



1993

**YEARBOOK
CHINA MARKET
STATISTICS**

国家统计局贸易物资统计司 编

中国 市场 统计 年鉴

中国统计出版社

F723
7

80519



中国市场统计年鉴

1993

国家统计局贸易物资统计司 编



中国统计出版社 DK44/011

(京)新登字 041 号

《中国市场统计年鉴—1993》
编 辑 人 员

主 编： 李露华
副主编： 马蜀瑜 赵茂宏
编 辑： 杨晓明 李涛 黄雅萍

1587/08

中 国 市 场 统 计 年 鉴
ZHONGGUO SHICHANG TONGJI NIANJIAN

1993

国家统计局贸易物资统计司 编

*

中国统计出版社出版
新华书店北京发行所发行
北京顺义振华印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 16 开本 31.625 印张 78 万字
1993 年 12 月第 1 版 1993 年 12 月北京第 1 次印刷
印数：1—2000

ISBN7-5037-1447-6/C·846

定价：46.00 元

序

党的十一届三中全会以来,改革、开放深入发展,建设有中国特色的社会主义在前进中探索,在探索中前进,取得举世瞩目的伟大成就。在深化改革、扩大开放的新的历史时期,党的十四大又确定了建立社会主义市场经济体制的目标模式,标志着我国在建设有中国特色的社会主义的道路上,迈出了更大、更为坚定的步伐。

发展社会主义市场经济,要求市场在国家宏观调控下对资源配置起基础性作用,使经济活动遵循价值规律的要求,适应供求关系的变化,优化产业结构,提高经济效益;通过价格杠杆和竞争机制的功能,给企业以压力和动力,改善经营管理,推广先进技术,提高产品质量,实现优胜劣汰。

改革开放十多年来,我国的经济运行基本上是奔向市场经济这个目标的,市场范围逐步扩大,大多数商品价格已经放开,最终将全部放开。市场对经济活动的调节作用日益增强,促使国民经济呈现出强劲的增长势头,国家整体经济实力大为增强,人民群众的物质文化生活水平显著提高。

当前,国家和各级政府对建设和培育各类市场十分关注,商品市场、金融市场、技术市场、劳务市场、房地产市场和信息市场竞相发展,条条块块分割、封锁和垄断市场的状况正在打破,全国统一的开放的市场体系逐渐形成。

信息是当代社会的重要资源,是国民经济良性循环的必要条件。怎样完整地、全面地描述社会主义市场经济的发展进程,怎样多视角地呈现商品市场变化的每一道环节,以便准确、及时地反馈给各级政府、经济管理部门、生产经营者和广大消费者,是摆在社会经济统计工作者面前的一项重要任务。为此《中国市场统计年鉴》应运而生。

《中国市场统计年鉴》(原名《中国国内市场统计年鉴》)在连续三年编辑出版、颇受各界人士好评的基础上,又进一步标改革、开放之新,立社会主义市场经济之异,调整、更新版面设计和排编方式,并扩大了信息容

量。编者力图冲破旧框框的束缚,打破部门、地区分割管理市场的界限,也避免原有商业统计指标体系和调查方法对统计数据来源的制约,从市场体系的角度对社会主义商品市场给予了立体式的体现、分析和研究,这是一件很有意义的事情。相信这本以新版面貌奉献给广大读者的《年鉴》,将会更好地成为社会各界分析研究市场、经济工作者把握市场和生产经营者操作市场的重要参考,成为促进社会主义市场经济发展的一部权威性的工具书。



1993年10月

编辑说明

一、《中国市场统计年鉴——1993》是一部文、图、表并茂,信息密集的资料性年刊。旨在通过大量、丰富、详实的统计数据,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。本年鉴在已经编辑出版三年的《中国国内市场统计年鉴》的基础上调整、更新和扩充内容,并扩大为16开本,更名为《中国市场统计年鉴》,编排体系更加科学规范。本年鉴是工农业生产者和商业经营者安排生产和经营,是各级管理部门、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十部分:专文、中国市场在国民经济中的重要地位、中国市场网点布局、中国市场商品需求、中国市场商品流通、商业部门商品流转和经济效益、中国市场重点流通企业情况、中国集市贸易、中国市场物价和附录。在附录中,列有城乡居民生活消费量和耐用消费品拥有量,与中国市场体系建设有关的统计资料,国外市场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。全国性统计数字均未包括台湾省、香港及澳门地区。

