10	四川省	381.8	308.7	23.67%

4、家具消费品行业分区域销售统计分析

2024年1-6月，全国家具消费品行业主要集中在广东省，广东省家具消费品行业销售规模达850.0亿元，同比增速达到9.96%。其次是浙江省、江苏省，两地家具消费品行业销售规模分别为315.5亿元和265.0亿元，同比增速分别为11.03%和23.81%。

图23 2024年1-6月全国家具消费品行业销售区域分布



5、家具企业销售统计分析

从全国的家具消费品行业高增TOP企业来看，安吉腾凌家具有限公司、深圳市蜜月岛家私有限公司、广东中匠福健康产业股份有限公司为前三企业，同比增速分别为271449.82%、193247.65%、68995.06%。

表19 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	安吉腾凌家具有限公司	3014.5	271449.82%	浙江省
2	深圳市蜜月岛家私有限公司	12658.7	193247.65%	广东省
3	广东中匠福健康产业股份有限公司	18210.0	68995.06%	广东省
4	霸州市臻好塑料制品有限责任公司	858.1	54001.04%	河北省
5	南通莱昕尚家居用品有限公司	1419.5	29373.81%	江苏省
6	睢宁北木居品家具有限公司	58448.9	29209.93%	江苏省
7	深圳市金颢龙家具有限公司	5219.4	24955.18%	广东省
8	瑞安市佐漫传媒有限公司	662.7	23386.72%	浙江省
9	睢宁辉豪家具有限公司	918.9	21613.11%	江苏省
10	菏泽森派木制品有限公司	710.0	18085.96%	山东省

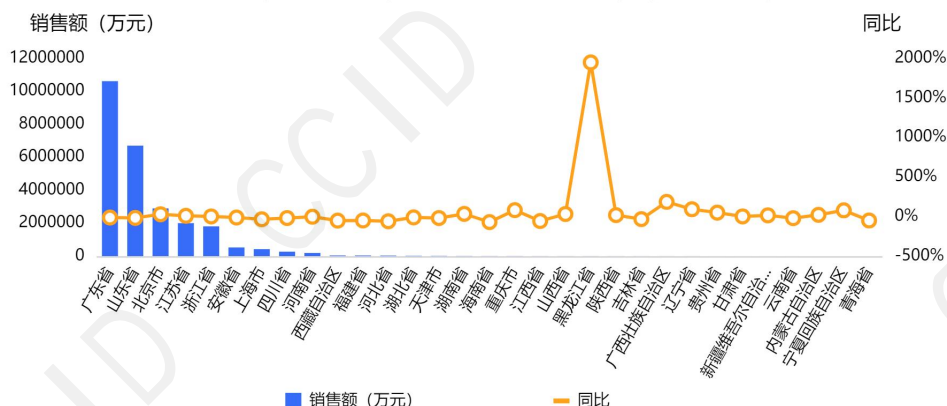
注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

（四）大家电消费品行业

1、大家电消费品行业销售统计分析概况

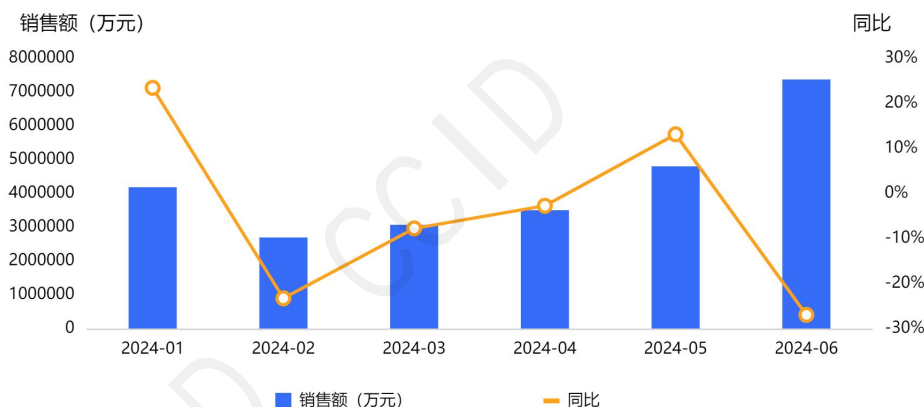
2024年1-6月，全国大家电消费品行业销售规模2562.3亿元，同比增速为-9.05%。

图24 2024年1-6月全国大家电消费品行业月度销售规模TOP31省份



从全国大家电消费品行业月度销售规模变化趋势来看，2024年6月销售规模最高，为737.2亿元。

图25 2024年1-6月全国大家电消费品行业月度销售规模变化趋势



2、大家电消费品行业销售规模TOP省市对比分析

从全国大家电消费品行业销售规模TOP省市来看，广东省、山东省、北京市为前三名，占全国大家电消费品行业销售规模的比重分别为41.41%、26.15%、11.30%。从同比增速来看，北京市增速最高，同比为29.64%，西藏自治区同比负增长，同比为-51.63%。

表20 2024年1-6月全国大家电消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	销售规模（万元）	占全国比重	同比增速
1	广东省	10610955.3	41.41%	-12.44%
2	山东省	6700123.2	26.15%	-17.00%
3	北京市	2894722.1	11.30%	29.64%
4	江苏省	2000514.2	7.81%	9.19%

5	浙江省	1805721.8	7.05%	1.90%
6	安徽省	526024.0	2.05%	-12.47%
7	上海市	424107.8	1.66%	-34.58%
8	四川省	269256.8	1.05%	-18.71%
9	河南省	192170.0	0.75%	-2.55%
10	西藏自治区	39651.9	0.15%	-51.63%

