

中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行司 编
中国商业联合会信息部

Compiled by
Department of Trade and External Economic Relations Statistics,
National Bureau of Statistics of China
Department of Market Operation Regulation, Ministry of Commerce of China
China General Chamber of Commerce Information Department

2006 中国商品 交易市场 统计年鉴

STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA COMMODITY
EXCHANGE MARKET

中国统计出版社
China Statistics Press



STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA
COMMODITY EXCHANGE MARKET

中国商品交易市场 统计年鉴 2006

中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行调节司 编
中 国 商 业 联 合 会 信 息 部

Compiled by
Department of Trade and External Economic Relations Statistics,
National Bureau of Statistics of China
Department of Market Operation Regulation, Ministry
of Commerce of China
China General Chamber of Commerce Information Department

 中国统计出版社
China Statistics Press

(京)新登字 041 号

图书在版编目(CIP)数据

中国商品交易市场统计年鉴—2006/中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行调节司,中国商业联合会信息部编.
—北京:中国统计出版社,2006.5
ISBN7—5037—5020—0

- I. 中…
II. ①中… ②中… ③中…
III. 交易市场—统计资料—中国—2006—年鉴
IV. F723—66
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 048004 号

中国商品交易市场统计年鉴—2006

作 者/中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行调节司
中国商业联合会信息部
责任编辑/马平 王贵鑫 李敏
装帧设计/艺编广告
出版发行/中国统计出版社
通信地址/北京市西城区月坛南街 75 号 邮政编码/100826
办公地址/北京市丰台区西三环南路甲 6 号
电 话/邮购(010)63376907 书店(010)68783172
印 刷/河北天普润印刷厂
开 本/880×1230mm 1/16
字 数/600 千字
印 张/21.75
版 别/2006 年 6 月第 1 版
版 次/2006 年 6 月第 1 次印刷
书 号/ISBN7—5037—5020—0/F·2343
定 价/180.00 元

版权所有。未经许可,本书的任何部分不准以任何方式在世界任何地区
以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载。
中国统计版图书,如有印装错误,本社发行部负责调换。

《中国商品交易市场统计年鉴—2006》

编辑委员会

主 编：翟志宏 房爱卿 王 耀

副 主 编：王克臣 王北鹰 秦仲云

编 委：王贵璠 李 敏 王 智 罗卫华

 龙 玲 赵则勇 崔晓红 李习臻

 修春野 杨 旻 王晓飞 曹立生

 蔡 雯 晏国英 江 懿

编辑人员：王贵璠 李 敏 王 智

编者说明

一、《2006 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。至今已连续出版了七年,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:第一部分专文;第二部分亿元商品交易市场情况;第三部分,大型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资料的对比,以及环渤海、长三角、珠三角的统计数据资料,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 2005 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。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。

四、年鉴中的时期数据为 2005 年年度或季度数据,时点数据为 2005 年年末或季末数据。

序

为了反映我国商品交易市场的全貌,早在 1999 年国家统计局就会同原国家经济贸易委员会联合开展了首次全国商品交易市场快速调查,调查结果得到有关部门和研究机构的极大关注。为了从宏观和微观两个方面系统反映我国商品交易市场发展的规模、结构和经营情况,准确判断商品交易市场发展现状、存在问题,分析其在商品流通中的地位、作用,为合理规划和建设市场,提供可靠的数据依据,进而促进国民经济良性循环,国家统计局从 2000 年起将年成交额亿元以上的商品交易市场列入《批发和零售业、餐饮业统计报表制度》,并按年度出版《中国商品交易市场统计年鉴》。这部反映我国年成交额在亿元以上商品交易市场全貌的资料性工具书,迄今已连续出版了七年。

为了更好地发挥流通统计信息的作用,增强政府宏观调控能力,引导企业投资经营,服务民众,指导消费,经国家统计局、商务部和中国商业联合会协商,决定由三个部门联合编印《中国商品交易市场统计年鉴—2006》,由中国统计出版社出版。