四、本年鉴中“空格”表示该项统计指标数据不详;“#”表示其中的主要项。

目 录

一、专文

- 1992 年中国市场概述 (3)
1992 年地方市场拾萃 (6)

二、中国市场在国民经济中的重要地位

- 2-1 社会商品零售总额和工农业总产值
的比例 (27)
2-2 社会商业工业品收购额和社会农副
产品收购总额与相关指标的比较
..... (28)
2-3 国民生产总值构成及商业所占
比重 (29)
2-4 各地区国内生产总值构成及商
业所占比重 (30)
2-5 社会总产值构成及商业所占比重 (31)
2-6 国民收入构成及商业所占比重 (32)
2-7 国民收入中消费和积累比例 (33)
2-8 国民收入消费额及构成 (34)
2-9 社会消费品零售额和国民收入消费
额的比例 (35)
2-10 国家财政收支总额 (36)
2-11 国家财政收入中商业的比重 (37)
2-12 货币流通量同零售商品货源、社会
商品零售总额、农副产品收购总额
的比例 (38)
2-13 社会农副产品收购总额同相关指标
的比较 (39)
2-14 货币流通量增长速度同相关指标增
长速度的比率 (40)
2-15 主要商品零售量与生产量、消费量、
进出口量的比较(1992 年) (41)
2-16 国内市场的一天 (42)

三、中国市场网点布局

- 图 3-1 社会商业、饮食业、服务业机构
和人员数 (45)
图 3-2 社会商业、饮食业、服务业分行业
机构和人员数 (45)
图 3-3 社会商业经营机构分经济类型
构成 (46)
图 3-4 社会零售商业分市、县构成 (46)
3-1 社会商业、饮食业、服务业机构 (47)
3-2 社会商业、饮食业、服务业人员 (47)
3-3 社会商业、饮食业、服务业机构
和人员变化比较 (48)
3-4 社会零售商业、饮食业、服务业
机构和人员变化比较 (48)
3-5 社会商业分经济类型机构(1992 年)
..... (49)
3-6 社会商业分经济类型人员(1992 年)
..... (50)
3-7 社会饮食业、服务业分经济类型
机构 (51)
3-8 社会饮食业、服务业分经济类型
人员 (51)
3-9 社会零售商业、服务业分行业
机构 (52)
3-10 社会零售商业、服务业分行业
人员 (53)
3-11 各地区社会零售商业、饮食业、
服务业机构和人员变化比较 (54)
3-12 各地区社会零售商业、饮食业、
服务业机构和人员构成
(1992 年,按市、县分) (55)
3-13 各地区社会零售商业、饮食业、
服务业网点规模 (56)
3-14 各地区平均每万人拥有的零售商业、
饮食业、服务业网点及位次
(1992 年) (57)

3-15	各地区社会商业机构(1992年) …	(58)
3-16	各地区社会商业人员(1992年) …	(63)
3-17	各地区社会商业机构 (1992年,市) ……	(68)
3-18	各地区社会商业人员 (1992年,市) ……	(73)
3-19	各地区社会商业机构 (1992年,县) ……	(78)
3-20	各地区社会商业人员 (1992年,县) ……	(83)
3-21	各地区社会商业机构 (1992年,县以下) ……	(88)
3-22	各地区社会商业人员 (1992年,县以下) ……	(93)
3-23	各地区社会零售商业机构 (1992年) ……	(98)
3-24	各地区社会零售商业人员 (1992年) ……	(101)
3-25	各地区社会零售商业机构 (1992年,市) ……	(104)
3-26	各地区社会零售商业人员 (1992年,市) ……	(107)
3-27	各地区社会零售商业机构 (1992年,县) ……	(110)
3-28	各地区社会零售商业人员 (1992年,县) ……	(113)
3-29	各地区社会零售商业机构 (1992年,县以下) ……	(116)
3-30	各地区社会零售商业人员 (1992年,县以下) ……	(119)
3-31	各地区社会饮食业机构 (1992年) ……	(122)
3-32	各地区社会饮食业人员 (1992年) ……	(123)
3-33	各地区社会饮食业机构 (1992年,市) ……	(124)
3-34	各地区社会饮食业人员 (1992年,市) ……	(125)
3-35	各地区社会饮食业机构 (1992年,县) ……	(126)
3-36	各地区社会饮食业人员 (1992年,县) ……	(127)
3-37	各地区社会饮食业机构 (1992年,县以下) ……	(128)
3-38	各地区社会饮食业人员	