3、大家电消费品行业销售规模TOP省市价格分析

从大家电消费品行业销售规模TOP省市的成交均价来看，西藏自治区成交均价最高，为2529.5元/件，全国成交均价为1252.3元/件，同比增速-1.96%。

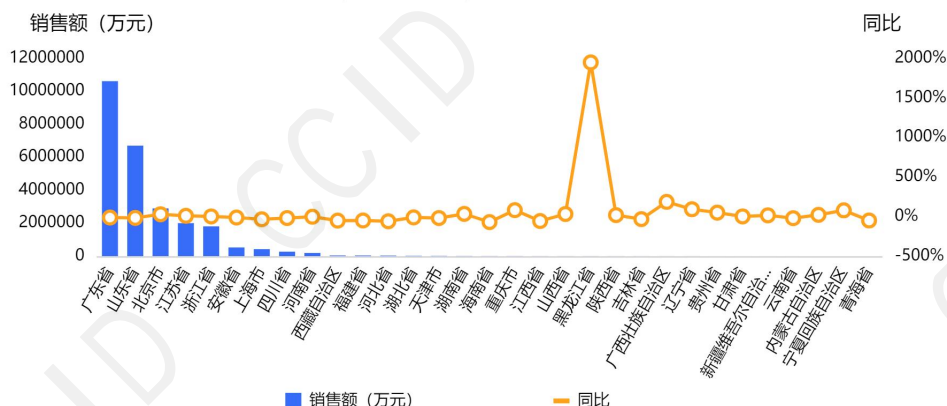
表21 2024年1-6月全国大家电消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	2024年1-6月 成交均价（元/件）	2023年1-6月 成交均价（元/件）	同比增速
	全国	1252.3	1276.8	-1.96%
1	广东省	1480.7	1609.2	-7.98%
2	山东省	2059.1	2160.5	-4.97%
3	北京市	1624.6	1606.5	1.17%
4	江苏省	1204.3	1097.6	9.44%
5	浙江省	716.2	604.2	18.52%
6	安徽省	388.6	445.3	-12.73%
7	上海市	670.1	866.6	-22.28%
8	四川省	972.9	968.8	0.41%
9	河南省	413.1	340.4	21.38%
10	西藏自治区	2529.5	2708.1	-6.59%

4、大家电消费品行业分区域销售统计分析

2024年1-6月，全国大家电消费品行业主要集中在广东省，广东省大家电消费品行业销售规模达1061.1亿元，同比增速达到-12.49%。其次是山东省、北京市，两地大家电消费品行业销售规模分别为670.0亿元和289.5亿元，同比增速分别为-17.04%和29.17%。

图26 2024年1-6月全国大家电消费品行业销售区域分布



5、大家电企业销售统计分析

从全国的大家电消费品行业高增TOP企业来看，中山市阿斯迪电器有限公司、芜湖星宏商贸有限公司、慈溪市艾顿电器有限公司为前三企业，同比增速分别为10015.19%、4502.73%、1856.95%。

表22 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	中山市阿斯迪电器有限公司	677.2	10015.19%	广东省
2	芜湖星宏商贸有限公司	713.5	4502.73%	安徽省
3	慈溪市艾顿电器有限公司	1538.7	1856.95%	浙江省
4	火星人厨具股份有限公司	920.2	1443.37%	浙江省
5	艾德蒙科技(武汉)有限公司	1032.4	1438.44%	湖北省
6	勤得瑞森科技发展(天津)有限责任公司	726.6	1025.14%	天津市
7	安徽康佳同创电器有限公司 滁州分公司	797.0	982.16%	安徽省
8	深圳市英维克健康环境科技有限公司	1771.3	917.83%	广东省
9	深圳市皓丽智能科技有限公司	2583.3	648.28%	广东省
10	艾美特电器(深圳)有限公司	10089.9	640.72%	广东省

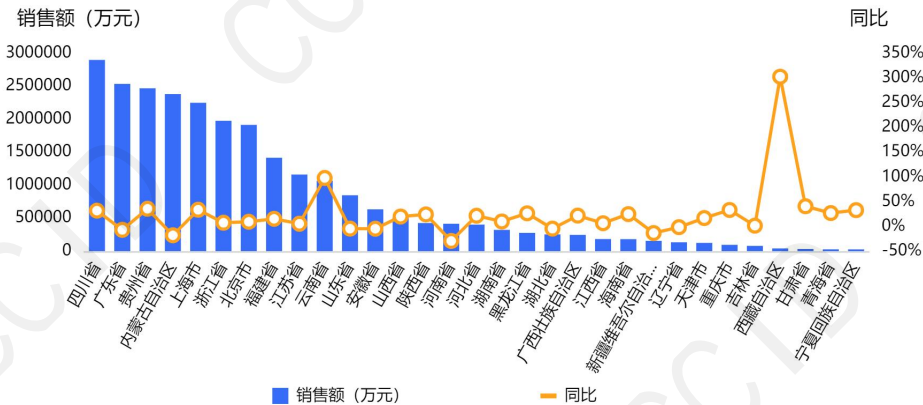
注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

