

2004

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

国家统计局贸易外经统计司 编

Compiled by
the Department of Trade and External Economic Relations Statistics,
National Bureau of Statistics

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA



中国统计出版社
China Statistics Press

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

2004

国家统计局贸易外经统计司 编

Department of Trade and External Economic Relations Statistics

 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

中国市场统计年鉴. 2004/国家统计局贸易外经统计司编.

—北京:中国统计出版社,2004

ISBN 7-5037-4538-X

I. 中…

II. 国…

III. 国内市场—统计资料—中国—2004—年鉴

IV. F723—54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 097856 号

中国市场统计年鉴—2004

作 者/国家统计局贸易外经统计司

责任编辑/吕 军

装帧设计/艺编广告·张 冰

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/(010)63459084、63266600—22500(发行部)

印 刷/北京顺义振华印刷厂

经 销/新华书店

开 本/787×1092mm 1/16

字 数/600 千字

印 张/25

印 数/1—1300 册

版 别/2004 年 12 月第 1 版

版 次/2004 年 12 月北京第 1 次印刷

书 号/ISBN 7—5037—4538—X/F·1994

定 价/156.00 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。

《中国市场统计年鉴—2004》

编辑委员会

主 编 翟志宏

副 主 编 王克臣 丁延生

编 委 王贵奎 王 智 严先溥 龙 玲

编 辑 王贵奎 罗卫华 杜 燕 杨 壮

编辑说明

一、《中国市场统计年鉴》是一部信息密集的资料性年刊,已经连续出版了13年,旨在通过大量、丰富、翔实的统计数据,准确、系统、立体式、多视角地呈现中国市场的发育和发展全貌。本年鉴编排体系科学规范,信息容量广阔充实,是工农业生产者和商业经营者安排生产和经营、各级管理部门、大专院校、科研机构进行决策、教学和理论研究的必备参考书,也是关心中国市场的国内外各界人士深入系统地了解、分析市场、方便工作的挚朋益友。

二、本年鉴主要内容分为7部分:1. 专文;2. 中国市场的重要地位;3. 中国商品市场;4. 中国批发零售贸易、餐饮业;5. 中国大型批发零售企业;6. 中国要素市场;7. 中国市场物价及主要统计指标解释。

三、本年鉴中全国性统计数据均未包括台湾省、香港特别行政区及澳门特别行政区。

目 录

一、专文

1-1 2003 年国内消费品市场回顾	(3)
---------------------------	-----

二、中国市场的重要地位

2-1 中国市场的一天	(7)
2-2 国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重	(8)
2-3 各地区国内生产总值	(9)
2-4 各地区国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重	(10)
2-5 国家财政收支总额	(11)
2-6 金融机构现金收入与支出	(12)
2-7 金融机构信贷资金平衡表(年末余额)	(13)
2-8 货币流通量同相关指标的关系	(14)
2-9 国民经济主要比例关系	(15)
2-10 社会消费品零售总额和工农业总产值的比例	(16)
2-11 各地区商品进出口总额及限额以上批发零售贸易业所占比重	(17)

三、中国商品市场

3-1 社会消费品零售总额变动情况	(21)
3-2 社会消费品零售总额分月情况(2003 年,按销售单位所在地分) ..	(22)
3-3 社会消费品零售总额分月情况(2003 年,按行业分)	(23)
3-4 各地区社会消费品零售总额(2003 年,按销售单位所在地分)	(24)
3-5 各地区社会消费品零售总额(2003 年,按行业分)	(25)
3-6 历年社会消费品零售总额(按销售单位所在地分)	(26)
3-7 历年社会消费品零售总额变动情况(按销售单位所在地分)	(27)
3-8 历年社会消费品零售总额构成(按销售单位所在地分)	(28)
3-9 历年社会消费品零售总额(按行业分)	(29)
3-10 历年社会消费品零售总额变动情况(按行业分)	(30)
3-11 历年社会消费品零售总额构成(按行业分)	(31)
3-12 全国消费品市场交易情况	(32)
3-13 各地区城市居民平均每人全年家庭收入来源	(33)
3-14 各地区农村居民家庭平均每人纯收入	(34)
3-15 城市居民家庭平均每人全年购买的主要商品数量	(35)
3-16 城市居民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量	(35)

