

国家统计局贸易外经统计司 编

2000

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

咨询公司
馆

B. GN



中国统计出版社
China Statistics Press



B0014692

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

2000

国家统计局贸易外经统计司 编

 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—2000/国家统计局贸易外经统计司编.
—北京:中国统计出版社. 2000. 12
ISBN 7-5037-3447-7

I. 中...

II. 国...

III. 市场-统计资料-中国-2000-年鉴

IV. F723-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 81964 号

中国市场统计年鉴—2000

NJ98/07

作 者/国家统计局贸易外经统计司

责任编辑/陈悟朝

封面设计/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/科伦克三莱印务(北京)有限公司

经 销/新华书店

开 本/787×1092mm 1/16

字 数/870 千字

印 张/32.5

印 数/1—1000

版 别/2000 年 12 月第 1 版

版 次/2000 年 12 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 7-5037-3447-7/F·1299

定 价/156.00 元

中国统计版图书,版权所有,侵权必究。

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—2000》

编辑委员会

主 编：贺 铿

副 主 编：翟志宏 丁延生 赵茂宏

编 委：王 智 王贵銮 王克臣 黄大中

编 辑：王 智 李 敏 陈群林 郑学工

黄雅萍

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 10 年,旨在通过大量、丰富、翔实的统计数据,准确、系统、立体式、多视角地呈现中国社会主义统一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,以及各级管理部门、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市场、方便生活的挚朋益友。

二、本年鉴主要内容分为 9 个部分:专文、中国市场的重要地位、中国商品市场(一)、中国商品市场(二)、中国市场重点企业、中国商品交易市场、中国要素市场、中国市场物价和附录。在附录中,列有工农业生产、海关进出口等与中国市场体系建设有关的统计资料,以及主要统计指标解释等。

三、本年鉴中的资料大部分来自国家统计局系统的各种统计报表,一部分来自各业务主管部门和社会信息调查机构的调查资料。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。本年鉴中的数据,除已注明年份的以外,其余均为 1999 年数据。

目 录

一、专文

对当前我国消费品市场变化特征与发展趋势的分析	(3)
------------------------------	-----

二、中国市场的重要地位

2-1 中国市场的一天	(13)
2-2 国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重	(14)
2-3 各地区国内生产总值	(15)
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 (1999年)	(16)
2-5 各地区社会消费品零售总额和限额以上批发零售贸易业对生产 经营单位批发额与总支出中总消费和总投资的比例(1998年)	(17)
2-6 国家财政收支总额	(18)
2-7 国家银行现金收入与支出	(19)
2-8 金融机构信贷资金平衡表(年末余额)	(20)
2-9 货币流通量同相关指标的关系	(21)
2-10 国民经济主要比例关系	(22)
2-11 社会消费品零售总额和工农业总产值的比例	(23)
2-12 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 (1999年)	(24)

三、中国商品市场(一)

3-1 全国城乡居民储蓄存款年末余额和年增加额	(27)
3-2 各地区城镇居民人均收入	(28)
3-3 农民人均总收入和纯收入	(29)
3-4 各地区农民人均纯收入	(30)
3-5 各地区农民人均纯收入(1999年,按来源分)	(31)
3-6 社会消费品零售总额(按销售单位所在地分)	(32)
3-7 社会消费品零售总额构成(按销售单位所在地分)	(33)
3-8 社会消费品零售总额(按行业分)	(34)

3-9	社会消费品零售总额构成(按行业分)	(35)
3-10	社会消费品零售总额变动情况	(36)
3-11	社会消费品零售总额分月情况(1999年,按销售单位所在地分)	(37)
3-12	社会消费品零售总额分月情况(1999年,按行业分)	(38)
3-13	各地区社会消费品零售总额(1999年,按销售单位所在地分)	(39)
3-14	各地区社会消费品零售总额(1999年,按行业分)	(40)
3-15	城镇居民家庭平均每人全年消费性支出及构成(1999年)	(41)
3-16	各地区城镇居民家庭平均每人全年消费性支出(1999年)	(42)
3-17	城镇居民家庭人均购买商品数量(1999年,按收入等级分)	(49)
3-18	城镇居民家庭百户耐用消费品拥有量(1999年,按收入等级分)	(50)
3-19	各地区城镇居民家庭百户主要消费品拥有量(1999年底)	(51)
3-20	农民家庭人均生活消费支出	(55)
3-21	各地区农民家庭人均生活消费支出(1999年)	(56)
3-22	各地区农民家庭人均生活消费现金支出(1999年)	(57)
3-23	农民家庭人均主要消费品消费量	(58)
3-24	农民家庭百户耐用消费品拥有量	(58)
3-25	各地区农民家庭人均主要食品消费量(1999年)	(59)
3-26	各地区农民家庭人均主要衣着消费量(1999年)	(60)
3-27	各地区农民家庭百户主要消费品拥有量(1999年底)	(61)