（五）酒水消费品行业

1、酒水消费品行业销售统计分析概况

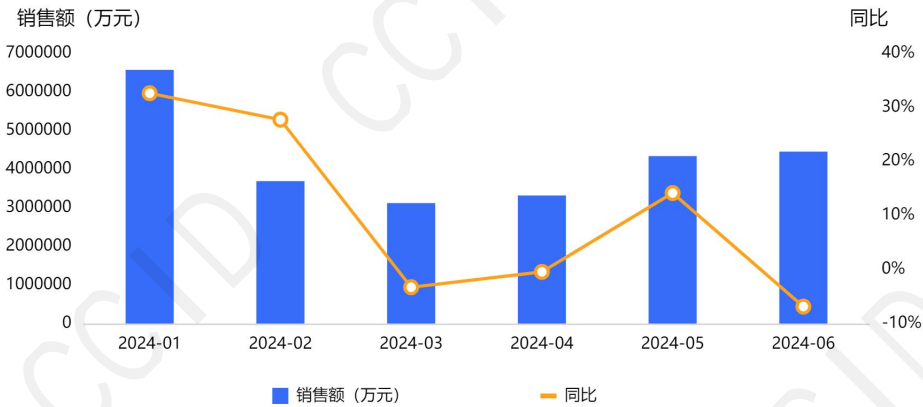
2024年1-6月，全国酒水消费品行业销售规模2548.1亿元，同比增速为10.90%。

图27 2024年1-6月全国酒水消费品行业月度销售规模TOP31省份



从全国酒水消费品行业月度销售规模变化趋势来看,2024年1月销售规模最高,为656.9亿元。

图28 2024年1-6月全国酒水消费品行业月度销售规模变化趋势



2、酒水消费品行业销售规模TOP省市对比分析

从全国酒水消费品行业销售规模TOP省市来看，四川省、广东省、贵州省为前三名，占全国酒水消费品行业销售规模的比重分别为11.38%、9.95%、9.69%。从同比增速来看，云南省增速最高，同比为98.33%，内蒙古自治区同比负增长，同比为-14.15%。

表23 2024年1-6月全国酒水消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	销售规模（万元）	占全国比重	同比增速
1	四川省	2898699.4	11.38%	33.41%

2	广东省	2535807.5	9.95%	-5.21%
3	贵州省	2468790.0	9.69%	36.40%
4	内蒙古自治区	2381281.1	9.35%	-14.15%
5	上海市	2249181.4	8.83%	36.30%
6	浙江省	1976161.2	7.76%	10.07%
7	北京市	1914191.4	7.51%	10.43%
8	福建省	1416073.1	5.56%	16.01%
9	江苏省	1161028.2	4.56%	8.72%
10	云南省	1067006.2	4.19%	98.33%

3、酒水消费品行业销售规模TOP省市价格分析

从酒水消费品行业销售规模TOP省市的成交均价来看，贵州省成交均价最高，为718.3元/件，全国成交均价为66.7元/件，低于贵州省、福建省、江苏省。

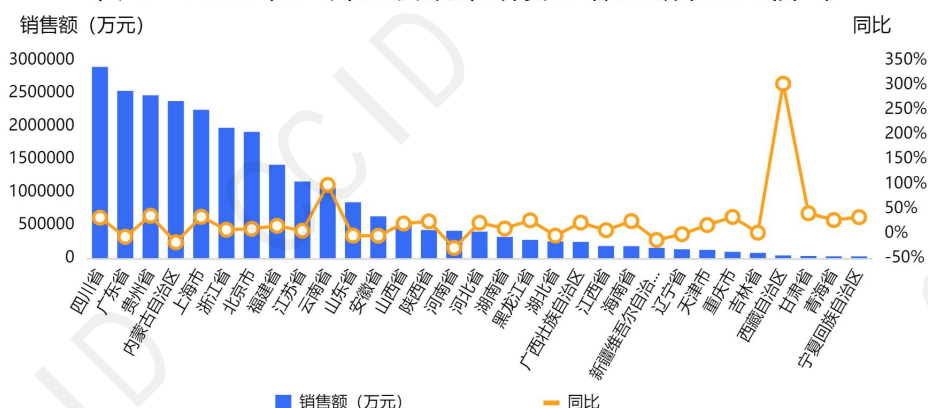
表24 2024年1-6月全国酒水消费品行业销售规模TOP10省市

排名	省市	2024年1-6月 成交均价（元/件）	2023年1-6月 成交均价（元/件）	同比增速
	全国	66.7	55.7	16.21%
1	四川省	282.2	172.0	56.11%
2	广东省	46.6	43.9	3.49%
3	贵州省	718.3	503.3	40.24%
4	内蒙古自治区	46.2	45.1	0.10%
5	上海市	42.2	40.8	1.38%
6	浙江省	42.4	36.2	12.22%
7	北京市	64.9	64.6	-2.03%
8	福建省	90.2	75.5	17.70%
9	江苏省	70.0	48.9	37.03%
10	云南省	137.6	92.6	46.64%

4、酒水消费品行业分区域销售统计分析

2024年1-6月，全国酒水消费品行业主要集中在四川省，四川省酒水消费品行业销售规模达289.9亿元，同比增速达到31.82%。其次是广东省、贵州省，两地酒水消费品行业销售规模分别为253.6亿元和246.9亿元，同比增速分别为-6.96%和35.58%。

图29 2024年1-6月全国酒水消费品行业销售区域分布



5、酒水企业销售统计分析

从全国的酒水消费品行业高增TOP企业来看，三得利(中国)投资有限公司、安徽乐茶科技有限公司、浙江忠厚乳业股份有限公司为前三企业，同比增速分别为457713.11%、45559.87%、19839.62%。

表25 2024年1-6月全国消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	三得利(中国)投资有限公司	10950.9	457713.11%	上海市
2	安徽乐茶科技有限公司	765.9	45559.87%	安徽省
3	浙江忠厚乳业股份有限公司	1319.3	19839.62%	浙江省
4	武夷山市似曾相识茶业有限公司	5458.0	13422.21%	福建省
5	河南省蛮春酒业销售有限公司	2667.2	12464.69%	河南省
6	福建馥峰茶业有限公司	611.2	12122.38%	福建省
7	亳州市德顺酒业有限公司	729.6	8580.23%	安徽省
8	武夷山知否茶业有限公司	2339.9	8277.14%	福建省
9	辽宁上药好护士药业(集团)有限公司	682.7	8016.48%	辽宁省
10	亳州市芝卿语酒业有限公司	1066.7	7196.22%	安徽省