3-17	按收入等级分的城市居民家庭平均每人全年购买 主要商品数量.....	(36)
3-18	按收入等级分的城市居民家庭平均每百户 年底耐用消费品拥有量.....	(37)
3-19	各地区城市居民家庭平均每人全年消费性支出.....	(38)
3-20	各地区城市居民家庭平均每百户年底耐用 消费品拥有量.....	(44)
3-21	各地区农村居民家庭平均每人生活消费支出.....	(48)
3-22	各地区农村居民家庭平均每人生活消费现金支出.....	(49)
3-23	各地区农村居民家庭平均每人主要食品消费量.....	(50)
3-24	全国和西部 12 省(区、市)农村居民家庭平均 每人主要消费品消费量.....	(51)
3-25	全国和西部 12 省(区、市)农村居民家庭平均每百户 耐用消费品拥有量.....	(51)
3-26	各地区农村居民家庭平均每百户主要耐用消费品拥有量.....	(52)

四、中国批发零售贸易、餐饮业

(一)批发零售贸易、餐饮业基本情况

4-1	限额以上批发零售贸易、餐饮业基本情况(按登记注册类型分) ...	(57)
4-2	限额以上批发零售贸易、餐饮业基本情况 (按国民经济行业分)	(60)
4-3	各地区限额以上批发业基本情况	(62)
4-4	各地区限额以上批发业基本情况(按登记注册类型分)	(64)
4-5	各地区限额以上批发业基本情况(按国民经济行业分)	(75)
4-6	各地区限额以上零售业基本情况	(84)
4-7	各地区限额以上零售业基本情况(按登记注册类型分)	(86)
4-8	各地区限额以上零售业基本情况(按国民经济行业分)	(97)
4-9	各地区限额以上餐饮业基本情况.....	(106)
4-10	各地区限额以上餐饮业基本情况(按登记注册类型分)	(107)
4-11	各地区限额以上餐饮业基本情况(按国民经济行业分)	(118)

(二)批发零售贸易、餐饮业商品流转

4-12	各地区批发零售贸易业商品销售总额	(122)
4-13	限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)	(123)
4-14	限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)	(127)
4-15	各地区限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额	(129)
4-16	各地区限额以上批发业商品购、销、存总额	(130)
4-17	各地区限额以上批发业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)	(132)

4-18	各地区限额以上批发业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)	(143)
4-19	各地区限额以上零售业商品购、销、存总额	(152)
4-20	各地区限额以上零售业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)	(154)
4-21	各地区限额以上零售业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)	(165)
4-22	限额以上批发零售贸易业商品销售类值	(174)
4-23	各地区限额以上批发零售贸易业商品销售类值	(175)
4-24	限额以上批发零售贸易业商品销售数量	(213)
4-25	各地区限额以上批发零售贸易业商品销售数量	(214)
4-26	餐饮业销售情况	(246)
4-27	各地区餐饮业销售情况	(247)
4-28	各地区限额以上餐饮业销售情况	(248)
4-29	各地区限额以上餐饮业销售情况 (按登记注册类型分)	(249)
4-30	各地区限额以上餐饮业销售情况 (按国民经济行业分)	(260)
4-31	各地区限额以下餐饮业销售情况	(264)
	(三) 限额以上批发零售贸易、餐饮业财务状况	
4-32	限额以上批发零售贸易企业年末资产负债(一)	(265)
4-33	限额以上批发零售贸易企业年末资产负债(二)	(269)
4-34	限额以上批发零售贸易企业年末资产负债(三)	(273)
4-35	各地区限额以上批发零售贸易企业年末资产负债	(277)
4-36	各地区限额以上批发企业年末资产负债	(278)
4-37	各地区限额以上零售企业年末资产负债	(280)
4-38	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(一)	(282)
4-39	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(二)	(286)
4-40	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(三)	(290)
4-41	各地区限额以上批发零售贸易企业损益及分配	(294)
4-42	各地区限额以上批发企业损益及分配	(295)
4-43	各地区限额以上零售企业损益及分配	(297)
4-44	限额以上批发零售贸易企业工资福利及增值税	(299)
4-45	各地区限额以上批发零售贸易企业工资福利及增值税	(303)
4-46	各地区限额以上批发企业工资福利及增值税	(304)
4-47	各地区限额以上零售企业工资福利及增值税	(306)
4-48	限额以上餐饮企业年末资产负债	(308)
4-49	各地区限额以上餐饮企业年末资产负债	(311)
4-50	限额以上餐饮企业损益及分配	(313)
4-51	各地区限额以上餐饮企业损益及分配	(316)