四、中国商品市场(二)

(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)	(65)
4-2	各地区限额以上批发零售贸易、餐饮业法人企业个数	(68)
4-3	各地区限额以上批发零售贸易、餐饮业产业活动单位个数	(69)
4-4	各地区限额以上批发零售贸易、餐饮业从业人数	(70)
4-5	各地区限额以上批发贸易业基本情况(按登记注册类型分)	(71)
4-6	各地区限额以上零售贸易业基本情况(按登记注册类型分)	(81)
4-7	各地区限额以上餐饮业基本情况(按登记注册类型分)	(91)

(二)批发零售贸易、餐饮业商品流转

4-8	各地区批发零售贸易业商品销售总额	(101)
4-9	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)	(102)
4-10	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)	(104)
4-11	各地区限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额	(106)
4-12	各地区限额以上国有及国有控股批发零售贸易业商品 购、销、存总额	(107)
4-13	各地区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)	(108)
4-14	各地区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)	(137)

4-15	限额以上批发零售贸易业商品销售类值	(177)
4-16	各地区限额以上批发零售贸易业商品销售类值	(178)
4-17	限额以上批发零售贸易业商品销售数量(一)	(209)
4-18	限额以上批发零售贸易业商品销售数量(二)	(210)
4-19	各地区餐饮业销售情况	(211)
4-20	各地区限额以上餐饮业分行业销售情况	(212)
(三)限额以上批发零售贸易、餐饮业财务状况		
4-21	限额以上批发零售贸易企业年末资产及负债(一)	(213)
4-22	限额以上批发零售贸易企业年末资产及负债(二)	(217)
4-23	限额以上批发零售贸易企业年末资产及负债(三)	(221)
4-24	限额以上批发零售贸易企业年末资产及负债(四)	(225)
4-25	各地区限额以上批发零售贸易企业年末资产及负债 (按国民经济行业分)	(229)
4-26	各地区限额以上零售贸易企业年末资产及负债(按经营方式分)	(274)
4-27	各地区限额以上零售贸易企业年末资产及负债(按零售业态分)	(276)
4-28	限额以上餐饮企业年末资产及负债(一)	(280)
4-29	限额以上餐饮企业年末资产及负债(二)	(281)
4-30	限额以上餐饮企业年末资产及负债(三)	(282)
4-31	限额以上餐饮企业年末资产及负债(四)	(283)
4-32	各地区限额以上餐饮企业年末资产及负债(按国民经济行业分)	(284)
4-33	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(一)	(289)
4-34	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(二)	(293)
4-35	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(三)	(297)
4-36	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(四)	(301)
4-37	各地区限额以上批发零售贸易企业损益及分配 (按国民经济行业分)	(305)
4-38	各地区限额以上零售贸易企业损益及分配(按经营方式分)	(350)
4-39	各地区限额以上零售贸易企业损益及分配(按零售业态分)	(352)
4-40	限额以上餐饮企业损益及分配(一)	(356)
4-41	限额以上餐饮企业损益及分配(二)	(357)
4-42	限额以上餐饮企业损益及分配(三)	(358)
4-43	各地区限额以上餐饮企业损益及分配(按国民经济行业分)	(359)
4-44	限额以上批发零售贸易企业工资、福利费、增值税	(364)
4-45	限额以上餐饮企业工资、福利费	(368)