注：选取销售规模在600万元以上的企业进行同比增速排序

三、全国重点区域消费品行业销售统计分析

（一）广东省

1、广东省消费品行业销售统计分析

2024年1-6月广东省消费品行业销售规模达15873.5亿元，同比增速为2.86%。

2、广东省消费品分行业销售统计分析

2024年1-6月，广东省消费品行业销售重点行业为服饰、手机及配件、大家电，服饰行业销售规模达2028.9亿元，规模占比为12.78%，手机及配件行业销售规模达1812.8亿元，规模占比为11.42%，大家电行业销售规模达1061.1亿元，规模占比为6.68%。

表26 2024年1-6月广东省消费品行业销售格局

排名	一级行业	销售规模（万元）	占比
1	服饰	20288763.2	12.78%
2	手机及配件	18127582.3	11.42%
3	大家电	10610955.3	6.68%
4	家装建材	8544211.8	5.38%
5	家具	8499963.1	5.35%
6	电脑设备	7916708.8	4.99%
7	家居日用	6233906.8	3.93%
8	珠宝首饰	5835592.5	3.68%
9	厨卫电器	5428119.2	3.42%
10	面部护肤	5354982.7	3.37%
11	母婴	4916706.1	3.10%
12	数码产品	4314174.3	2.72%
13	个护清洁	4299470.9	2.71%
14	医药健康	3420917.0	2.16%
15	内衣	3418017.1	2.15%
16	生活电器	3330735.9	2.10%
17	影音电器	3014022.6	1.90%
18	食品	2887355.4	1.82%
19	鞋靴	2773723.0	1.75%
20	酒水	2535807.5	1.60%
21	运动	2397208.8	1.51%
22	营养保健	2341092.2	1.47%
23	个护电器	2269264.5	1.43%
24	玩具乐器	2244682.6	1.41%
25	汽车用品	2230996.4	1.41%
26	彩妆香水	1919607.8	1.21%

27	箱包	1873338.5	1.18%
28	办公用品	1628737.0	1.03%
29	工业品	1512955.5	0.95%
30	家居家纺	1419121.5	0.89%
31	户外用品	1364039.6	0.86%
32	生鲜	1360239.6	0.86%
33	钟表眼镜	1124580.0	0.71%
34	商用电器	1067705.4	0.67%
35	宠物用品	804487.4	0.51%
36	文创礼品	542205.3	0.34%
37	摩托车	304774.5	0.19%
38	图书音像	303662.3	0.19%
39	鲜花园艺	189783.8	0.12%
40	农用物资	82862.6	0.05%
41	汽车整车	2254.8	0.0014%

3、广东省企业销售统计分析

从广东省的企业来看，美的集团股份有限公司销售规模347.9亿元，同比增速为0.88%，位居榜首。华为技术有限公司销售规模为343.2亿元，排名第二，同比增速为43.39%。神州数码(深圳)有限公司排名第三，销售规模为273.5亿元，同比增速为-36.87%。

相较上年同期排名，康佳集团股份有限公司1家企业为新上榜。

表27 2024年1-6月广东省消费品行业销售规模TOP10企业

企业名称	销售规模（万元）	同比	所属地区	相较上年同期排名变化
美的集团股份有限公司	3478558.5	0.88%	佛山市	+1
华为技术有限公司	3432432.4	43.39%	深圳市	+1
神州数码(深圳)有限公司	2734656.4	-36.87%	深圳市	-2
珠海格力电器股份有限公司	1318886.6	-31.04%	珠海市	持平
维沃移动通信有限公司	1268766.5	39.68%	东莞市	+1
荣耀终端有限公司	1210117.6	12.58%	深圳市	-1
TCL华星光电技术有限公司	632542.3	-14.33%	深圳市	持平
OPPO广东移动通信有限公司	524889.3	-19.86%	东莞市	持平
康佳集团股份有限公司	410301.4	33.40%	深圳市	新上榜
广东容声电器股份有限公司	396983.5	-3.69%	佛山市	持平

从广东省高增TOP企业来看，广州源兮贸易有限公司、深圳沃圣数码科技有限公司、深圳市蜜月岛家私有限公司为前三企业，同比增速分别为431508.53%、319317.53%、193247.65%。

表28 2024年1-6月广东省消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模(万元)	同比增速	所属地区
1	广州源兮贸易有限公司	5736.1	431508.53%	广州市
2	深圳沃圣数码科技有限公司	3508.5	319317.53%	深圳市
3	深圳市蜜月岛家私有限公司	12658.7	193247.65%	深圳市
4	广州蓝芯科技有限公司	2580.9	183888.65%	广州市
5	广州礼道饰品有限公司	1515.4	121098.52%	广州市
6	深圳市中续航科技有限公司	11799.2	108539.87%	深圳市
7	深圳市宏阳通讯有限公司	1564.6	104412.96%	深圳市
8	东莞市森鸿运动用品有限公司	3248.6	97482.63%	东莞市
9	华飞智新科技(深圳)有限公司	1120.0	94852.41%	深圳市
10	广东绿活食品有限公司	1520.1	94573.45%	揭阳市