	(1992年,县以下) ……	(129)
3-39	各地区社会服务业机构 (1992年,按经济类型分) ……	(130)
3-40	各地区社会服务业人员 (1992年,按经济类型分) ……	(131)
3-41	各地区社会服务业机构 (1992年,按经济类型分,市) ……	(132)
3-42	各地区社会服务业人员 (1992年,按经济类型分,市) ……	(133)
3-43	各地区社会服务业机构 (1992年,按经济类型分,县) ……	(134)
3-44	各地区社会服务业人员 (1992年,按经济类型分,县) ……	(135)
3-45	各地区社会服务业机构 (1992年,按经济类型分,县以下) ……	(136)
3-46	各地区社会服务业人员 (1992年,按经济类型分,县以下) ……	(137)
3-47	各地区社会服务业机构 (1992年,按行业分) ……	(138)
3-48	各地区社会服务业人员 (1992年,按行业分) ……	(139)
3-49	各地区社会服务业机构 (1992年,按行业分,市) ……	(140)
3-50	各地区社会服务业人员 (1992年,按行业分,市) ……	(141)
3-51	各地区社会服务业机构 (1992年,按行业分,县) ……	(142)
3-52	各地区社会服务业人员 (1992年,按行业分,县) ……	(143)
3-53	各地区社会服务业机构 (1992年,按行业分,县以下) ……	(144)
3-54	各地区社会服务业人员 (1992年,按行业分,县以下) ……	(145)
3-55	各地区工业、其他部门、农工商联合 企业零售门市部机构和人员 (1992年) ……	(146)
3-56	各地区工业部门、其他部门、农工 商联合企业零售门市部机构和 人员变化比较(以上年为100) …	(147)
3-57	各地区物资供销业职工人数和 销售网点(1992年) ……	(148)
3-58	重点城市社会商业机构 (1992年) ……	(149)

3-59	重点城市社会商业人员 (1992年)	(154)
3-60	重点城市社会零售商业机构 (1992年)	(159)
3-61	重点城市社会零售商业人员 (1992年)	(162)
3-62	重点城市社会饮食业机构 (1992年)	(165)
3-63	重点城市社会饮食业人员 (1992年)	(166)
3-64	重点城市社会服务业机构 (1992年,按经济类型分)	(167)
3-65	重点城市社会服务业人员 (1992年,按经济类型分)	(168)
3-66	重点城市社会服务业机构 (1992年,按行业分)	(169)
3-67	重点城市社会服务业人员 (1992年,按行业分)	(170)

四、中国市场商品需求

1-1	社会商品购买力来源和分配	(173)
1-2	社会商品购买力来源和分配 变化比较	(177)
1-3	城乡居民货币收支	(178)
1-4	城乡居民人均货币收支	(179)
1-5	城镇居民人均货币收支	(180)
1-6	农业居民人均货币收支	(181)
1-7	城乡居民年末结余购买力总额	(182)
1-8	各地区社会商品购买力	(183)
1-9	各地区城镇居民人均消费品 购买力	(184)
1-10	各地区农业居民人均消费品 购买力	(185)
1-11	各地区非农业居民货币收支 (1992年)	(186)
1-12	各地区农业居民货币收支主要指标 (1992年)	(187)
1-13	计划单列市非农业居民货币收支 主要指标(1992年)	(188)
1-14	计划单列市农业居民货币收支 主要指标(1992年)	(188)

五、中国市场商品流通

图 5-1	社会农副产品收购总额	(191)
图 5-2	社会农副产品收购总额指数 (从 1978 年为 100)	(191)
图 5-3	主要农副产品社会收购量	(191)
5-1	社会农副产品收购总额	(192)
5-2	社会农副产品收购总额构成	(193)
5-3	社会农副产品收购总额变化比较	(194)
5-4	计划单列城市社会农副产品 收购总额	(194)
5-5	各地区社会农副产品收购总额 (1992年)	(195)
5-6	各地区社会农副产品收购总额 构成(1992年)	(196)
5-7	各地区社会农副产品收购总额 变化比较及位次	(197)
5-8	主要农副产品收购数量和金额	(198)
5-9	主要农副产品收购量占产量 的比重	(207)
5-10	社会农副产品收购数量和金额 变化比较	(210)
5-11	各地区主要农副产品收购数量 变化比较	(211)
图 5-4	社会商品零售总额	(229)
图 5-5	社会商品零售总额指数 (以上年为 100)	(229)
图 5-6	社会商品零售总额 (按行业分)	(229)
图 5-7	社会商品零售总额构成	(230)
图 5-8	消费品分类零售额	(231)
图 5-9	1992 年社会商品零售总额	(231)
图 5-10	1992 年社会商品零售总额 (按月、市县分)	(231)
5-12	社会商品零售总额 (按对象、用途和城乡分)	(232)
5-13	社会商品零售总额构成 (按对象、用途和城乡分)	(233)
5-14	社会商品零售总额(按行业分)	(234)
5-15	社会商品零售总额 (按经济类型分)	(235)