五、中国市场重点企业

5-1	全国前 200 家批发企业主要经济指标 (1999 年,按年销售总额排序)	(371)
5-2	全国前 500 家百货商店主要经济指标及基本情况 (1999 年,按年销售总额排序)	(376)

5-3	全国前 200 家超级市场主要经济指标及基本情况 (1999 年,按年销售总额排序).....	(389)
5-4	全国前 200 家专业(专卖)店主要经济指标及基本情况 (1999 年,按年销售总额排序).....	(394)

六、中国商品交易市场

6-1	全国商品交易市场分类情况(1999 年)	(401)
6-2	各地区各类市场基本情况(1999 年)	(402)
6-3	消费品市场数和商品成交额	(403)
6-4	消费品市场各类商品成交额	(404)
6-5	消费品市场各类商品成交额构成	(405)
6-6	消费品市场成交量(1999 年)	(406)
6-7	消费品批发市场数和商品成交额(1999 年)	(407)
6-8	全国生产资料市场分类商品成交额及比重(1999 年)	(408)
6-9	全国生产资料市场主要商品成交量情况(1999 年)	(409)

七、中国要素市场

7-1	全国要素市场基本情况(1999 年)	(413)
7-2	房地产开发经营情况(1999 年)	(414)
7-3	商品房屋销售情况	(415)
7-4	各地区房地产开发建设房屋建筑面积和造价(1999 年)	(416)
7-5	证券市场概况	(417)
7-6	股票发行筹资情况	(418)
7-7	股票交易情况	(419)
7-8	股票投资者开户情况	(420)
7-9	债券发行情况	(420)
7-10	金融机构法定存、贷款利率(1996—1999)	(421)
7-11	金融机构现金投放与回笼	(422)
7-12	期货市场情况	(423)
7-13	证券投资基金交易情况	(423)
7-14	上市公司情况	(424)
7-15	保险公司业务经济技术指标(1999 年).....	(425)
7-16	全国从业人员	(426)
7-17	各地区从业人员(1999 年底).....	(427)
7-18	职工平均工资及指数	(428)
7-19	分行业职工平均工资(1999 年,按行业分)	(429)
7-20	全国个体工商业基本情况(1999 年).....	(431)
7-21	全国城镇个体工商业基本情况(1999 年).....	(432)
7-22	全国农村个体工商业基本情况(1999 年).....	(433)

7-23	各地区个体工商业基本情况(1999年).....	(434)
7-24	全国私营企业基本情况(1999年).....	(435)
7-25	各地区私营企业基本情况(1999年).....	(437)
7-26	全国技术市场成交合同金额	(438)
7-27	各地区技术市场成交合同金额	(439)
7-28	广告经营单位基本情况	(440)

八、中国市场物价

8-1	历年全国各种物价总指数(以上年价格为100).....	(443)
8-2	全国及各地区居民消费价格指数和商品零售价格指数 (1999年,以上年价格为100)	(444)
8-3	全国及各地区居民消费价格分类指数(1999年,以上年价格为100) ...	(445)
8-4	全国及各地区商品零售价格分类指数(1999年,以上年价格为100) ...	(458)
8-5	全国及各地区农业生产资料价格分类指数 (1999年,以上年价格为100)	(467)
8-6	全国及各地区农产品收购价格分类指数 (1999年,以上年价格为100)	(469)

九、附录

9-1	农、林、牧、渔业总产值及指数	(477)
9-2	主要农产品产量	(478)
9-3	主要农产品单位面积产量	(481)
9-4	主要林产品产量	(482)
9-5	畜产品产量	(483)
9-6	水产品产量	(485)
9-7	工业企业单位数和工业总产值	(487)
9-8	工业总产值	(488)
9-9	主要工业产品产量	(489)
9-10	进出口贸易总额	(494)
9-11	海关历年出口商品分类金额	(495)
9-12	海关历年进口商品分类金额	(496)
9-13	各地区进出口商品总值(按经营单位所在地分)	(497)
9-14	各地区进出口商品总值(按境内目的地、货源地分)	(498)
9-15	海关主要出口商品数量和金额	(499)
9-16	海关主要进口商品数量和金额	(502)

