



2004

中国商品交易市场统计年鉴

STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA COMMODITY EXCHANGE MARKET

© 国家统计局贸易外经统计司 编

- Compiled by
- Department of Trade and
- External Economic Relation Statistics,
- National Bureau of Statistics,
- People's Republic of China

中国工商出版社
China Industry and Commerce Press

F723-54
2
2004

F723-54
2
2004

2004

中国商品交易市场统计年鉴

2004 STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA
COMMODITY EXCHANGE MARKET

国家统计局贸易外经统计司 编

Compiled by

Department of Trade and External Economic Relation Statistics,

National Bureau of Statistics, People's Republic of China

中国工业出版社

China Industry and Commerce Press

责任编辑 袁 泉

封面设计 SUN 工作室

图书在版编目(CIP)数据

2004 中国商品交易市场统计年鉴/国家统计局贸易
外经统计司编. —北京:中国工商出版社,2004.4

ISBN 7-80012-932-2

I.2… II.国… III.国内市场—统计资料—中国
—2004—年鉴 IV.F723-66

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 030693 号

书名/2004 中国商品交易市场统计年鉴

编者/国家统计局贸易外经统计司

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京柏川印刷厂

开本/880 毫米×1230 毫米 1/16 印张/15.75 字数/ 283.9 千字

版本/2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

印数/01-500 册

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074,63748686 电子邮箱/zggscbs@263.net

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 7-80012-932-2/F·483

定价:180.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

编辑说明

一、《2004 中国商品交易市场统计年鉴》是我国反映大型商品交易市场全貌的资料性工具书,已连续出版了多年,旨在通过大量丰富、详实、具体和权威的统计数据,全面系统和多角度地反映中国大型商品交易市场发育和发展情况。本年鉴是各级经济和市场管理部门、科研机构与大专院校分析研究市场、进行宏观调控和科学决策、理论研究和教学的重要资料;也是生产经营单位了解市场、获取商业信息的必备参考用书。

二、本年鉴分为三部分:1. 专文;2. 亿元商品交易市场情况;3. 各类商品交易市场成交情况。同时,为了便于读者阅读,还增加了自 2000 年以来历年统计数据的对比资料,并附有主要统计指标解释。

三、年鉴中的亿元商品交易市场统计范围为 2003 年底前年成交额亿元及以上的商品交易市场。西藏自治区未进行调查。

四、年鉴中的时期数据为 2003 年年度或季度数据,时点数据为 2003 年年末或季末数据。全国性数据均不包括台湾省、香港特别行政区和澳门特别行政区。

目录 CONTENTS

一、专文

我国亿元商品交易市场的建设与发展

3

二、亿元商品交易市场情况

综合篇

(一) 基本情况

2-1 历年亿元以上商品交易市场情况	11
2-2 历年亿元以上商品交易市场变动情况	11
2-3 亿元以上商品交易市场情况(按市场类别分)	12
2-4 亿元以上商品交易市场情况(按摊位类别分)	13
2-5 亿元以上商品交易市场分季度成交情况(按市场类别分)	14
2-6 亿元以上商品交易市场分季度成交情况(按摊位类别分)	15

(二) 市场数

2-7 历年亿元以上商品交易市场数量(按市场类别分)	16
2-8 历年亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别分)	17
2-9 历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按市场类别分)	18
2-10 亿元以上商品交易市场数量(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	19
2-11 亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	20

(三) 摊位数

2-12 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别分)	21
2-13 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别分)	22
2-14 历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按市场类别分)	23
2-15 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位类别分)	24
2-16 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别分)	25
2-17 历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按摊位类别分)	26
2-18 亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别和摊位类别分)	27
2-19 亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别分)	31
2-20 亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别分)	35
2-21 亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	39
2-22 亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	40
2-23 亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位类别和经营方式、状态、环境分)	41
2-24 亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别和经营方式、状态、环境分)	42
2-25 亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	43

(四) 营业面积

2-26 历年亿元以上商品交易市场营业面积(按市场类别分)	44
2-27 历年亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场类别分)	45
2-28 历年亿元以上商品交易市场营业面积变动情况(按市场类别分)	46
2-29 亿元以上商品交易市场营业面积(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	47
2-30 亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	48