《中国商品交易市场统计年鉴—2006》,在 2004 年第一次全国经济普查的基础上,进一步细化了统计指标和分类。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资料的对比,以及亿元以上商品交易市场综合情况和分地区的统计数据资料。使统计数据更加丰富、详实和具有权威性,也便于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、科学决策、理论研究和教学、生产经营单位获取商业信息。

七年来,这本年鉴还运用统计数据资料对亿元以上商品交易市场进

行分析研究,撰写专题文章,一方面将分析研究的成果提供给各方参考,另一方面也起到为读者导读的作用。

随着商品交易市场统计制度的进一步完善,我国的商品流通统计工作将为我国社会主义市场经济的发展,发挥更大的作用。

徐一凡

目 录

第一部分 专文	
2005年我国亿元商品交易市场的回顾与展望	3
第二部分 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	9
2-2 历年亿元以上商品交易市场变动情况	9
2-3 亿元以上商品交易市场情况(按市场分)	10
2-4 亿元以上商品交易市场情况(按摊位分)	11
2-5 亿元以上商品交易市场分季度成交额情况(按市场分)	12
2-6 亿元以上商品交易市场分季度成交额情况(按摊位分)	13
(二) 市场数	
2-7 历年亿元以上商品交易市场数量(按市场分)	14
2-8 历年亿元以上商品交易市场数量构成(按市场分)	15
2-9 历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按市场分)	16
2-10 亿元以上商品交易市场数量(按市场和经营方式、状态、环境分)	17
2-11 亿元以上商品交易市场数量构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	18
(三) 摊位数	
2-12 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按市场分)	19
2-13 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分)	20
2-14 历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按市场分)	21

2-15	历年亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位分)	22
2-16	历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分)	23
2-17	历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按摊位分)	24
2-18	亿元以上商品交易市场摊位数(按市场和摊位分)	25
2-19	亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分)	31
2-20	亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分)	37
2-21	亿元以上商品交易市场摊位数(按市场和经营方式、状态、环境分)	43
2-22	亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	44
2-23	亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位和经营方式、状态、环境分)	45
2-24	亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位和经营方式、状态、环境分)	46
2-25	亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场和经营方式、状态、环境分)	47

(四) 营业面积

2-26	历年亿元以上商品交易市场营业面积(按市场分)	48
2-27	历年亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场分)	49
2-28	历年亿元以上商品交易市场营业面积变动情况(按市场分)	50
2-29	亿元以上商品交易市场营业面积(按市场和经营方式、状态、环境分)	51
2-30	亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	52

(五) 成交额

2-31	历年亿元以上商品交易市场成交额(按市场分)	53
2-32	历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	54
2-33	历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按市场分)	55
2-34	历年亿元以上商品交易市场成交额(按摊位分)	56
2-35	历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	57
2-36	历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按摊位分)	58
2-37	亿元以上商品交易市场成交额(按市场和摊位分)	59
2-38	亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	65
2-39	亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	71
2-40	亿元以上商品交易市场成交额(按市场和经营方式、状态、环境分)	77
2-41	亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	78
2-42	亿元以上商品交易市场成交额(按摊位和经营方式、状态、环境分)	79
2-43	亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位和经营方式、状态、环境分)	80

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)	81
2-45	亿元以上商品交易市场分季度成交额情况(按地区分)	82
2-46	历年亿元以上商品交易市场数量(按地区分)	83
2-47	历年亿元以上商品交易市场数量构成(按地区分)	84
2-48	历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按地区分)	85
2-49	亿元以上商品交易市场数量(按地区和市场分)	86
2-50	亿元以上商品交易市场数量构成(按地区和市场分)	89
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)	92
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)	93
2-53	历年亿元以上商品交易市场摊位数(按地区分)	94
2-54	历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区分)	95
2-55	历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按地区分)	96
2-56	亿元以上商品交易市场摊位数(按地区和摊位分)	97
2-57	亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区和摊位分)	102
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)	107
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)	108
2-60	亿元以上商品交易市场摊位出租率(按地区和市场分)	109
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)	112