主要统计指标解释	(504)
----------------	-------

一、专 文

对当前我国消费品市场 变化特征与发展趋势的分析

90年代以来,随着国民经济的稳步增长,我国消费品市场呈现出平稳运行态势,市场供给充裕,消费需求旺盛。但近几年来,由于受多种因素影响,市场需求形势出现了新的变化,消费需求增势有所减弱,对经济增长产生一定影响。消费品市场的中长期发展趋势如何?通过相关因素分析,我们认为在国民经济发展持续向好的大环境下,消费品市场仍有较大的发展空间,市场发展前景是乐观的。在未来一段时间内,消费品市场将持续保持稳定增长的总趋势。在当前形势下,正确把握市场运行状况,分析市场变化趋势,制定相应的消费政策,对有效扩大内需,推动消费稳定增长,活跃消费品市场有着十分重要的意义。

对当前消费品市场运行状况的基本判断

一、市场总体上处于平稳运行状态

近几年,在我国经济保持稳定增长的同时,消费品市场总体也呈现平稳运行态势。由于消费在GDP中的比重最大,对经济增长的贡献也较大。凡是消费增长对经济增长的贡献超过6个百分点的年份,GDP增长率一般都在10%以上。

1999年国家出台的一系列扩大内需、促进消费的措施初见成效,在当年GDP增长的7.1个百分点中,消费需求对经济增长的贡献率达77.5%,拉动GDP增长5.5个百分点,比上年增加2.8个百分点。同年,全国消费品市场呈稳中见旺势头,社会消费品零售总额实现31135亿元,比上年增长6.8%,考虑价格下降因素,实际增长10.1%,高于上年实际增幅0.4个百分点。从近几年消费品市场的运行态势看,总体上保持了平稳增长的势头。1991—1999年社会消费品零售总额的实际增长速度一般都在10%左右,整体上呈平稳运行态势。消费品市场的平稳运行为经济的稳定增长提供了前提。

二、市场商品供应进入低水平相对过剩时期

改革开放以来,随着生产的持续发展,商品市场供求状况发生了明显变化。特别是近几年来,由于农业的连年丰收,买方市场特征明显。据有关方面分析,目前市场上绝大多数商品出现了供求平衡或供大于求,供不应求的商品已很难找到,市场已经进入过剩时期。但目前我国出现的这种商品市场的过剩,只是在市场发展进程中出现的一种暂时的和相对的过剩,是一种在较低层次和较低水平上的过剩。这种过剩与发达国家在生产经过充分发展的基础上出现的供大于求的过剩不能进行简单的类比。从我国目前商品市场的供求状况看,产品积压、滞销的多是质量不高、货不对路的商品,而适应当前居民消费水平的部分市场畅销的商品仍显不足,从而形成了以下矛盾现象:一方面许多部门的生产能力过剩,另一方面有些产品及其服

务还不能较好满足需要,特别是一些高科技、高附加值、适应现代消费的产品严重匮乏;在商品供给上,大路货多,特色产品少;在流通上,以满足小区域范围内消费的多,真正能参与大市场、大流通的少;一方面适应日益增长的较高层次需求的产品供给不足,另一方面相当一部分一哄而上、充斥市场的一般消费品又无人问津。

三、市场发展仍不均衡

主要表现在:一是城乡市场发展不均衡。由于多种因素的影响,目前我国城市与农村居民收支水平相差较悬殊。初步测算,农民收入及消费水平与城镇居民相比大约落后 10 年左右,因而导致农村市场发展相对落后。①从城乡居民收入增长速度看,1991—1998 年,全国农村居民家庭人均纯收入年均增长 4.9%,城镇居民人均可支配收入年均增长 6.6%,增长率相差 1.7 个百分点;②从消费水平看,1998 年农村居民人均消费水平为 1892 元,城镇居民为 6201 元,城市与农村居民消费支出之比为 3.3:1;③从耐用消费品城乡拥有量看,1998 年底农村居民家庭平均每百户拥有彩电 32.6 台、电冰箱 9.3 台、洗衣机 22.8 台,基本相当于 1988 年城镇居民家庭的平均拥有水平,相差 10 年左右;④从城乡人口和消费总量比例看,1998 年我国城乡人口比例为 30.4:69.6,与消费总量比例 56.5:43.5 严重倒置,这种状况决定了城乡商品供求结构的失衡,即传统消费品或中低档耐用消费品在绝大多数城镇居民家庭趋于饱和,而同类消费品尚未进入大多数农村居民家庭。1998 年农村居民恩格尔系数为 53.4%,仅相当于城镇居民 80 年代中期的水平。二是区域市场发展差距在拉大。1999 年,城镇居民按东、中、西部地区划分,收入之比由上年的 1.46:1:1.04 变为 1.48:1:1.06,收入最高的省与收入最低的省收入之比由上年的 1:2.2 扩大为 1:2.5;从农民人均手存货币的分布情况看,东部地区手存货币总量占全国的 59.6%,中部和西部地区分别占 26%和 14.4%。从银行存款的占有情况看,东部农村地区人均存款集中了全部存款总额的 3/4。收入的差距决定了消费品市场发展的不平衡。1999 年西部社会消费品零售总额仅占全国的 13.8%,中部和东部地区则分别占 28.2%和 58%。