(五) 成交额

2-31 历年亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别分)	49
2-32 历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别分)	50

目录 CONTENTS

2-33 历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按市场类别分)	51
2-34 历年亿元以上商品交易市场成交额(按摊位类别分)	52
2-35 历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别分)	53
2-36 历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按摊位类别分)	54
2-37 亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别和摊位类别分)	55
2-38 亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别分)	59
2-39 亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别分)	63
2-40 亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	67
2-41 亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别和经营方式、状态、环境分)	68
2-42 亿元以上商品交易市场成交额(按摊位类别和经营方式、状态、环境分)	69
2-43 亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别和经营方式、状态、环境分)	70
地区篇	
(一)省、自治区、直辖市	
2-44 亿元以上商品交易市场基本情况(按地区分)	71
2-45 亿元以上商品交易市场分季度成交情况(按地区分)	72
2-46 历年亿元以上商品交易市场数量(按地区分)	73
2-47 历年亿元以上商品交易市场数量构成(按地区分)	74
2-48 历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按地区分)	75
2-49 亿元以上商品交易市场数量(按地区和市场类别分)	76
2-50 亿元以上商品交易市场数量构成(按地区和市场类别分)	79
2-51 亿元以上商品交易市场数量(按地区和经营方式、状态、环境分)	82
2-52 亿元以上商品交易市场数量构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	83
2-53 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按地区分)	84
2-54 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区分)	85
2-55 历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按地区分)	86
2-56 亿元以上商品交易市场摊位数(按地区和摊位类别分)	87
2-57 亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区和摊位类别分)	90
2-58 亿元以上商品交易市场摊位数(按地区和经营方式、状态、环境分)	93
2-59 亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	94
2-60 亿元以上商品交易市场摊位出租率(按地区和市场类别分)	95
2-61 亿元以上商品交易市场摊位出租率(按地区和经营方式、状态、环境分)	98
2-62 历年亿元以上商品交易市场营业面积(按地区分)	99
2-63 历年亿元以上商品交易市场营业面积构成(按地区分)	100
2-64 历年亿元以上商品交易市场营业面积变动情况(按地区分)	101
2-65 亿元以上商品交易市场营业面积(按地区和市场类别分)	102
2-66 亿元以上商品交易市场营业面积构成(按地区和市场类别分)	105
2-67 亿元以上商品交易市场营业面积(按地区和经营方式、状态、环境分)	108
2-68 亿元以上商品交易市场营业面积构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	109
2-69 历年亿元以上商品交易市场成交额(按地区分)	110
2-70 历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按地区分)	111
2-71 历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按地区分)	112

目录 CONTENTS

2-72 亿元以上商品交易市场成交额(按地区和市场类别分)	113
2-73 亿元以上商品交易市场成交额构成(按地区和市场类别分)	116
2-74 亿元以上商品交易市场成交额(按地区和摊位类别分)	119
2-75 亿元以上商品交易市场成交额构成(按地区和摊位类别分)	122
2-76 亿元以上商品交易市场成交额(按地区和经营方式、状态、环境分)	125
2-77 亿元以上商品交易市场成交额构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	126
(二) 东中西部	
2-78 东中西部亿元以上商品交易市场数量(按市场类别分)	127
2-79 东中西部亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别分)	128
2-80 东中西部亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	129
2-81 东中西部亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	129
2-82 东中西部亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别分)	130
2-83 东中西部亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别分)	131
2-84 东中西部亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位类别分)	132
2-85 东中西部亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别分)	133
2-86 东中西部亿元以上商品交易市场摊位数(按经营方式、状态、环境分)	134
2-87 东中西部亿元以上商品交易市场摊位构成(按经营方式、状态、环境分)	134
2-88 东中西部亿元以上商品交易市场摊位出租率(按经营方式、状态、环境分)	134
2-89 东中西部亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场类别分)	135
2-90 东中西部亿元以上商品交易市场营业面积(按市场类别分)	136
2-91 东中西部亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场类别分)	137
2-92 东中西部亿元以上商品交易市场营业面积(按经营方式、状态、环境分)	138
2-93 东中西部亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	138
2-94 东中西部亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别分)	139
2-95 东中西部亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别分)	140
2-96 东中西部亿元以上商品交易市场成交额(按摊位类别分)	141
2-97 东中西部亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别分)	142
2-98 东中西部亿元以上商品交易市场成交额(按经营方式、状态、环境分)	143
2-99 东中西部亿元以上商品交易市场成交额构成(按经营方式、状态、环境分)	143
(三) 六经济区	
2-100 六经济区亿元以上商品交易市场数量(按市场类别分)	144
2-101 六经济区亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别分)	145
2-102 六经济区亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	146
2-103 六经济区亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	146
2-104 六经济区亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别分)	147
2-105 六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别分)	148
2-106 六经济区亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位类别分)	149
2-107 六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别分)	150
2-108 六经济区亿元以上商品交易市场摊位数(按经营方式、状态、环境分)	151
2-109 六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成(按经营方式、状态、环境分)	151
2-110 六经济区亿元以上商品交易市场摊位出租率(按经营方式、状态、环境分)	151