2-62	历年亿元以上商品交易市场营业面积（按地区分）	113
2-63	历年亿元以上商品交易市场营业面积构成（按地区分）	114
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）	115
2-65	亿元以上商品交易市场营业面积（按地区和市场分）	116
2-66	亿元以上商品交易市场营业面积构成（按地区和市场分）	119
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）	122
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）	123
2-69	历年亿元以上商品交易市场成交额（按地区分）	124
2-70	历年亿元以上商品交易市场成交额构成（按地区分）	125
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）	126
2-72	亿元以上商品交易市场成交额（按地区和市场分）	127
2-73	亿元以上商品交易市场成交额构成（按地区和市场分）	130
2-74	亿元以上商品交易市场成交额（按地区和摊位分）	133
2-75	亿元以上商品交易市场成交额构成（按地区和摊位分）	138
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）	143
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）	144
（二）东中西部		
2-78	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量（按市场分）	145
2-79	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量构成（按市场分）	146
2-80	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量（按经营方式、状态、环境分）	147
2-81	东中西部地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）	147
2-82	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数（按市场分）	148
2-83	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位构成（按市场分）	149
2-84	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数（按摊位分）	150
2-85	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位构成（按摊位分）	151
2-86	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数（按经营方式、状态、环境分）	152
2-87	东中西部地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）	152
2-88	东中西部地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）	152
2-89	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位出租率（按市场分）	153
2-90	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积（按市场分）	154
2-91	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积构成（按市场分）	155
2-92	东中西部地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）	156
2-93	东中西部地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）	156
2-94	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额（按市场分）	157
2-95	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额构成（按市场分）	158
2-96	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额（按摊位分）	159
2-97	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额构成（按摊位分）	160
2-98	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额（按经营方式、状态、环境分）	161
2-99	东中西部地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）	161
（三）六经济区		
2-100	六经济区亿元以上商品交易市场数量（按市场分）	162
2-101	六经济区亿元以上商品交易市场数量构成（按市场分）	163
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）	164
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）	164
2-104	六经济区亿元以上商品交易市场摊位数（按市场分）	165
2-105	六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成（按市场分）	166
2-106	六经济区亿元以上商品交易市场摊位数（按摊位分）	167
2-107	六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成（按摊位分）	168
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）	169
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）	169
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）	169

2-111	六经济区亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按市场分)	170
2-112	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场分)	171
2-113	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场分)	172
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)	173
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)	173
2-116	六经济区亿元以上商品交易市场成交额 (按市场分)	174
2-117	六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成 (按市场分)	175
2-118	六经济区亿元以上商品交易市场成交额 (按摊位分)	176
2-119	六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成 (按摊位分)	177
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)	178
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)	178
(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 (按市场分)	179
2-123	大中小城市亿元以上商品交易市场数量构成 (按市场分)	180
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)	181
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)	181
2-126	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按市场分)	182
2-127	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按市场分)	183
2-128	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按摊位分)	184
2-129	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按摊位分)	185
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)	186
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)	186
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)	186
2-133	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按市场分)	187
2-134	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场分)	188
2-135	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场分)	189
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)	190
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)	190
2-138	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额 (按市场分)	191
2-139	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成 (按市场分)	192
2-140	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额 (按摊位分)	193
2-141	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成 (按摊位分)	194
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)	195
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)	195
(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 (按市场分)	196
2-145	35个城市亿元以上商品交易市场数量构成 (按市场分)	199
2-146	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)	202
2-147	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)	203
2-148	35个城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按地区和市场分)	204
2-149	35个城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按地区和市场分)	207
2-150	35个城市亿元以上商品交易市场摊位数 (按摊位分)	210
2-151	35个城市亿元以上商品交易市场摊位构成 (按摊位分)	215
2-152	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)	220
2-153	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)	221
2-154	35个城市亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按地区和市场分)	222
2-155	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)	225
2-156	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场分)	226
2-157	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场分)	229
2-158	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)	232