注：选取销售规模在 600万元以上的企业进行同比增速排序

（二）浙江省

1、浙江省消费品行业销售统计分析

2024年1-6月浙江省消费品行业销售规模达8278.6亿元，同比增速为2.57%。

2、浙江省消费品分行业销售统计分析

2024年1-6月，浙江省消费品行业销售重点行业为服饰、母婴、家居日用，服饰行业销售规模达1876.1亿元，规模占比为22.66%，母婴行业销售规模达648.3亿元，规模占比为7.83%，家居日用行业销售规模达566.8亿元，规模占比为6.85%。

表29 2024年1-6月浙江省消费品行业销售格局

排名	一级行业	销售规模（万元）	占比
1	服饰	18761057.1	22.66%
2	母婴	6482905.2	7.83%

3	家居日用	5667651.0	6.85%
4	家装建材	4882181.2	5.90%
5	家具	3154665.5	3.81%
6	厨卫电器	2853614.6	3.45%
7	鞋靴	2800287.9	3.38%
8	面部护肤	2604038.0	3.15%
9	家居家纺	2503425.7	3.02%
10	运动	2484140.1	3.00%
11	食品	2284210.3	2.76%
12	酒水	1976161.2	2.39%
13	内衣	1972679.0	2.38%
14	珠宝首饰	1864815.7	2.25%
15	个护电器	1807602.0	2.18%
16	大家电	1805721.8	2.18%
17	办公用品	1706458.4	2.06%
18	生鲜	1429685.3	1.73%
19	玩具乐器	1242502.9	1.50%
20	彩妆香水	1215576.9	1.47%
21	个护清洁	1170920.4	1.41%
22	工业品	1166648.9	1.41%
23	汽车用品	1140346.3	1.38%
24	生活电器	1093428.0	1.32%
25	户外用品	914107.6	1.10%
26	医药健康	905342.6	1.09%
27	宠物用品	828490.0	1.00%
28	箱包	810198.3	0.98%
29	电脑设备	730551.8	0.88%
30	手机及配件	649014.7	0.78%
31	文创礼品	637538.0	0.77%
32	营养保健	577370.7	0.70%
33	影音电器	564974.1	0.68%
34	商用电器	445696.1	0.54%
35	钟表眼镜	424534.8	0.51%
36	图书音像	365776.2	0.44%
37	数码产品	341260.2	0.41%
38	鲜花园艺	232782.7	0.28%
39	摩托车	189209.8	0.23%
40	农用物资	96283.8	0.12%
41	汽车整车	2113.8	0.0026%

3、浙江省企业销售统计分析

从浙江省的企业来看，奥克斯集团有限公司销售规模82.5亿元，同比增速为20.56%，位居榜首。浙江苏泊尔股份有限公司销售规模为76.1亿元，排名第二，同比增速为8.80%。珀莱雅化妆品股份有限公司排名第三，销售规模为40.3亿元，同比增速为31.53%。

相较于上年同期排名，宁波方太厨具有限公司1家企业为新上榜。

表30 2024年1-6月浙江省消费品行业销售规模TOP10企业

企业名称	销售规模（万元）	同比	所属地区	相较于上年同期排名变化
奥克斯集团有限公司	824908.2	20.56%	宁波市	+1
浙江苏泊尔股份有限公司	761054.2	8.80%	台州市	-1
珀莱雅化妆品股份有限公司	402980.8	31.53%	杭州市	+3
永康市华凌机械有限公司	353268.5	17.27%	金华市	+3
罗蒙集团股份有限公司	304772.3	-10.03%	宁波市	持平
得力集团有限公司	276201.2	3.43%	宁波市	+3
浙江森马服饰股份有限公司	275673.6	2.08%	温州市	+1
杭州老板电器股份有限公司	240329.3	-5.81%	杭州市	+2
网易(杭州)网络有限公司	231196.1	-42.17%	杭州市	-5
宁波方太厨具有限公司	225087.7	-8.44%	宁波市	新上榜

从浙江省高增TOP企业来看，安吉腾凌家具有限公司、杭州蜓好加倍科技有限公司、湖州礼亮服饰有限公司为前三企业，同比增速分别为271449.82%、181163.95%、125070.26%。

表31 2024年1-6月浙江省消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模（万元）	同比增速	所属地区
1	安吉腾凌家具有限公司	3014.5	271449.82%	湖州市
2	杭州蜓好加倍科技有限公司	2101.8	181163.95%	杭州市
3	湖州礼亮服饰有限公司	1417.1	125070.26%	湖州市
4	永康市咸鱼工贸有限公司	3096.2	84681.90%	金华市
5	湖州锦冠网络科技有限公司	987.2	77785.64%	湖州市
6	海宁市海昌时兴服装厂	899.1	76995.34%	嘉兴市
7	浙江天肌生物科技有限公司	1215.1	74320.42%	金华市
8	杭州子乐食品科技有限公司	2650.8	70760.17%	杭州市
9	永康市宝时洁日用品有限公司	1106.3	65832.05%	金华市
10	湖州宝拉品牌管理有限公司	833.0	64102.87%	湖州市

注：选取销售规模在 600万元以上的企业进行同比增速排序

(三) 北京市

1、北京市消费品行业销售统计分析

2024年1-6月北京市消费品行业销售规模达6059.7亿元，同比增速为22.64%。

2、北京市消费品分行业销售统计分析

2024年1-6月，北京市消费品行业销售重点行业为手机及配件、电脑设备、大家电，手机及配件行业销售规模达1271.1亿元，规模占比为20.98%，电脑设备行业销售规模达752.7亿元，规模占比为12.42%，大家电行业销售规模达289.5亿元，规模占比为4.78%。