目录 CONTENTS

2-111 六经济区亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场类别分)	152
2-112 六经济区亿元以上商品交易市场营业面积(按市场类别分)	153
2-113 六经济区亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场类别分)	154
2-114 六经济区亿元以上商品交易市场营业面积(按经营方式、状态、环境分)	155
2-115 六经济区亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	155
2-116 六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别分)	156
2-117 六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别分)	157
2-118 六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按摊位类别分)	158
2-119 六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别分)	159
2-120 六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按经营方式、状态、环境分)	160
2-121 六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按经营方式、状态、环境分)	160
(四) 大中小城市	
2-122 大中小城市亿元以上商品交易市场数量(按市场类别分)	161
2-123 大中小城市亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别分)	162
2-124 大中小城市亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	163
2-125 大中小城市亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	163
2-126 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别分)	164
2-127 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场类别分)	165
2-128 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位类别分)	166
2-129 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位类别分)	167
2-130 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按经营方式、状态、环境分)	168
2-131 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按经营方式、状态、环境分)	168
2-132 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按经营方式、状态、环境分)	168
2-133 大中小城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场类别分)	169
2-134 大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积(按市场类别分)	170
2-135 大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场类别分)	171
2-136 大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积(按经营方式、状态、环境分)	172
2-137 大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	172
2-138 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按市场类别分)	173
2-139 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场类别分)	174
2-140 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按摊位类别分)	175
2-141 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位类别分)	176
2-142 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按经营方式、状态、环境分)	177
2-143 大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按经营方式、状态、环境分)	177
(五) 35 个重点城市	
2-144 35 个城市亿元以上商品交易市场数量及比重	178
2-145 35 个城市亿元以上商品交易市场数量(按市场类别分)	179
2-146 35 个城市亿元以上商品交易市场数量构成(按市场类别分)	182
2-147 35 个城市亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	185
2-148 35 个城市亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	186
2-149 35 个城市亿元以上商品交易市场摊位数(按市场类别分)	187

目录 CONTENTS

2-150	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按市场类别分)	190
2-151	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按摊位类别分)	193
2-152	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按摊位类别分)	196
2-153	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按经营方式、状态、环境分)	199
2-154	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按经营方式、状态、环境分)	200
2-155	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按市场类别分)	201
2-156	35 个城市亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按经营方式、状态、环境分)	204
2-157	35 个城市亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场类别分)	205
2-158	35 个城市亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场类别分)	208
2-159	35 个城市亿元以上商品交易市场营业面积 (按经营方式、状态、环境分)	211
2-160	35 个城市亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按经营方式、状态、环境分)	212
2-161	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额 (按市场类别分)	213
2-162	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额构成 (按市场类别分)	216
2-163	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额 (按摊位类别分)	219
2-164	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额构成 (按摊位类别分)	222
2-165	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额 (按经营方式、状态、环境分)	225
2-166	35 个城市亿元以上商品交易市场成交额构成 (按经营方式、状态、环境分)	226
三、各类商品交易市场成交情况		
3-1	前 100 家商品交易市场	229
3-2	前 100 家工业品综合市场	230
3-3	前 100 家农产品综合市场	231
3-4	前 20 家纺织品服装鞋帽市场	232
3-5	前 20 家食品饮料烟酒市场	232
3-6	前 20 家家具市场	232
3-7	前 20 家小商品市场	232
3-8	前 20 家文化音像书报杂志市场	233
3-9	前 20 家机动车市场	233
3-10	前 20 家金属材料市场	233
3-11	前 20 家木材市场	233
3-12	前 20 家建材装饰材料市场	234
3-13	前 20 家粮油市场	234
3-14	前 20 家干鲜果品市场	234
3-15	前 20 家水产品市场	234
3-16	前 20 家蔬菜市场	235
3-17	前 20 家肉食禽蛋市场	235
3-18	前 20 家土畜产品市场	235
3-19	前 20 家农业生产资料市场	235
主要统计指标解释		239