2-159	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）	233
2-160	35个城市亿元以上商品交易市场成交额（按市场分）	234
2-161	35个城市亿元以上商品交易市场成交额构成（按市场分）	237
2-162	35个城市亿元以上商品交易市场成交额（按摊位分）	240
2-163	35个城市亿元以上商品交易市场成交额构成（按摊位分）	245
2-164	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）	250
2-165	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）	251
（六）三大地带		
2-166	三大地带亿元以上商品交易市场数量（按市场分）	252
2-167	三大地带亿元以上商品交易市场数量构成（按市场分）	255
2-168	三大地带亿元以上商品交易市场数量（按经营方式、状态、环境分）	258
2-169	三大地带亿元以上商品交易市场数量构成（按经营方式、状态、环境分）	259
2-170	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按市场分）	260
2-171	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按市场分）	263
2-172	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按摊位分）	266
2-173	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按摊位分）	271
2-174	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按经营方式、状态、环境分）	276
2-175	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按经营方式、状态、环境分）	277
2-176	三大地带亿元以上商品交易市场摊位出租率（按市场分）	278
2-177	三大地带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）	281
2-178	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积（按市场分）	282
2-179	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积构成（按市场分）	285
2-180	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积（按经营方式、状态、环境分）	288
2-181	三大地带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）	289
2-182	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按市场分）	290
2-183	三大地带亿元以上商品交易市场成交额构成（按市场分）	293
2-184	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按摊位分）	296
2-185	三大地带亿元以上商品交易市场成交额构成（按摊位分）	301
2-186	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按经营方式、状态、环境分）	306
2-187	三大地带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）	307

第三部分 大型商品交易市场成交情况

3-1	前100家商品交易市场	311
3-2	前100家工业品综合市场	312
3-3	前100家农产品综合市场	313
3-4	前20家纺织品服装鞋帽市场	314
3-5	前20家食品饮料烟酒市场	314
3-6	前20家家具市场	314
3-7	前20家小商品市场	314
3-8	前20家文化音像书报杂志市场	315
3-9	前20家机动车市场	315
3-10	前20家金属材料市场	315
3-11	前20家木材市场	315
3-12	前20家建材装饰材料市场	316
3-13	前20家粮油市场	316
3-14	前20家干鲜果品市场	316
3-15	前20家水产品市场	316
3-16	前20家蔬菜市场	317
3-17	前20家肉食禽蛋市场	317
3-18	前20家农业生产资料市场	317

3-19	前20家计算机市场	317
3-20	19家土畜产品市场	318
3-21	19家药材市场	318
3-22	13家通讯器材市场	318
3-23	12家花卉市场	318
3-24	9家煤炭市场	318
3-25	前100家其他市场	319
3-26	华北地区前100家市场	320
3-27	东北地区前100家市场	321
3-28	华东地区前100家市场	322
3-29	中南地区前100家市场	323
3-30	西南地区前100家市场	324
3-31	西北地区前100家市场	325
附录 主要统计指标解释		329

第一部分 专 文

2005 年我国亿元商品交易市场的回顾与展

一、总体发展态势和特点

2005 年,我国亿元商品交易市场,追随国民经济发展高位平稳增长的态势,继续保持快速增长。其发展具有以下特点:

(一)虽然处于盘整期,增长速度依然惊人

从近几年亿元市场的发展规律看,快速增长之后,往往会出现较长一段时间的调整。例如,2001 年,我国亿元市场的数量和成交额分别比上年增长 6.0% 和 13.1%,在随后两年,其数量和成交额的增幅均出现了较为明显的下滑。其中,2002 和 2003 年亿元市场数量的增幅分别为 -0.5% 和 0.2%,成交额分别为 12.0% 和 8.4%,下滑趋势十分明显。

2004 年,我国亿元市场数量和成交额分别比上年增长 3.1% 和 21.3%,按照规律随后年度应处于调整时期。但即使处在盘整阶段,2005 年亿元市场的增长仍然令人注目,其数量虽然略有减少(比上年减少了 42 家),但市场的总体规模和平均规模却继续扩大。其中,成交额的增长更是达到了 15.0% 的增幅。而且,市场平均摊位数增加 14 个,平均摊位营业面积增加了 2.4 平方米,单位营业面积创造的年成交额增长了 9.2%。