4-52 限额以上餐饮企业工资福利	(318)
4-53 各地区限额以上餐饮企业工资福利	(319)

五、中国大型批发零售企业

5-1 全国前 500 家批发企业主要经济指标及基本情况	(323)
5-2 全国前 500 家零售企业主要经济指标及基本情况	(333)

六、中国要素市场

6-1 全国城乡居民储蓄存款年末余额和年增加额	(345)
6-2 房地产开发经营情况	(346)
6-3 商品房屋销售情况	(347)
6-4 房地产开发建设房屋建筑面积和造价	(347)
6-5 商品房屋实际销售面积(按用途分)	(348)
6-6 货币供应量	(348)
6-7 黄金和外汇储备	(349)
6-8 股票发行筹资情况	(350)
6-9 全国就业人员年末人数	(351)
6-10 分行业就业人员年末人数	(352)
6-11 职工平均工资及指数	(354)

七、中国市场物价

7-1 全国价格总指数	(357)
7-2 全国及各地区居民消费价格指数和商品零售价格指数	(358)
7-3 全国居民消费价格分类指数	(359)
7-4 全国商品零售价格分类指数	(361)
7-5 全国及各地区商品零售价格分类指数	(363)
7-6 全国及各地区农业生产资料价格分类指数	(373)
7-7 全国及各地区居民消费价格指数	(376)

主要统计指标解释	(390)
----------------	-------

一、专 文

2003 年国内消费品市场回顾

2003 年,消费品市场虽然受到“非典”疫情的影响,但仍然保持了较快增长,全年社会消费品零售总额 45842 亿元,比上年增长 9.1%。如果不考虑受“非典”疫情影响的第二季度,全年市场销售的增长总体上呈逐步上扬的态势。

分季度看,一季度社会消费品零售总额 11108.6 亿元,同比增长 9.2%;二季度 10447.1 亿元,增长 6.7%;三季度 11143.5 亿元,增长 9.7%;四季度 13142.8 亿元,增长 10.3%。

分地域看,城市消费品零售额 29777.3 亿元,比上年增长 10.3%;县及县以下零售额 16064.7 亿元,增长 6.8%。

分行业看,批发零售贸易业零售额 37692.5 亿元,比上年增长 9.2%;餐饮业零售额 6065.7 亿元,增长 11.6%;其他行业零售额 2083.8 亿元,增长 0.2%。

分商品类别看,限额以上批发零售贸易业吃、穿、用商品类零售额分别增长 20.2%、13.8%和 28.5%。

市场运行的主要特点

一、重点大类商品对市场销售的拉动作用十分明显。2003 年,汽车类、通讯器材类和住房等商品销售增长强劲,带动了石油及制品类、建筑及装潢材料类、家具类、家用电器及音像器材类、文化办公用品类等商品的销售,据限额以上批发零售贸易业零售统计,汽车类零售额同比增长 68.5%,石油及制品类增长 38.3%,建筑及装潢材料类增长 35.7%,通讯器材类增长 70.9%,家用电器及音像器材类增长 18.3%,家具类增长 28.2%,文化办公用品类增长 17.2%,化妆品类增长 17.9%,洗涤用品类增长 28.4%,服装类增长 14.6%,这 10 类商品零售额的增量,占限额以上批发零售贸易业零售额增量的 70.8%,拉动社会消费品零售总额增长 3.4 个百分点。

二、假日消费对商品市场销售的影响仍然较强。从“黄金周”所在的月份看,市场销售增长均快于其他月份,对餐饮市场的影响尤为明显。如 5 月份由于“非典”影响,人们出游受到限制,“黄金周”暂停,当月餐饮业零售额同比下降 15.5%,而 10 月份迎来“非典”后的旅游高潮,餐饮业零售额增长幅度达到全年最高的 17.6%。

三、食品市场物价回升,一定程度上推动了零售额的增长。2003 年四季度以来,粮油等主要农产品价格明显上涨,零售物价总指数止跌回升,对食品类市场销售产生了一定影响。据限额以上批发零售贸易业统计,食品、饮料、烟酒类零售额比上年增长 20.2%,增长幅度比上年高 6 个百分点。