1

STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA COMMODITY EXCHANGE MARKET

专 文



我国亿元商品交易市场的建设与发展

商品交易市场作为流通体系的一部分,不仅需要充满生机和活力的零售市场,还需要一个沟通内外、连接东西、四通八达的现代批发体系和分销通路。自加入世界贸易组织以来,我国将允许在直辖市成立试点合资批发企业,并承诺在3年内取消对外资存在方式的限制,即不再限制外资进入的地域、数量、股权比例等。加之,连锁超市、专卖店、购物广场等新型商业销售模式迅速发展,先进的经营方式和经营理念,已得到普遍认可,这些都给发展相对落后的商品交易市场带来了强劲的冲击,因此,必须加快现有商品交易市场经营方式和物流管理水平的改革、创新和发展,以提高市场竞争力。

一、市场建设的回顾

(一) 市场总量基本稳定,专业化发展趋势明显,单个规模扩大

2003年末,全国年成交额亿元及以上的市场有3265个,比2002年增加了7个,比2001年减少了8个。其中综合市场有1591个,比2002年减少58个,比2001年减少135个,比重由2001年的52.7%、2002年的50.6%降至2003年的48.7%。而专业市场有1664个,比2002年增加68个,比2001年增加130个,比重由2001年的46.9%、2002年的49%增至2003年的51%。家具市场、小商品市场、机动车市场、建材市场和农产品专业市场等市场数量逐年增加,且增幅明显。

2003年以批发经营为主的交易市场有1759个,比上年增加了25个,零售经营为主的交易市场有1506个,比上年减少了18个。其中农产品专业市场、纺织服装鞋帽市场和机动车市场更趋向于以批发经营为主,其批发市场数分别为340个、192个和54个,比上年增加了26个、10个和8个。家具市场、小商品市场更趋向于以零售经营为主,其零售市场数分别为43个、22个,比上年增加了13个和8个。而建材装饰材料市场、其他专业市场(包括通讯器材类、花卉类、集邮类等)则是批发与零售市场都占有较大的份额,2003年建材装饰材料批发市场有136个,比上年增加15个,零售市场77个,比上年增加7个;其他专业批发市场有177个,比上年增加13个,零售市场54个,比上年增加8个。一些生产资料市场渐趋萎缩,如金属材料市场、煤炭市场、木材市场、农业生产资料市场等市场数量分别减少了1个、2个、4个和5个。

2003年10亿元以上超大型市场数量达436个,比2002年增加了21个;比2001年增加了92个。10亿元以上市场的成交额达14024.5亿元,占亿元市场的65.2%,比2002年增长了10.9%;比2001年增长了34%。

从单个亿元市场的规模看,排在第一位的市场成交额由2001年的207亿元,2002年的250亿元,

到 2003 年 363.5 亿元, 2003 年排在第一位的比 2002 年多 113.5 亿元, 比 2001 年多 156.5 亿元。排在第 100 位的由 2001 年的 29.2 亿元, 2002 年的 31 亿元, 到 2003 年 33.8 亿元。2003 年排在第 100 位的比 2002 年多 2.8 亿元, 比 2001 年多 4.6 亿元。