(二)市场向专业化、大型化和批发型转变的趋势进一步明朗化

自 2001 年以来,我国亿元市场中综合市场和其他市场所占的比重,无论是市场数量,还是成交额、摊位数、营业面积,均逐年下降,而专业市场则逐年上升。2005 年,亿元市场继续延续这一趋势,并且表现更加明显。首先,市场数量:2005 年专业市场所占比重比上年提升了 11 个百分点,达到 66.6%,而综合市场和其他市场则分别下降了 13.4% 和 7.6%。成交额:专业市场的比重提升了 15.3 个百分点,达到 70.9%,而综合市场和其他市场分别下降了 8.1% 和 7.1%。摊位数:专业市场的比重提升了 22.2 个百分点,达到 57.9%,而综

合市场和其他市场分别下降了 12.6% 和 9.7%。营业面积:专业市场的比重提升了 12.7 个百分点,达到 66.6%,而综合市场和其他市场则分别下降了 5.1% 和 7.6%。

随着市场规模的不断扩大,成交额越来越向大而专的交易市场集中。2005 年成交额超过 10 亿元的市场有 613 家,比上年增长 90 家,成交额达 22025.5 亿元,占亿元市场成交额的 73.4%,比上年增长 3 个百分点。其中,成交额超过 100 亿元的市场有 46 家,比上年增长 9 家,成交额达 8024.8 亿元,占 26.7%,增长 28.2%。成交额超过 100 亿元的综合市场有 14 家,比上年减少 3 家,成交额下降 10%;超过 100 亿元的专业市场有 32 家,比上年增长 12 家,成交额增长 57.2%。

与此同时,亿元市场也日益转向批发型的市场。2005 年以批发经营为主的亿元市场有 1851 个,增加了 30 个;成交额达 24454.2 亿元,增长 16.2%,成交比重占 81.8%。而以零售经营为主的亿元市场 1544 个,减少了 72 个,成交额仅为 5476.7 亿元,增幅不足 10%,成交比重仅占 18.2%。

(三)亿元市场经营的商品类别结构,仍然保持相对稳定

2005 年,我国亿元市场经营的商品结构在快速发展中保持基本稳定。但其中书报杂志类、日用品类、通讯器材类、建筑及装潢材料类、家用电器和音像器材类和汽车类增长较快(分别增长 66.1%、45.5%、21.5%、19.7%、16.1% 和 14.9%),而机电产品及设备类、煤炭及制品类、中西药品类和电子出版物及音像制品类则出现较大或较为明显的下降(分别下降 53.9%、46.5%、11.4% 和 9.0%)

二、2005 年亿元市场增长变化的原因

(一)宏观层面

1. 工业生产、固定资产投资以及对外贸易的增

长对亿元市场发展带动作用十分明显。

2005 年全部工业增加值增长 16.4%，全社会固定资产投资增长 25.7%，在主要工业原料产品中，粗钢和钢材增长 20% 以上；水泥和十种有色金属增长 10% 以上。工业和固定资产投资的增长，有力地促进了生产资料的流通，并带动相应的亿元市场成长。2005 年，这一类的亿元市场达到 1680 个，比上年增加 161 个。成交额增长了 20% 以上。其中，建材装饰材料市场（274 个）、金属材料市场（172 个）、机动车市场（169 个）、家具市场（71 个）和木材市场（44 个）发展较快，市场数量均比上年增加，成交额的增速均在 19% 以上，其中木材市场增速达 1.2 倍。由于服装出口受限，许多外贸纺织服装开始转向内销，使亿元纺织服装市场由 252 个猛增到 409 个，增加了 157 个，成交额达 4731.7 亿元，增长 49.7%。