四、“非典”疫情的影响主要在上半年。“非典”对市场销售的影响主要在 4、5 两个月,5 月下旬“非典”疫情得到有效控制,市场销售开始恢复性增长,批发零售贸易业零售额和餐饮业零售额分别从 7、8 月份以后,基本恢复到“非典”前的增长速度。大致测算,“非典”

疫情对 2003 年社会消费品零售总额的影响约为 260 亿元,影响社会消费品零售总额少增 0.5~0.6 个百分点。

影响市场销售增长的主要因素

一、我国国民经济整体的快速增长给消费品市场发展提供了强劲支撑。2003 年我国经济克服了“非典”影响,保持了持续快速增长速度,特别是人均 GDP 超过 1000 美元,这是人们消费需求升级,生活要求出现多样化的重要发展阶段。全年城镇居民人均可支配收入同比实际增长 9%,农民人均纯收入实际增长 4.3%,居民购买能力得到进一步增强。

二、居民消费结构升级的拉动。近年来我国居民消费结构升级明显加快,突出表现是吃穿和基本生活用品的消费稳定增长,而高档次、高价值以及提高生活层次和舒适性的商品(代表商品如住房、汽车、电脑等新兴电子、通讯商品、高档体育用品等)的消费持续快速增长,可以预见,随着经济的发展及中等收入水平居民的收入积累,这种升级将持续相当长一段时间,对市场销售的影响也将持续相当长一段时间。

三、社会集团消费继续较快增长。随着我国经济的发展和总体规模的扩大,集团消费的规模也在不断扩大。行政管理费和其他财政预算支出及企业支出中用于商品消费的数额继续增长。从 2003 年国家财政支出项目看,行政管理费支出同比增长 15.4%,高于同期社会消费品零售总额的增长速度 6.3 个百分点。社会集团消费占零售市场三分之一强的格局依然没有改变。

市场运行中存在的主要问题

一、城乡消费品市场发展差距在继续扩大。2003 年城市与县及县以下零售额同比增长幅度相差 3.5 个百分点,县及县以下零售额占社会消费品零售总额的比重由上年的 36%下降到 35%。县及县以下市场零售额相对萎缩的原因主要有:一是农村总体购买力水平相对较低。城乡居民收入差距导致了消费的差距。二是城市商品流通行业的现代化进程加快,使郊区农村居民购买力基本流向城市市场。三是农村消费环境制约消费。据中国消费者协会调查,电视信号差、家电维修不方便、食品的质量问题等仍然是大多数农村消费者担心的主要问题。

二、市场监管需进一步到位。目前消费品市场经营者欺诈消费者的行为仍然大量存在,消费热点与投诉热点密切相关。因此,营造放心消费环境还任重道远,特别是市场监管的法制化亟待加强,各级政府及有关部门必须长抓不懈,有效发挥维护市场交易安全和秩序的职能。

三、对重要商品的市场应变调节能力需进一步加强。2003 年消费品市场出现了两次较大的波动,一是“非典”流行初期由于恐慌,引起对食品和药品的抢购,造成局部市场不稳。二是第 4 季度由于灾害天气及种植面积减少等因素影响,粮油等主要农产品市场出现波动,导致零售价格较大幅度的上涨。这表明消费品市场虽然总体上仍然是供大于求,但部分商品的局部短缺和波动是随时存在的,有关部门应加强对突发事件和自然灾害的应对能力。(罗卫华/文)