5-16	社会商品零售总额构成 (按行业和经济类型分)	(236)
5-17	社会消费品分类零售额	(237)
5-18	社会消费品分类零售额构成	(238)
5-19	社会商品零售总额变化比较	(239)
5-20	社会商品零售总额分月情况 (1992年,按对象和用途分)	(241)
5-21	社会商品零售总额分月情况 (1992年,按行业分)	(242)
5-22	社会商品零售总额分月情况 (1992年,按经济类型分)	(243)
5-23	社会消费品零售额分月情况 (1992年,按地区分)	(244)
5-24	各地区社会商品零售总额 (1992年,按对象和用途分)	(245)
5-25	各地区社会商品零售总额 (1992年,按行业和经济类型分)	(246)
5-26	各地区社会商品零售总额 (1992年,按经济类型分)	(250)
5-27	各地区社会消费品零售额 (1992年,按地区分)	(251)
5-28	各地区社会消费品零售额 (1992年,按商品类别分)	(252)
5-29	各地区社会商品零售总额 变化比较及位次	(254)
5-30	重点城市社会商品零售总额 (1992年,按对象和用途分)	(255)
5-31	重点城市社会商品零售总额 (1992年,按行业和经济类型分)	(256)
5-32	重点城市社会商品零售总额 (1992年,按经济类型分)	(260)
5-33	重点城市社会消费品零售额 (1992年,按地区分)	(261)
图 5-11	重点城市社会集团消费品 分类零售额构成	(262)
5-34	重点城市社会集团消费品分类 零售额变化比较	(262)
5-35	重点城市社会集团消费品分类 零售额(1992年)	(263)
5-36	全国分县社会商品零售总额 排序(1992年)	(266)
5-37	社会消费品零售数量和金额	(268)
5-38	社会消费品零售数量和金额变化	

比较

5-39	各地区主要消费品零售量	(279)
5-40	主要消费品市场占有率	(293)

六、商业部门商品流转和经济效益

图 6-1	社会商业国内纯购进	(297)
图 6-2	社会商业国内纯消费	(297)
图 6-3	社会商业国内纯购进购成	(297)
6-1	社会商业商品购、销、存总额	(298)
6-2	社会商业商品购、销、存总额 变化比较	(299)
6-3	社会商业商品购、销、存总额 (1992年,按经济类型分)	(300)
6-4	社会商业商品购、销、存总额 与上年变化比较 (1992年,按经济类型分)	(300)
6-5	社会商业商品购、销、存总额 分月情况	(301)
6-6	各地区社会商业商品购、销、存 总额	(303)
6-7	社会商业商品购、销数量	(306)
6-8	社会商业商品购、销数量 (1992年,按季分)	(313)
6-9	社会商业商品购、销数量 (1992年,按月分)	(315)
6-10	各地区社会商业商品购、销数量	(319)
6-11	计划单列市社会商业商品购、 销、存总额	(337)
6-12	国内贸易部系统商品购、销、存 总额	(339)
6-13	各地区国内贸易部系统商品购、销、 存总额(1992年)	(340)
6-14	国内贸易部系统分类商品购、销、 存总额(1992年)	(341)
6-15	国内贸易部系统主要商品国内 纯购、销数量(1992年)	(342)
6-16	各地区烟草公司系统商品购、 销、存总额(1992年)	(344)
6-17	图书发行系统分类商品购、销、 存数量和金额(1992年)	(345)
6-18	医药局、中医药局系统分类商品购、 销、存总额(1992年)	(345)