“十五”时期我国农业出口依存度由 2001 年的 8.6% 上升到 2005 年的 9.8%，提高 1.2 个百分点。2005 年具有比较优势的劳动密集型产品，如粮油、园艺产品（蔬菜、水果、花卉）、水产品等出口增长较快。再加上国内旺盛的需求，使得从事农产品流通的亿元市场达到 1287 个，比上年增加 57 个，成交额达 7344 亿元，增长 29.7%。其中蔬菜市场由上年的 157 个增加到 256 个；肉食禽蛋市场由 29 个增加到 116 个；粮油市场由 50 个增加到 146 个；干鲜果品市场由 66 个增加到 102 个，还新增了 12 个花卉市场。农产品专业市场数量的快速增长，其成交额的增速也十分惊人，均超过 1 倍以上，蔬菜市场高达 3 倍多。同时，为农业生产服务的农业生产资料市场数也由 16 个增加到 25 个，成交额 220 亿元，增长了 6.4 倍。

2. 城乡居民和社会集团消费强劲，促进了亿元市场中消费品或最终用于生活消费商品的销售。

2005 年，我国城镇居民人均消费性支出同比增长 10.59%，农村居民人均生活消费支出同比增长 16.97%，此外，社会集团（行政事业单位和企业）办公用品和设备支出，以及用于职工个人或与之密切相关的消费（如福利、餐饮、礼品类的券卡）也十分强劲，从而促使我国消费品市场稳定高速增长，实现社会消费品零售总额同比增长 12.9%，其中，限额以下企业和个体户零售总额增长 11.2%。

这一趋势从整体上带动了亿元市场中相应商品类别的销售增长。其中，食品饮料烟酒类和纺织服装鞋帽类成交额分别增长了 11.5% 和 12.9%。日用品类、建筑及装潢材料类、家用电器和音像器

材类、汽车类、五金电料类、家具类和体育娱乐用品类成交额的增速超过 10%，其中日用品类成交额增速高达 45.5%。

3. 经济发达程度和基础设施建设，强化和促进了亿元市场的成长。

东部沿海地区具有较好的经济基础，既是我国主要的工业生产基地和对外贸易口岸所在地，也是大宗商品的重要集散和消费地。从近几年的发展情况可以看出，经济发达程度和良好基础设施建设，为亿元市场的分布格局奠定了重要的基础。2005 年，仅浙江、江苏、山东、广东、河北、辽宁六个省和上海市就集中全国亿元市场个数的 62.4% 和成交额的 72.5%。而整个东部地区的亿元市场数和成交额占全部亿元市场的 69.6% 和 79.2%。事实上，这一分布格局在 2005 年比前几年又有所加强，如前述六省一市亿元市场数和成交额就分别高于 2000~2004 年平均值的 2.9% 和 0.9%。

值得注意的是，一些中西部地区由于经济发展和资源开发，商品交易市场发展出现加快的趋势。云南、广西、安徽、吉林、贵州、湖南、河南、福建、陕西、宁夏等省区，其亿元市场的成交额增幅都达到了两位数，个别的甚至在一倍以上。

（二）微观层面

1. 所在地党政领导和有关部门高度重视，是亿元市场快速发展的有力保证。

据 2004 年经济普查资料推算，亿元市场 3 万亿元的成交额，已占全部批发零售贸易业销售额的 17.8%。在某些区域经济，其比例还要高得多。因此，亿元市场不仅在整個流通领域中占有重要地位，而且对区域经济的发展作用更加突出和重要。许多地方领导和政府有关部门，在本区域的经济发 展实践中深切地体会到亿元市场对当地的推动和拉动作用，因此，无论外界对商品交易市场发生什么样的议论，他们都决不放松对市场建设和管理的高度重视。近些年来，不少地方政府更是从较长时期的管理中，进一步明确了自身的定位和责任。他们不介入市场内商家的经营和运作，而是加强与市场相关联的整体规划和基础设施建设，加强市场内外部环境的综合整治和保障，加强对市场内从业人员的合理组织及激励和鼓励机制的建立。在亿元市场达到一定规模以后，正是由于地方政府的高度重视，定位明确，管理到位，才为亿元市场进一步的成长和发展提供了最为可靠的保障。

2. 市场管理机构与时俱进，在古老传统的形式中，不断增添和充实现代化的内容，使亿元市场焕