四、市场发展具有较大空间

改革开放以来,我国消费品市场虽然得到了空前迅猛的发展,但与国民经济改革总体目标的要求相比仍有较大差距。特别是近几年来,由于受多方面因素影响,导致最终消费率偏低,不仅造成需求不足还对消费品市场的发展带来一定影响。据统计,1999 年我国居民的最终消费率为 59.4%,比国际平均水平低约 10 个百分点。在未来几年内,我国居民最终消费率若能够达到或接近国际平均水平,将为我国消费品市场的发展打开较大空间。据分析,未来几年内消费商品热点可能集中在以下几个方面:一是高科技电子信息类商品。随着高科技电子信息产业的发展,高科技电子信息类商品需求将会继续大幅度增加。信息技术商品化将为电子产品注入新的商机。信息家电、通讯设备、计算机、数字彩电等将会走俏。以电子商务为核心开展的网上商场、网上购物、网上服务、网上教育、网上国际贸易等都将成热点。二是假日消费类商品。随着人们消费观念的不断更新和国家增加工休日、延长假期等扩大消费措施推行,将继续为居民扩大消费提供机会。据北京、上海、沈阳等地部分大商场反馈的信息显示,节假日的销售额占了全年销售额的 50%以上,在促进消费增长的因素中,延长年节假日的措施产生了效应,有力地推动了餐饮、旅

游、购物和娱乐等消费的增长。三是住与行类商品。随着房改和住房商品化进程的不断加快,居民用于购买房屋方面的支出将会大量增加,由此将不仅带动房地产市场的回升,也将推动建材、装饰装修、家具、家电等商品的销售。在住的问题解决的同时,行的问题也越来越多地被列入到居民支出的计划中来。随着汽车工业的不断发展,经济型轿车品种的不断增多和价格的下降,家用轿车的销售将逐步进入黄金时代。四是教育、文化类商品。随着教育体制改革的不断深化,教育文化消费将成为一个新亮点。据匡算,以现有的2亿中、小学生和500万高校在校学生计算,如果每个中、小学生年均教育支出2000元,在校大学生年均1万元,则一年的教育总支出为4500亿元。五是服务消费类商品。据预测,到2010年全球服务贸易与货物贸易的比值将从目前的1:4转化为1:2,目前我国服务贸易还处于起步阶段,市场空白点还很多,潜力巨大,商机无限。

影响消费品市场中长期发展趋势的因素分析

一、促使消费品市场中长期发展向好的因素

1. 我国经济中长期发展趋好为消费品市场的平稳发展提供了前提条件。从近期看,由于受需求、供给、结构等因素的影响,国民经济快速增长的趋势将受到一定影响,增速回落将是我国经济近期发展的基本特征。但从经济增长空间、物资基础和资金供应等情况看,快速增长将是我国经济中长期发展的总趋势,大约保持8—9%的年均增长速度。经济发展前景的看好,为消费品市场提供了巨大的发展空间,为市场的平稳运行提供了前提条件。