6-19	各地区图书发行系统购、销、 存数量和金额(1992年)	(346)
6-20	医药局系统商品购、销、存总额 (1992年)	(347)
6-21	中医药局系统商品购、销、存总额 (1992年)	(348)
6-22	各地区农机公司系统商品购、销、 存总额(1992年)	(349)
6-23	农机公司系统主要商品销售数量	(350)
6-24	水产供销系统商品购、销、存 总额	(351)
6-25	水产供销系统主要商品购、销 数量	(351)
6-26	各地区物资供销业购、销、存 总额	(352)
6-27	国有商业和供销合作社主要 经济效益指标变化比较	(353)
6-28	各地区国有商业和供销合作社 经济效益主要指标变化比较	(359)

七、中国市场重点流通企业情况

7-1	100家大型批发商业企业商品销售 额排序(1992年)	(367)
7-2	100家大型批发商业企业流动资金 利税率排序(1992年)	(368)
7-3	200家大型百货零售企业商品销售 额排序(1992年)	(369)
7-4	200家大型百货零售企业实现利税 总额排序(1992年)	(371)
7-5	200家大型百货零售企业实现利润 总额排序(1992年)	(373)
7-6	200家大型百货零售企业缴纳税金 总额排序(1992年)	(375)
7-7	200家大型百货零售企业全部职工 平均人数排序(1992年)	(377)
7-8	200家大型百货零售企业人均销售 额排序(1992年)	(379)
7-9	200家大型百货零售企业人均实现 利税额排序(1992年)	(381)
7-10	200家大型百货零售企业资金利税 率排序(1992年)	(383)
7-11	200家大型百货零售企业流动资金 利税率排序(1992年)	(385)

7-12	200家大型百货零售企业流动资金 周转天数排序(1992年)	(387)
7-13	50家大型副食零售企业经营情况排 序(1992年)	(389)
7-14	100家大型餐饮企业营业收入排序 (1992年)	(393)
7-15	100家大型餐饮企业职工平均人数排序	(394)
7-16	100家大型物资供销企业商品销售 额排序(1992年)	(395)
	专栏:企业摘英	(396)

八、中国集市贸易

8-1	城乡集市数和商品成交额	(415)
8-2	城乡集市各类商品成交额	(416)
8-3	城乡集市各类商品成交额构成	(417)
8-4	各地区城乡集市数和商品成交额 (1992年)	(418)
8-5	城乡集市贸易变化比较	(419)
8-6	城乡综合集贸市场及农副产品专 业市场主要商品成交量 (1992年)	(420)
8-7	各专业集贸市场数和商品成交额 (1992年)	(420)
8-8	城乡集贸市场主要商品价格 (1992年)	(421)
8-9	农民对非农业居民零售数量和 金额变化比较	(423)
8-10	城乡集贸市场建设情况	(424)

九、中国市场物价

图 9-1	各种物价总指数	(427)
9-1	各种物价总指数 (以上年为100)	(428)
9-2	各种物价总指数 (1992年)	(429)
9-3	全社会零售物价分类指数 (以上年为100)	(430)
9-4	全社会零售物价分类指数 (以1978年为100)	(430)
9-5	全社会零售物价分类指数 (以1980年为100)	(431)
9-6	全社会零售物价分类指数	

	(1992 年)	(431)
9-7	各地区全社会零售物价分类指数 (1992 年,以上年为 100)	(432)
9-8	各地区居民生活费用价格指数 (1992 年,以上年为 100)	(439)
9-9	各地区职工生活费用价格指数 (1992 年,以上年为 100)	(441)
9-10	各地区农民生活费用价格指数 (1992 年,以上年为 100)	(443)
9-11	主要商品零售混合平均价格	(445)
9-12	主要商品零售价格	(447)
9-13	农副产品收购价格分类指数 (以上年为 100)	(451)
9-14	农副产品收购价格分类指数 (1992 年)	(452)
9-15	各地区农副产品收购价格分类指数 (1992 年,以上年为 100)	(454)
9-16	集市贸易价格分类指数 (以上年为 100)	(459)
9-17	集市贸易价格指数(1992 年)	(460)
9-18	各地区集市贸易价格分类指数 (1992 年,以上年为 100)	(461)
9-19	各地区集市贸易价格指数 (1992 年)	(464)
9-20	主要原材料、燃料、动力购进 价格分类指数(以上年为 100) ...	(465)
9-21	各地区工业品价格指数 (1992 年,以上年为 100)	(465)
9-22	工业品出厂价格指数 (以上年为 100)	(466)