(二) 摊位密集度减少, 摊位规模扩大

亿元市场摊位数由 2001 年的 220 万个、2002 年的 219 万个, 降至 2003 年的 214.9 万个。2003 年亿元市场中的摊位数比 2002 年减少了 4 万多个, 是近年来减幅最大的。但是亿元市场的整体环境进一步得到改善, 市场平均营业面积达 3 万多平方米, 比上年增长了 6.3%, 市场中摊位密集度减少, 摊位平均规模扩大, 摊位平均营业面积达 51.1 平方米, 比上年增长了 8.6%, 摊位年平均成交额达 100.1 万元, 也比上年增长了 10.6%。另一方面, 2003 年亿元市场中摊位构成也发生了一些变化, 经营食品和服装类商品的传统摊位比重由 2001 年的 69.5%、2002 年的 68.7%, 下降的 2003 年 67.6%; 而五金电料类、家具类、金属材料类、建筑及装饰材料类的摊位却在逐年上升。

(三) 专业市场成交额比重上升, 综合市场成交额比重下降

亿元市场成交额由 2001 年的 17719.1 亿元, 2002 年的 19840 亿元, 到 2003 年的 21514.5 亿元, 以年平均 10.2% 的速度递增。其中综合市场成交额由 2001 年 7852.3 亿元、2002 年的 7909.7 亿元至 2003 年的 8069.4 亿元, 虽然逐年递增, 但比重却由 2001 年的 44.3%、2002 年的 39.9% 降至 2003 年的 37.5%; 而专业市场成交额由 2001 年的 9818.5 亿元、2002 年的 11877.5 亿元至 2003 年的 13399.4 亿元, 比重由 2001 年的 55.4%、2002 年的 59.9% 增至 2003 年的 62.3%。

2003 年综合市场中除农产品综合市场成交额比上年增长了 9.7% 外, 工业品综合市场和其他综合市场成交额分别比上年下降了 2.3% 和 1.4%; 专业市场中机动车市场、金属材料市场、建材装饰材料市场、干鲜果品市场、肉食禽蛋市场、土畜产品市场等成交额分别增长了 17.5%、33.2%、14.4%、26.2%、28.5% 和 24.2%。

2003 年亿元市场批发成交额达 16832.6 亿元, 占亿元市场成交额的 78.2%, 比上年增长 8.9%; 亿元市场零售成交额 4681.9 亿元, 占 21.8%, 比上年增长 6.7%。其中综合市场批发成交额仅占亿元市场批发成交额的 31%, 专业市场占 68.9%。农产品市场 (包括综合市场和专业市场)、纺织服装鞋帽市场、建材装饰材料市场批发交易额增幅明显, 家具市场、小商品市场零售交易额增幅明显。

(四) 亿元市场地区分布平稳中略有变化

2003 年全国拥有亿元市场超过百家的地区依次是浙江、江苏、山东、广东、河北、辽宁、湖北、湖南、河南、安徽和福建。浙江亿元市场数超过了江苏,成为拥有亿元市场最多的地区,福建的亿元市场数首次达到百家。浙江、江苏、山东、广东、河北和辽宁六地区的亿元市场数已占全国亿元市场数的近 60%,比 2001 年增加了 1.4 个百分点,比 2002 年增加了 0.2 个百分点;这六地区亿元市场成交额占全国亿元市场成交额的比重由 2001 年 63.9%,2002 年的 64.6%增至 2003 年 65.2%,特别是浙江的亿元市场发展迅速,成交额增幅较大,2003 年的成交额已占到全国的 20.7%。

2003 年东部地区的亿元市场基本呈波动上升态势,如北京、江苏、浙江、广东等,而中部和西部的一些亿元市场呈下降态势,如河南、湖北、安徽、四川、贵州等地区的亿元市场逐年下降。

2003 年 24 个百亿元以上的市场中,浙江有 8 个,江苏有 4 个,上海、辽宁各有 3 个,广东、河北各有 2 个,山东、江西各有 1 个。华东地区的百亿元以上的市场占全国的 66.7%,特别是长三角地区更为集中。