二、中国市场的重要地位

2-1 中国市场的一天

项 目	单 位	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2002 年	2003 年
一、国内生产总值	亿元	24.56	50.82	160.21	244.94	287.10	321.24
# 第三产业增加值	亿元	7.00	15.93	49.17	81.38	96.25	106.54
# 批发零售贸易、餐饮业	亿元	2.41	3.89	13.51	20.02	22.51	25.31
二、批发零售贸易业主要商品销售量							
粮 食	万吨	26.72	25.29	18.11		13.14	17.95
猪 和 猪 肉	万吨	20.19	28.44	0.99			
棉 布	亿米	0.15	0.09	0.09			
电 视 机	万部	2.90	3.55	5.09	5.59	6.50	7.10
影 碟 机	万台				1.38	1.64	2.12
录 像 机	万部			0.64	0.02	0.02	
房间空调器	万台				2.23	3.86	5.38
洗 衣 机	万台	1.36	1.25	2.49	2.43	2.68	3.38
电 冰 箱	万台	0.32	0.89	2.12	2.30	2.89	3.29
化 学 肥 料	万吨	17.07	27.46	25.17	16.42	14.75	14.93
汽 车	万辆			0.37	0.37	0.60	0.72
汽 油	万吨				17.62	21.96	23.46
钢 材	万吨			14.84	12.20	18.84	31.90
水 泥	万吨			6.18	2.80	2.67	3.54
煤 炭	万吨			65.77	59.84	67.91	80.33
三、集贸市场商品成交额	亿元	1.40	5.94	31.53	86.38	95.27	
四、社会消费品零售总额	亿元	10.41	19.86	56.49	93.57	112.08	125.59
市	亿元	4.34	10.65	33.91	57.84	70.95	81.58
县	亿元	2.02	3.66	8.00	11.55	13.37	14.38
县以下	亿元	4.05	5.55	14.58	24.18	27.76	29.64
五、新增储蓄存款	亿元	1.12	5.17	22.26	13.63	36.26	45.77
六、劳动力交流成功人数	万人次			3.40	2.67	3.71	4.35
七、技术市场成交额	亿元			0.74	1.78	2.42	2.97
八、广告营业额	万元	151.44	685.41	7486.82	19525.02	24743.74	
九、注册商标	件	61.00	86.00	252.00	434.45	582.28	
十、批准专利	项	0.40	62.00	123.00	288.62	362.74	499.25

注：批发零售贸易、餐饮业主要商品销售量统计范围：1985 年、1990 年为社会商业销售量，其中猪和猪肉的计算单位为“万头”；1995 年以后为限额以上批发零售贸易业销售量。

2-2 国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重

年份	国内生产 总 值 (亿元)	第一产业	第二产业	第三产业	* 批发零售 贸易、餐饮业	比重 (%)
1978	3624.1	1018.4	1745.2	860.5	265.5	7.3
1979	4038.2	1258.9	1913.5	865.8	220.2	5.5
1980	4517.8	1359.4	2192.0	966.4	213.6	4.7
1981	4862.4	1545.6	2255.5	1061.3	255.7	5.3
1982	5294.7	1761.6	2383.0	1150.1	198.6	3.8
1983	5934.5	1960.8	2646.2	1327.5	231.4	3.9
1984	7171.0	2295.5	3105.7	1769.8	412.4	5.8
1985	8964.4	2541.6	3866.6	2556.2	878.4	9.8
1986	10202.2	2763.9	4492.7	2945.6	943.2	9.2
1987	11962.5	3204.3	5251.6	3506.6	1159.3	9.7
1988	14928.3	3831.0	6587.2	4510.1	1618.0	10.8
1989	16909.2	4228.0	7278.0	5403.2	1687.0	10.0
1990	18547.9	5017.0	7717.4	5813.5	1419.7	7.7
1991	21617.8	5288.6	9102.2	7227.0	2087.0	9.7
1992	26638.1	5800.0	11699.5	9138.6	2735.0	10.3
1993	34634.4	6882.1	16428.5	11323.8	3090.7	8.9
1994	46759.4	9457.2	22372.2	14930.0	4050.4	8.7
1995	58478.1	11993.0	28537.9	17947.2	4932.3	8.4
1996	67884.6	13844.2	33612.9	20427.5	5560.3	8.2
1997	74462.6	14211.2	37222.7	23028.7	6159.9	8.3
1998	78345.2	14552.4	38619.3	25173.5	6579.1	8.4
1999	82067.5	14472.0	40557.8	27037.7	6910.3	8.4
2000	89468.1	14628.2	44935.3	29904.6	7316.0	8.2
2001	97314.8	15411.8	48750.0	33153.0	7918.8	8.1
2002	105172.3	16117.3	52980.2	36074.8	8476.7	8.1
2003	117251.9	17092.1	61274.1	38885.7	9238.1	7.9

注:1980年以后国民总收入(原称国民生产总值)与国内生产总值的差额为国外净要素收入。