十、附录

10-1	消费品城乡居民生活消费总量	(469)
10-2	消费品城乡居民平均每人生活 消费量	(470)
10-3	各地区粮食、食用植物油、猪肉 平均每人生活消费量	(471)

10-4	各地区鲜蛋、食糖、棉花平均 每人生活消费量	(472)
10-5	各地区棉布、棉花化纤混纺布、 化纤布平均每人生活消费量	(473)
10-6	各地区食盐、煤炭、肥皂平均 每人生活消费量	(474)
10-7	各地区缝纫机、手表、自行车 平均每万人生活消费量	(475)
10-8	各地区电视机、录音机、电风 扇平均每万人生活消费量	(476)
10-9	各地区洗衣机、电冰箱平均 每万人生活消费量	(477)
10-10	耐用消费品社会拥有量	(478)
10-11	进出口贸易总额	(479)
10-12	海关出口商品分类金额	(480)
10-13	海关进口商品分类金额	(481)
10-14	海关出口主要商品数量和金额	(482)
10-15	海关进口主要商品数量和金额	(484)
10-16	旅游事业发展情况	(485)
10-17	接待外国旅游人数	(485)
10-18	全国广告经营单位情况 (1992 年)	(486)
10-19	各地区消费者协会受理投诉情况 (1992 年)	(486)
10-20	全国技术市场成交额	(487)
10-21	工商企业登记基本情况	(488)
10-22	城乡个体工商户企业登记 基本情况	(488)
10-23	国内有价证券发行情况	(489)
10-24	人民币对主要外币年平均汇价	(489)
10-25	世界有关国家消费物价指数 (以 1980 年为 100)	(490)
10-26	世界最大的 50 家多样化公司 (1992 年)	(491)
	主要统计指标解释	(492)

一、专 文

1992 年中国市场概述

1992 年,中国改革开放步伐明显加快,国民经济进入高速增长时期。工农业生产迅速发展,商品流通日益顺畅,购销活跃,市场建设进一步加强,市场体系不断完善,在价格改革迈出较大步伐的情况下保持基本稳定,社会主义统一市场的建设和发育揭开了新的一页。但市场交易缺乏规范,流通秩序较为混乱,需引起重视。

中国市场环境

一、供给方面

1. 第一产业稳定增长。1992 年增加值为 5744 亿元,比上年增长 4.1%。种植业中主要农产品产量有增有减。全年粮食总产量达到 44266 万吨,比上年增产 17%;棉花因受干旱和虫害的影响,产量为 450.8 万吨,减产 20.6%;油料总产量为 1641.2 万吨,与上年基本持平;糖、烟、麻、果、菜均有不同程度增产。林、牧、副、渔业稳定增长。农业的连年丰收,使农产品供应比较充裕,居民“菜篮子”更加丰盛。

2. 第二产业高速增长。全年增加值为 11575 亿元,比上年增长 20.9%。增速明显加快,在国民经济发展中起着主导作用。特别是工业生产伴随投资、出口需求的迅猛回升,呈现高速增长态势。全年工业增加值比上年增长了 20.5%,是改革开放 14 年来增长最快的年份。工业生产的基本特点:一是生产速度呈逐月上升态势;二是发展的不平衡性更为明显,工业内部的行业间、经济类型间和地区间出现差异;三

是随着市场需求趋旺,工业品产销衔接渐趋好转,基本恢复正常水平,产品总量上没有出现新的积压,但随着主要产品产量的增加,当年生产的轻纺、家用机电产品有些积压;四是企业经济效益扭转下降趋势,全年工业综合经济效益指数为 89,比上年提高 5 个百分点。

3. 第三产业发展逐季加快。一季度增长 5.6%,二季度增长 7.7%,三季度增长 11.5%,全年增加值为 6701 多亿元,比上年增长 9.6%,增幅比上年加快 4.1 个百分点。邮电通讯、金融保险、房地产、咨询服务和商业饮食业等都有了较大的发展,但整体上第三产业仍滞后于整个经济的发展。

二、需求方面

1. 投资需求回升迅猛。全年全社会固定资产投资总额为 7855 亿元,比上年增长 42.6%。投资的主要特点:一是国有单位投资高速增长,个体投资增长相对平稳;地方项目投资增长高于中央项目投资,比重上升。二是预算外投资增长明显快于预算内投资,全部资金增加额中大部分为贷款和各级自筹资金增加额。三是更新改造投资增长快于基本建设投资;第三产业投资增长快于第一、第二产业投资;基础产业、基础设施的投资比重有所提高,但能源投资比重下降。