表32 2024年1-6月北京市消费品行业销售格局

排名	一级行业	销售规模（万元）	占比
1	手机及配件	12710802.8	20.98%
2	电脑设备	7527343.2	12.42%
3	大家电	2894722.1	4.78%
4	数码产品	2617095.9	4.32%
5	运动	2393747.6	3.95%
6	珠宝首饰	2201743.3	3.63%
7	家具	2148887.6	3.55%
8	酒水	1914191.4	3.16%
9	家装建材	1798648.4	2.97%
10	服饰	1608245.1	2.65%
11	图书音像	1590432.1	2.62%
12	食品	1497856.9	2.47%
13	面部护肤	1473727.0	2.43%
14	医药健康	1405554.8	2.32%
15	生鲜	1400070.1	2.31%
16	生活电器	1351707.0	2.23%
17	家居日用	1286038.1	2.12%
18	个护清洁	1176057.6	1.94%
19	母婴	1083609.1	1.79%
20	办公用品	1074506.3	1.77%

21	营养保健	1020096.7	1.68%
22	影音电器	1002557.4	1.65%
23	玩具乐器	841099.3	1.39%
24	汽车用品	680479.2	1.12%
25	家居家纺	594063.1	0.98%
26	厨卫电器	568744.7	0.94%
27	内衣	568511.0	0.94%
28	工业品	566677.7	0.94%
29	个人防护	550541.2	0.91%
30	宠物用品	507588.3	0.84%
31	彩妆香水	498349.1	0.82%
32	户外用品	470109.0	0.78%
33	箱包	396006.3	0.65%
34	鞋靴	386292.9	0.64%
35	钟表眼镜	235197.9	0.39%
36	文创礼品	230939.5	0.38%
37	商用电器	150240.7	0.25%
38	鲜花园艺	61625.5	0.10%
39	农用物资	57414.6	0.09%
40	摩托车	54119.2	0.09%
41	汽车整车	1332.3	0.0022%

3、北京市企业销售统计分析

从北京市的企业来看，小米科技有限责任公司销售规模299.8亿元，同比增速为-13.38%，位居榜首。李宁(中国)体育用品有限公司销售规模为61.8亿元，排名第二，同比增速为2.82%。索尼(中国)有限公司排名第三，销售规模为26.9亿元。

相较上年同期排名，索尼(中国)有限公司、中国惠普有限公司、松下电器(中国)有限公司等4家企业为新上榜。

表33 2024年1-6月北京市消费品行业销售规模TOP10企业

企业名称	销售规模（万元）	同比	所属地区	较上年同期排名变化
小米科技有限责任公司	2997735.6	-13.38%	北京市	持平
李宁(中国)体育用品有限公司	618003.9	2.82%	北京市	持平
索尼(中国)有限公司	268720.2	--	北京市	新上榜

中国北京同仁堂(集团)有限责任公司	268044.4	-17.84%	北京市	-1
中国惠普有限公司	257857.6	--	北京市	新上榜
北京学而思教育科技有限公司	237755.8	219.09%	北京市	+1
东方甄选(北京)科技有限公司	205822.2	90.57%	北京市	-1
松下电器(中国)有限公司	197787.7	--	北京市	新上榜
同方股份有限公司	183294.0	-24.31%	北京市	-5
佳能(中国)有限公司	169201.4	621.86%	北京市	新上榜

从北京市高增TOP企业来看，北京寰宇智汇科技有限公司、北京美味领先科技发展有限公司、央视国际网络有限公司为前三企业，同比增速分别为531341.86%、25617.45%、23958.38%。

表34 2024年1-6月北京市消费品行业销售规模同比增速TOP10企业

排名	企业名称	销售规模(万元)	同比增速	所属地区
1	北京寰宇智汇科技有限公司	5738.9	531341.86%	北京市
2	北京美味领先科技发展有限公司	1637.7	25617.45%	北京市
3	央视国际网络有限公司	707.7	23958.38%	北京市
4	北京昌数科技有限公司	2289.1	13654.22%	北京市
5	拜耳医药保健有限公司	10417.8	13258.67%	北京市
6	道水(北京)户外科技有限公司	694.4	10636.12%	北京市
7	北京雪莲生物科技有限公司	1567.0	5176.44%	北京市
8	北京松沅生物科技有限公司	1841.2	5063.56%	北京市
9	北京庆东纳碧安热能设备有限公司	866.7	4557.45%	北京市
10	北京银月城商贸有限公司	1701.7	3886.42%	北京市

注：选取销售规模在 600万元以上的企业进行同比增速排序

四、全国消费品零售情况总结

2024年1-6月，全国消费品行业销售规模达55074.8亿元，同比增长5.82%。该地区累计活跃企业数128.8万家，活跃品牌数32623个。

从全国消费品分行业销售规模来看，一级行业中，服饰、手机及配件、家具为TOP3行业，占比分别为12.31%、6.01%、4.83%。二级行业中，女装、手机、男装为TOP3行业，占比分别为8.78%、5.31%、2.94%。

三级行业中，儿童服饰、白酒、笔记本电脑为TOP3行业，占比分别为2.08%、1.97%、1.64%。四级行业中，游戏本、常温牛奶、轻薄本为TOP3行业，占比分别为4.32%、3.11%、2.92%。

当前，全国发展潜力最大的五个行业分别为商用电器、工业品、数码产品、户外用品、家具，销售额同比增速分别为73.20%、32.37%、26.09%、23.70%、22.58%。