二、市场发展的主要特点

(一) 主体壮大,规范管理

市场中越来越多的商户在完成了原始积累后,加大了生产经营的投入,推进投资主体多元化,由个体户经营发展成公司经营,逐步建立现代企业制度,改变过去落后的体制和粗放的管理,实力和规模增大,一批流通中介组织如经纪人、协会等发展起来,市场主体组织化程度逐渐提高,计算机网络化手段也开始进入交易市场。

(二) 改进交易方式,完善市场功能

代理制、拍卖、网上交易等新的交易方式已在部分市场试行,一些市场还开始了“农改超”的试点,向生产、加工、配送、连锁超市、进出口贸易等多元化经营以及横向兼并扩张联合,同时市场内水电、道路、仓储、运输、加工、包装、治安、消防、卫生、检测、结算、信息和生活服务等设施不断完善,商品集散、价格形成、信息发布、资金结算和综合服务等功能日益增强。

(三) 退路进厅, 整顿秩序

2003年3265个亿元市场中,有封闭市场2298个,占亿元市场的70%以上,半封闭市场有451个,占13.8%,露天市场仅有516个,占15.8%,露天市场中有一半是农产品市场。近年来在城市中对市场的整顿进一步加强,普遍消除了马路市场,在农村也逐步实行固定交易场所,增修厅棚设施,市场逐步规范化。

(四) 提高商品质量, 加强监督检查

市场管理部门十分重视商品的质量,市场内普遍设有检测设备,并加强了检查措施,有些市场还承诺如果商品出现问题,予以先行赔付,使交易市场中商品的质量有了很大提高,经营环境得到改善。

市场的这些变化,虽然仅仅是初步的,但它昭示着传统的交易市场正在与时俱进,向着现代化的潮流迈进,仍然存在着强大的生命力。

三、几点建议

(一) 为做强做大寻找更多的支撑点

采取与外商强强联合,走中外联合开发市场之路或通过资本运营、收购、兼并、重组国内交易市场,扩大企业规模,理顺产权关系,构建大型交易集团,体现交易市场资源的优化组合和重新分配,从而增强市场竞争能力,为进一步做强做大寻找更多的支撑点。

(二) 交易市场采取“集群化”发展的对策

由于商品交易市场起步低,采取摊位式的组织形式,管理缺乏规范化,难以适应现代流通与规范市场秩序的要求,因此,引导交易市场采取“集群化”的发展,向周边地区辐射、渗透,针对不同区域环境、文化、历史背景等不同,因地制宜,使之相互连接,连锁化经营,把众多产权分散的同类经营的商户通过网络纽带连接起来,采用物流技术及网络信息,统一采购、配送,集中管理等服务举措,通过降低物流成本,减少中间环节费用来提高产品竞争力。

（三）加强农产品产地市场与销地市场建设， 是解决“三农”难题的有效途径

由于农产品生产和流通的特殊性，主要表现为农产品供求弹性小、价格调节生产的滞后性，导致农产品的产量与价格的波动，既损害了农民的利益，又损害了消费者的利益。农产品流通的障碍是造成我国“三农问题”的原因之一，也进一步拉大了城乡居民收入的差距。因此，以农产品交易市场为中心，通过各种经营主体的培育，形成市场竞争机制来实现农产品流通，增加农民收入，一方面采取以交易市场为龙头，向生产领域延伸，推行订单农业制度，将生产基地、加工企业及储存、保鲜、运输等环节连成为一体，同时与家庭经营的农户及运输商通过合同关系形成协约一体化；另一方面向批发、零售和消费领域延伸，将批发、拍卖、零售、直销、运送等环节连为一体，实现流通的一体化，走“产销一体”、“以销促产”的经营之路。

（四）加强市场服务，提高市场的物业管理水平

市场的物业管理只有在不断创新的前提下，才会给入驻商户带来方便和利益，而这样的交易市场才有好的口碑，才会赢得客户。以交易市场建设为依托的房地产业也需要良好的物业管理来打造市场的品牌，树立市场形象，以赢得更多的消费者。因此，物业公司应加大打假防假力度，理顺内部管理机制，培养有影响力的大商户等，实行总代理、总经销，建立工商企业之间长期稳定的合作关系，搞好名牌商品的经营和挖掘具有市场潜力的商品，避免短期行为。

（李敏/文）