2. 消费需求平稳增长。全年职工工资总额达 3939 亿元,比上年增长 18.5%;城镇居民人均年生活费收入 1826 元,比上年增长 18.2%,扣除价格因素,均实际增长 8.8%。但收入分配不尽合理问题还比较突出,机关干部和一些生产经营困难的企业职工收入水平提高不多。农

村居民全年人均纯收入达 784 元,扣除价格因素,实际增长 5.9%,突破了前几年徘徊的局面,但增长不平衡,东、中、西部差异较大。据测算,居民货币收入增量相当于经济增量的 56% 左右。加上其他因素,全年形成社会商品购买力达 14325.4 亿元,比上年增长 20.2%。年末城乡居民储蓄存款余额达 11545 亿元,比上年增长 26.7%。购买力在生产发展的基础上稳定增长,为城乡居民生活的进一步改善奠定了基础,消费结构开始朝多层次、多样化方向演变。

三、对外经济方面

1992 年,中国对外开放的范围、领域均明显扩大,全方位、大开放格局已初步形成,密切了中国同国际经济的联系。全年进出口总额达 1656 亿美元,比上年增长 22%。其中出口总额 850 亿美元,增长 18.2%;进口总额 806 亿美元,增长 26.4%。进出口相抵,扣除不收付外汇货物,全年出口大于进口 127 亿美元。边境贸易、易货贸易日益活跃,外贸市场多元化取得进展,进出口商品结构进一步优化,工业制成品出口所占比重达 80%;进口商品中,钢材、铜材、铝材等国内紧缺原材料及机械与运输设备明显增加。利用外资大幅度增长,投资项目规模有所扩大,外商直接投资势头较猛。全年新签利用外资项目近 5 万项,协议额 694 亿美元,均比上年增长 2.5 倍以上;实际利用外资 192 亿美元,增长 66%。非贸易外汇稳定增加。全年来华旅游人数和旅游创汇收入分别比上年增长 14.3% 和 38.7%,均创历史最好水平。

中国市场运行特点

一、市场建设不断加强。1992 年初,小平同志南巡讲话象一股春风,使中国流通领域各种竞争主体如雨后春笋般发展起来,尤以个体经济发展迅速。各种经济类型的商业、饮食业、服务业还大胆探索新的流通组织形式,活跃城乡市场。年末社会商业、饮食业、服务业机构达

1421.4 万个,比上年末增加 104.2 万个,增长 7.9%;从业人员 4131.4 万人,增加 311.7 万人,增长 8.2%。其中商业经营机构 1049.9 万个,人员 2959.4 万人,分别增长 8.9% 和 12.7%;饮食业经营机构 174 万个,人员 438.5 万人,分别增长 8.4% 和 9.5%;服务业经营机构 184.2 万个,人员 452.2 万人,分别增长 4.6% 和 6.1%。“聚天下商品于一处”的城乡集贸市场也迅速发展。年末城乡集贸市场达 7.9 万个,比上年增加 4513 个,是 1986 年以来增加最多的一年,其中各种专业市场达 19%。纵横交错的商品流通网络正在形成。

二、商品销售均衡增长。1992 年,经济的加速发展使市场供求关系进一步改善。据原商业部对 1992 年下半年 695 种主要商品的供求情况排队表明,供求基本平衡和供过于求的商品所占比重已达 88.5%。丰富的市场商品货源保证了商品供应的丰富多彩。1992 年市场商品销售实现了经济高速增长条件下的平稳增长。全年社会商品零售总额 10993.7 亿元,比上年增长 16.8%,扣除物价上涨因素,实物量增长 10.8%,其中消费品零售额增长 17.7%,农业生产资料零售额增长 10.2%。从发展动态看,呈现出淡季不淡,旺季更旺的特点,一季度增长 15.6%,二季度增长 13.1%;三季度增长 17%,四季度增长 20.9%。从地区上看,增长速度在 15% 以上的有 17 个省市,其中华东和沿海地区增长幅度尤高。从各类商品销售情况上看,吃、穿、用、住、烧竞相增长,其中以房屋和建筑材料、书报杂志、药和医疗用品增长突出。在各类商品销售中,居民的消费档次日渐提高,购买心理理智、平稳,选择意识增强,购买商品更加挑剔,购买大件商品趋向一步到位,促使质量高、信誉好的名特优新商品畅销不衰。