从全国的头部重点企业来看，美的集团股份有限公司、华为技术有限公司、海尔集团公司排在前三位，消费品销售规模分别为347.9亿元、343.2亿元、329.4亿元。

当前，全国值得关注的潜力企业为九号科技有限公司、北京寰宇智汇科技有限公司、广州源兮贸易有限公司等，销售额同比均实现增长。

从全国分区域消费品行业销售规模来看，广东省、浙江省、北京市位居全国消费品行业销售规模前三甲，销售规模占比分别为28.82%、15.03%、11.00%。

附件1 二季度消费品领域重要政策汇总

领域	时间	政策名称	政策要点
消费品	4月14日	《工业和信息化部办公厅 商务部办公厅 关于开展2024“三品”全国行活动的通知》	一、活动主题 名优好品强供给 提质创优促升级 二、活动时间 2024年4月 - 12月 三、活动形式 2024“三品”全国行活动委托中国电子信息产业发展研究院、中国轻工业联合会、中国纺织工业联合会、中国商业联合会组织实施。各地工业和信息化主管部门、商务主管部门、有关行业协会、重点企业联动配合，突出地方产业集聚优势和区域发展特色，发挥消费品工业“三品”战略示范城市引领效应，加大升级和创新消费品市场供应，在更高水平满足多层次、多元化消费需求。
	4月18日	《工业和信息化部办公厅 商务部办公厅 关于开展2024纺织服装优供给促	为深入贯彻中央经济工作会议精神，统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，加快建设现代化纺织服装产业体系，提升纺织服装供给质量，稳定和扩大传统消费，现组织开展2024纺织服装优供给促升级活动。工作任务包括推动数字纺织建设，培育纺织行业新质生产力；强化综合服务支撑，打造中国纺织名品方阵；推动绿色循环低碳，引领健康时尚消费理念；促进产业链协调发展，

		升级活动的通知》	形成梯度发展产业布局；坚持高水平对外开放合作，激发内外贸市场新动能等五个方面。
	4月29日	《中华人民共和国工业和信息化部 中华人民共和国国家市场监督管理总局 中华人民共和国国家消防救援局公告（2024年第6号）》	为加强电动自行车行业管理，促进电动自行车企业规范化生产，强化电动自行车产品质量安全，推动行业健康发展，工业和信息化部、国家市场监督管理总局、国家消防救援局制定了《电动自行车行业规范条件》和《电动自行车行业规范公告管理办法》。工业和信息化部负责全国电动自行车行业规范公告管理工作，组织对省级电动自行车行业主管部门报送的企业及相关材料进行复核、现场查验等工作，公告并动态管理符合《规范条件》电动自行车企业名单。
	5月27日	《工业和信息化部办公厅关于组织开展2024年老年用品产品推广目录申报	一、申报主体：凡在中华人民共和国境内注册的开展老年用品研发、生产的企事业单位均可自愿申报。 二、产品范围：老年服装服饰、日用辅助产品、养老照护产品、健康促进产品、适老化家居产品、适老环境改善产品等6大领域20个品类。

		工作的通知 》	
	6月 7日	《山西省人民政府办公厅关于印发山西省进一步加大力度推动消费品工业集聚发展工作方案的通知》	聚焦家电、中成药、纺织服装、生活用纸、建筑卫生陶瓷、汽车玻璃、果汁饮料、家具等重点行业打造一批消费品特色园区，2024年，力争招引15个消费品产业项目集中落户，引进头部企业、龙头骨干企业2家以上，到位投资20亿元以上。2025年，力争招引30个消费品项目集中落户，引进头部企业、龙头骨干企业3家以上，到位投资80亿元以上，重点行业营业收入力争突破400亿元。
食 品	3月 18日	《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》	一、市场监管总局、教育部、工信部等六部门发布《通知》，对预制菜定义和范围进行界定，即“以一种或多种食用农产品及其制品为原料，使用或不使用调味料等辅料，不添加防腐剂，经工业化预加工（如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等）制成，配以或不配以调味料包，符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件，加热或熟制后方可食用的预包装菜肴，不包括主食类食品，如速冻面米食品、方便食品、盒饭、盖浇饭、馒头、糕点、肉夹馍、面包、汉堡、三明治、披萨

		等。” 二、《通知》对推进预制菜标准体系建设、加强预制菜食品安全监管、推进预制菜产业高质量发展等工作做出明确部署和要求。
4月 12日	《工业和信息化部办公厅 国家卫生健康委员会办公厅 国家市场监督管理总局办公厅 关于公布脱盐乳清产品供给能力提升任务入围揭榜单位名单的通知》	为增强脱盐乳清产品供应保障能力，提升生产技术工艺及质量控制水平，经自主申报、形式审查、专家评审和网上公示，三部委确定了10家脱盐乳清产品供给能力提升任务入围揭榜单位，将指导入围揭榜单位开展攻关，各地工业和信息化、卫生健康、市场监管主管部门要加强对入围单位和项目的跟踪管理，加强要素保障和政策支持，强化优秀成果应用推广，三、工业和信息化部将委托相关机构跟踪项目建设进度，定期开展阶段性评估，确保2027年6月前完成项目各项预期指标。
4月 18日	《广东省工业和信息化厅 广东省农业农村厅 广东	到2024年底，力争全省食品工业增加值持续强劲正增长，新增10个左右省级食品工业培育试点县（市、区、镇），形成10个以上优质食品加工基地、原料基地，推进超过250个食品重点项目加快建设，做大做强做精做优一批食品加工企业，促进农产品精深加工取得新成效，

		省市场监督管理局关于2024年“粤食越好 粤品世界”推动食品工业提质升级专项行动方案》	形成一批食品产业名品爆品，“粤食越好 粤品世界”成效明显。
纺织	4月9日	《推动工业领域设备更新实施方案》	提出围绕推进新型工业化，以大规模设备更新为抓手，实施制造业技术改造升级工程，以数字化转型和绿色化升级为重点，推动制造业高端化、智能化、绿色化发展，为发展新质生产力，提高国民经济循环质量和水平提供有力支撑。 在重点任务中，《方案》提出实施先进设备更新行动，明确纺织行业更新转杯纺纱机等短流程纺织设备，细纱机、自动络筒机等棉纺设备。
	4月16日	《新疆维吾尔自治区人民政府办公厅关于调整优化自治区棉花及	对自治区棉花及纺织业发展的政策措施进行调整优化，旨在加快纺织业发展新质生产力，推动延链补链强链，扎实推进自治区棉花和纺织产业集群高质量发展。