2. 加入WTO将对消费品市场产生积极作用。随着我国加入世贸组织进程的加快,消费品市场既面临着国际商品市场的竞争压力,也存在巨大的发展潜力,从竞争的压力来看,由于国际市场在商品价格、品种、质量等方面具有比较优势,会对国内商品的供求结构和价格水平产生较大的影响。从促进国内消费品市场发展的角度来看,一是将促使消费品市场按照市场机制的要求和国际市场的规则更加规范有序的运行和发展;二是消费品市场的进一步开放,将引入更加丰富的商品和先进的营销方式,为满足我国人民日益提高的消费需求提供更多的选择空间;三是国内、国际消费品市场之间的深入交流和相互开放,将为我国消费品市场拓展更为广阔的空间。

3. 人口增加和城市化进程加快将会增加消费需求。人口因素是影响消费品市场容量和发展规模的一个重要因素,我国目前拥有人口12.5亿人,其中城市人口占30.4%,农村人口占69.6%,每年有新增人口1100—1200万人,大约每年增加消费630—650亿元。据预测,到2005年,我国人口将达到13.2亿人,2015年达到14.08亿人。因此,新增的消费潜力较大。

目前,我国处于城市化加速期。1978—1996年,我国城市化率平均每年以0.64%的速度增长。如果2001—2005年城市化进程能以每年1个百分点的速度推进,到2005年我国城市化水平将会提高到37%,每年将有2000—4000万农村人口转变为城市居民。按照城市居民的人均消费水平为农村居民的3.3倍,2000—4000万人口转型每年可增加消费需求800—2000亿元。

4. 新的消费周期将使消费品市场发展领域进一步扩大。始于 80 年代的第一次消费周期,大约延续了十年左右,其主要标志是以排浪式消费方式在城市普及家电商品,家用电器开始进入农村家庭。进入 90 年代中期,城镇居民进入消费升级的资金积累期。根据国外经验,从电视机、电冰箱、洗衣机到轿车、电脑、住房消费需要 7—10 年积累期。即城镇居民消费从千元级向万元级、10 万元级消费发展,农村从百元级向千元级,万元级消费发展。

目前,我国城乡居民人均结余购买力已达到一定水平。据调查资料显示,1999 年 6 月末,城市居民家庭户均金融资产已达到 52893 元,具备一定的购买潜力;1998 年末农民手存货币人均 1633 元,具有购买千元以上商品的能力。根据居民的收入状况,居民消费逐步进入新一轮消费周期。这一轮消费周期,将以家电在农村普及,商品住房、小轿车、电子信息产品逐步进入城市家庭为主要标志。由于收入水平的差异将形成多元化、多层次化、多样化的格局,消费热点在时间与品种上将相对分散。

二、影响消费品市场进一步发展的制约因素

1. 居民增支减收预期在短期内难有明显的改善。在经济体制加速转轨的过程中,原来由政府 and 国有企业向城镇居民提供的就业、住房、医疗、养老、子女教育等保障,相继转变为由居民自己承担全部或部分风险与费用,影响居民未来生活的不确定性因素明显增加。国有企业下岗分流、减员增效措施进一步落实;各地已经或即将开始的政府机构改革和事业单位改革的出台或酝酿出台,对居民即期收入和预期支出产生了较大影响,风险意识和自我保障意识明显增强,增加储蓄成为大多数居民的必然选择。据有关部门对居民储蓄用途的调查显示,用于子女教育、看病就医、养老、购买住房等四项用途共占 66.5%。这些因素将直接导致购买力的巨大分流,从而减弱对消费品的即期需求。

2. 过时的消费政策制约着市场空间的拓展。改革开放以来,在各种体制的改革中,消费体制改革滞后,低工资下的福利型、供给型消费体制阻碍了消费的发展,许多限制消费的政策影响了消费的启动。在反对“高消费”、“超前消费”中,一定程度上抑制了合理消费,阻碍了新的消费热点形成。去年以来,国家虽将启动消费作为扩大内需的重要政策予以实施,但在许多领域还存在不少限制消费的政策,如通过各种高额收费限制汽车消费的政策,不合理的交通税费及落后的交通管理影响汽车进入家庭,直接影响着居民出行消费的增长。另外,在社会消费领域的某些改革相对滞后,也影响了居民个人消费范围的扩大和市场化消费比重的增加。如住房制度改革不到位,影响商品房消费增长等等。这些过时的消费政策在很大程度制约了消费的正常增长,也影响了消费品市场的有效拓展。