三、物价水平较为平稳。1992 年,国家和地方加快价格改革步伐,成功地提高了粮食购销价格,顺利出台了煤炭等生产资料调价项目,大面积下放价格管理权限和放开价格,进一步扩大了市场调节价格的比重,从全国来说,价格总

体涨幅控制在计划目标范围之内。全年零售物价上涨 5.4%，各月涨幅相对平稳，五月份最低，比上年同月上涨 4.1%，12 月份最高，上涨 6.8%。但城乡差别较大，城镇零售物价比上年上涨 7.7%，明显高于农村上涨 3.9% 的幅度，主要是粮食销价提高对城镇影响大所致。分商品类别来看，粮食零售价格比上年上涨了 24.3%，影响零售物价总水平上升 1.6%；燃料、药及医疗用品、建筑材料涨幅较高，分别为 14.6%、9.1% 和 6.5%；肉禽蛋上涨 48%；烟酒茶、鲜果、衣着、日用品、书报杂志和农业生产资料价格平稳；文化娱乐用品受电视机、收录机价格下降影响，零售价格下降 4.3%。

四、商业体制改革取得显著进展。1992 年，流通领域的改革力度明显加大，改革步伐加快。国有商业自主权不断扩大，组织形式和经营方式更加多元化。到年末，各省、自治区、直辖市“四放开”的推广面已达 50% 以上，有些省市已全面推开。原商业部颁布了《全民所有制商业企业转换经营机制实施办法》，明确提出了扩大国有商业企业 14 个方面的自主权，丰富了企业转换机制的内容，进一步推动了企业改革向纵深发展，为国有商业企业平等地参与市场竞争创造了条件。1992 年初，全国承包到期的大中型国有商业企业中有 95% 已签订了新一轮承包合同，小型企业 90% 转入了新一轮承包租赁。有的地区还对小型企业在原来的“改、转、租”的基础上，引进农村“大包干”的办法和个体经营机制，试行“国有民营”。针对传统批发体制的弊端和面临的困境，原商业部提出了以市场为导向，脱胎换骨改造原有国有批发体制的改革思路，并有计划地建设区域性商品批发市场。截止年底，全国生产资料和工业消费品批发市场各有 1000 多个，农副产品批发市场 1600 多个。购销体制逐渐理顺。1992 年，原商业部系统对原有计划管理的商品实行了缩小指令性计划管理范围，减少计划管理品种的改革，截止目前，原商业部管理的计划商品只有 12 种，其中指令性

计划管理和指导性计划管理的各 6 种。在扩大市场调节范围的同时，商业部门在中央统一计划指导下，建立和完善两级调控体系，适当加强和扩大了地方政府的商业计划职能和对市场的调控能力，主要是建立和进一步完善粮、棉、油、肉、糖等重要商品的储备制度。

中国市场运行中的 “三个不同步”

1992 年的中国市场在进一步加快发展社会主义市场经济的浪潮中渡过。纵观基本平稳的市场运行状况，仍表现出一些不协调、不稳定的现象；突出地表现为“三个不同步”。一是市场交易规范化建设与市场日益发展不同步。由于流通体制正在改革，许多方面尚不配套，致使市场交易缺乏规则，市场竞争缺乏制约，市场秩序较为混乱。有些地方抢买抢卖、强买强卖、哄抬物价、掺杂使假、短斤缺两、生产出售假冒伪劣商品等现象仍时有发生，有待进一步加强市场规范化建设，处理好宏观调控与微观搞活的关系。二是城乡市场发展不同步。全年乡村商品零售额比上年增长 13.1%，低于城镇商品零售额增长 7.8 个百分点。主要是受部分地区粮、棉减产、收购资金严重不足、付现率低以及农村乱摊派、乱收费、乱集资，致使农民负担过重、购买乏力等的影响。因此，进一步清理农村的乱收费，切实增加农民收入，正确处理城乡市场的关系，是值得高度重视的问题。三是生产结构的调整与市场需求的变化不同步。一些企业产品结构调整缓慢，有的边生产边积压；从商业部门看，由于与求新、求名牌、求优质的消费需求错位，一些质量差、款式陈旧的杂牌产品，尤其是耐用消费品库存增加较多。有待进一步实现社会再生产的运行以市场为导向，切实把国民经济引入良性循环的轨道。

（赵茂宏 文）