		纺织服装产业政策措施的通知》	
	5月24日	《浙江省现代纺织产业链标准体系建设指南（2024年版）》	深入实施制造业产业基础再造和产业链提升工程，充分发挥标准的引领和支撑作用，加快巩固、提升、发展浙江省现代纺织产业链，全力打造世界级现代纺织与服装产业集群。
	5月31日	《2024—2025年节能降碳行动方案》	完善能源消耗总量和强度调控，重点控制化石能源消费，强化碳排放强度管理，分领域分行业实施节能降碳专项行动，更高水平更高质量做好节能降碳工作，更好发挥节能降碳的经济效益、社会效益和生态效益，为实现碳达峰碳中和目标奠定坚实基础。
	6月4日	《关于建立碳足迹管理体系的实施方案》	加快建立碳足迹管理体系，形成绿色低碳供应链和生产生活方式，推动新质生产力发展，助力实现碳达峰碳中和目标。 到2027年，制定出台100个左右重点产品碳足迹核算规则标准，产品碳足迹因子数据库初步构建，产品碳足迹标识认证和分级管理制度初步建立。 到2030年，制定出台200个左右重点产品碳足迹核算规则标准，覆盖范围广、数据质量高、国际影响力强的产品碳足迹因子数据库基本建成，产品碳足迹标识认

			证和分级管理制度全面建立。
中 药	5月 14日	国家药监局、国家中医药管理局关于发布《地区性民间习用药材管理办法》的公告（2024年第61号）	一是进一步明确了地区性民间习用药材的具体内涵、《办法》的适用范围、地区性民间习用药材标准制定总要求，同时针对地区性民间习用药材特点，对药材资源的可持续发展进行了明确，并根据法律文件对自种自采自用品种的管理予以明确。二是从药材收载范围、药材名称、标准备案、标准提高、标准废止等各方面，进一步规范了省级中药材标准的全生命周期管理。三是对地区性民间习用药材的采收加工、采购使用、跨省使用、标签标示、执行标准等进行了明确。四是明确了地区性民间习用药材监管主体、监管措施，同时，鼓励地方开展药材资源动态监测和质量监测。五是主要对新发现的药材、地区性民间习用药材的新药注册、标准管理与中药注册管理、标准管理文件予以衔接，使药材管理成为有机整体。
	6月 17日	国家中医药管理局关于印发《中医药标准化行动计划（2024—2026年）》的通知	《行动计划》系统谋划了推动中医药标准化高质量发展的政策举措，着力完成“优化中医药标准体系总体布局、加强重点领域中医药标准供给、推动中医药标准与科技创新互动发展、推进中医药标准国际化、深化中医药标准化改革创新、夯实中医药标准化发展基础”等6个方面的重点任务，旨在推动标准化战略与中医药事业发展深度融合，提升中医药标准化治理能力，为推进中医药现代化和产业化、促进中医药高质量发展提供有

			力支撑。
--	--	--	------

数据说明

1、监测区域：覆盖全国31个省级行政区，333个地级行政区，2847个县级行政区。

2、监测时间：2024年1-6月

3、监测品类：根据国家统计局分类定义，包括消费品行业所下属的粮油&食品、饮料、烟酒、服装鞋帽&针纺织品、化妆品、金银珠宝、日用品等27大类基础上做了细分。

4、监测平台：

天猫、京东、抖音、快手、得物、淘宝、丝芙兰、拼多多、苏宁、国美、考拉、聚美、VIP云集、当当网、喵街、掌上生活、日上MSH、淘鲜达、京东到家、盒马集市、多点等50+平台。根据市场需求情况以及各平台的发展状况，每年会进行动态增加、删除、调整。

口径说明

1、销售数据地域归属：按照品牌所属企业确定归属地，没有品牌的根据商品发货地或店铺所属公司的注册地确定归属。

2、销售数据行业归属：依据国家统计局定义，统计消费品行业商品数据。按照国家统计局《批发和零售业统计报表制度》中的《商品分类目录》进行具体划分。

消费品行业商品具体包括服饰、箱包、运动、数码产品、电脑设备、汽车用品、个护清洁、母婴、食品、家居日用、医药健康、家装建材、鞋靴、户外用品、厨卫电器、办公用品、酒水、家居家纺、钟表眼镜、鲜花园艺、营养保健、玩具乐器、农用物资、摩托车、面部护肤、彩妆香水、内衣、大家电、生活电器、影音电器、商用电器、手机及配件、家具、宠物用品、生鲜、个护电器、珠宝首饰，共37个大类。

指标说明

1、销售额：指企业和个人通过公共电商交易平台（包括自建网站和第三方平台）实现的商品销售额之和。

2、销售量：指企业和个人通过公共电商交易平台（包括自建网站和第三方平台）实现的商品销售量之和。

3、报告中所涉及的分析数据，例如销售额、销售量等均为网络零售平台的数据。

版权声明

本报告为中国电子信息产业发展研究院（消费品工业研究所）和商指针（欧特欧咨询旗下品牌）共同制作，报告中页面内容（包括但不限于文字、图片、图表、色彩组合、版面设计等），版权均归商指针所有。

凡未经本公司书面授权，任何组织和个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式使用报告中的内容用于商业目的；任何非商业性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源；任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。