3. 产品和服务质量仍不尽人意对市场的正常发展形成一定障碍。产品和服务的质量直接影响居民消费意愿的实现。居民消费需求的一部分,往往由于产品某一方面的质量原因而未能实现,或是推迟实现。目前,我国的商品和服务大多属于中低档次,而高档消费品如汽车、高档家电、高档服装、化妆品、休闲性用品等,国内产品与进口甚至合资企业的产品比较,质量差距是明显的。部分商品质量低下,假冒伪劣商品充斥市场,虚假广告、暴利行为、欺行霸市、缺斤短两、商业欺诈等更是俯拾皆是,居民投诉有增无减,在一定程度上妨碍、影响了居民购买力的顺利实现。

4. 消费环境差和购买力偏低制约着农村市场的开拓。近年来农产品价格大幅度下降,不利于市场物价的稳定和农村市场的开拓。1999年粮食收购价格平均下降15%,粮食保护价下降7%,棉花收购价下降20%以上。这一方面将带动商品零售价格和消费价格的下降,另一方面也影响农村居民收入水平的提高,抑制农村居民消费需求的增长,不利于尽快使农村巨大的潜在需求转为现实的购买力。尽管近两年来国家采取了投资3000亿元改造农村电网以及实行城乡用电同价等措施,农村消费环境有所改善,但农村交通不畅、通讯不便、售后服务较差等问题在短期内难以解决。目前农民增收途径有限,多数乡镇企业不景气,城市下岗工人增多,农民外出打工赚钱的机会受到影响。因此,企盼农民收入有大的提高是不现实的。今后几年,对潜力巨大的农村市场来说,收入和消费环境两大因素仍将制约农村市场的开发和农民消费水平的提高,农村消费需求只能维持在一个稳中缓升的格局。

消费品市场中长期发展趋势预测

一、政策因素对消费品市场的影响将加大,平稳增长仍将是今后市场运行的主基调

今后几年国家将会继续采取扩大内需,促进经济增长的政策,进一步调整收入分配,提高城镇中低收入家庭的收入,扩大消费需求。积极开放住房二级市场,培育住房、汽车、旅游、电信等消费热点,拓展服务性消费领域。国家推动教育消费的力度将会增大,居民用于子女教育方面的支出也会增加。同时,将加快农村经济的发展,积极调整农村产业结构,加快小城镇建设。这些举措将使农村市场的潜力得到一定释放。

鼓励消费政策将对市场起到推动作用。今后几年国家将进一步调整消费政策,促进城乡居民消费,主要包括:清理整顿用电、买房、购车、通讯等方面抑制消费的政策,扩大消费信贷等,这些措施将会有效地启动住与行的消费,发挥消费需求对经济增长的拉动作用。据悉,实行鼓励性消费政策的第一个目标,就是使居民的最终消费率由目前的59%逐步升到接近东亚国家的65%;居民消费率由目前的47%逐步升到接近东南亚国家52%的水平。根据这一目标,居民消费增长率将在未来几年中比GDP增长率高出1—2%。

今后几年,如果保持目前采取的宏观调控政策的方向和力度,国际经济形势逐步恢复的趋势不出现大的反复,国内不出现重大自然灾害,我国经济运行将继续保持平稳发展态势。在此大环境下,消费品市场将会继续保持稳中见旺的运行态势,消费对经济的推动作用将会进一步增强,消费领域将会拓宽。

二、随着流通产业的发展市场将更趋活跃

今后几年我国流通领域的市场化程度将会继续提高,新兴流通组织形式和营销方式发展会不断出现,流通设施建设包括电子商务的发展潜力很大,未来流通市场的发展中,电子商务将占有重要的地位。零售业、批发企业合资试点将进一步扩大范围,国家鼓励外商投资的一系列法律法规出台,都为外商投资提供了良好的法律和政策环境,流通市场对外开放领域的扩展将为包括香港、澳门以及国外企业提供无限商机。在国际、国内双重竞争的压力下,中国商业经营的规范化和规模化方