

1996 经济展望 (中)

中国市场展望

国家信息中心 编

中国计划出版社

1996 经济展望（中）

中 国 市 场 展 望

国家信息中心 编

中国计划出版社

顾 问：王春正 高新民 徐漳河

主 编：乌家培

副 主 编：王长胜 程建林

编 辑：仇士香 张学颖 李迎春
 高国范 邹耀华 李 尧
 姜春力 步德迎 毛祖荣

前 言

1995年9月，中国共产党第十四届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标的建议》。这一跨世纪文献向全国人民展示了激人奋进的蓝图，并明确提出实现“九五”和2010年奋斗目标要做到两个转变，即经济体制从传统的计划经济向社会主义市场经济体制转变，经济增长方式从粗放型向集约型转变。1996年是“九五”计划的第一年，随着社会主义市场经济体制的逐步建立，国民经济市场化程度的逐步提高，市场在国民经济运行中的作用将越来越突出，市场竞争对企业的发展与生存也将愈来愈具有决定性的作用。为了使社会各界更好地了解 and 把握市场现状、变动趋势和发展前景，国家信息中心组织编写了《1996经济展望：中国市场展望》一书。

本书从宏观层面上对1996年商品市场、金融市场、劳动力市场和房地产市场作了较为深入的分析 and 研究，对煤、电、油、钢、有色金属、乙烯等主要工业生产资料，化肥、农药、农机等农业生产资料，彩电、冰箱、洗衣机、空调、摩托车等耐用消费品以及粮、棉、油、糖、肉类等农副产品共50多种商品的市场供需状况进行了定性分析和定量预测。同时，还重点分析了1996年物价总体形势、各大类商品价格的变动趋势及1996年价格改革的政策取向。

本书期望在支持政府实施有效的宏观经济调控、引导经济活动主体优化资源配置、减少社会经济活动中的不确定性等方面，为各级经济管理部门和生产经营单位正确决策提供一些有价值的参考依据。

目 录

全国市场与物价篇

“八五”消费品市场回顾与 1996 年展望	(3)
1995~1996 年生产资料市场分析与预测	(14)
1995 年金融形势回顾与 1996 年展望	(24)
1995 年债券市场回顾与 1996 年展望	(28)
发展中的国债市场	(34)
1995 年我国商品期货市场分析与 1996 年展望	(43)
1996 年我国劳动力市场分析与预测	(56)
1995 年房地产市场形势分析与 1996 年展望	(65)
1995 年物价形势分析与 1996 年预测	(69)
1996 年全国农产品市场价格走势分析	(79)
1995 年服务价格形势与 1996 年预测	(87)
1995 年价格改革进程回顾与 1996 年价格改革展望	(93)

全国产品预测篇

1995 年粮食市场评述与 1996 年展望	(105)
1995~1996 年棉花市场分析与预测	(113)
1995 年我国油料市场分析与 1996 年产需预测	(120)
1995~1996 年食糖市场分析与供需趋势预测	(126)
1996 年我国肉类市场展望	(131)
1995~1996 年我国化肥市场分析与预测	(139)
1995~1996 年我国化学农药市场分析与预测	(145)
1995~1996 年我国农机市场分析与预测	(149)
1995~1996 年我国煤炭市场分析与展望	(156)
1995~1996 年电力市场分析与供需趋势预测	(164)
1995~1996 年我国石油及其成品油供需预测	(171)

1995~1996 年钢材市场分析与预测	(178)
1995~1996 年木材市场分析与供需趋势预测	(186)
1996 年水泥市场展望	(190)
1995 年乙烯市场分析与 1996 年供需趋势预测	(195)
1995~1996 年有色金属市场分析与预测	(201)
1995~1996 年纱、布市场分析与预测	(214)
1995~1996 年化学纤维市场分析与预测	(220)
1996 年汽车市场四大层面分析	(225)
1996 年我国摩托车市场预测与分析	(241)
我国计算机市场状况及其发展	(246)
1995~1996 年房间空调器市场供需分析与预测	(256)
1995~1996 年电视机市场分析与预测	(265)
1995~1996 年家用冰箱市场状况及其展望	(272)
1995~1996 年我国洗衣机市场分析与展望	(280)

地区特色产品篇

1996 年湖南省大米市场预测与分析	(289)
1995~1996 年河南省小麦市场分析与预测	(293)
1995~1996 年吉林省玉米市场分析与供需趋势预测	(298)
黑龙江省大豆 1995 年市场供求形势与 1996 年市场预测	(301)
1995~1996 年新疆棉花市场预测	(307)
1995~1996 年四川省生猪市场分析与预测	(312)
1996 年福建省水产品市场预测与分析	(317)
1995~1996 年陕西省苹果市场产销形势与展望	(322)
1995~1996 年广西食糖市场分析与预测	(325)
1996 年黑龙江省甜菜市场预测与分析	(329)
1996 年山东省原盐生产形势展望	(334)
1996 年云南省烤烟市场预测与分析	(336)
1996 年贵州省名酒市场预测与分析	(341)
1995~1996 年青海省畜产品市场预测与分析	(346)
1996 年宁夏羊毛、羊绒市场预测与分析	(353)
1995~1996 年四川省硫酸市场分析与预测	(356)

1996 年天津市纯碱、烧碱市场预测	(359)
1996 年河北省平板玻璃市场预测与分析	(363)
1996 年山西省电石市场预测与分析	(368)
1996 年山西省焦炭市场预测与分析	(371)
1995~1996 年辽宁省钢、生铁市场走势分析与预测	(374)
1995~1996 年江西省铜市场分析与预测	(379)
1995~1996 年湖北省铝及铝制品市场分析与展望	(383)
1996 年甘肃省铁合金市场预测与分析	(386)
1996 年北京市内燃机市场产需预测	(392)
1996 年浙江省机床市场供需趋势预测	(396)
1996 年广东省机制纸市场预测与分析	(401)
1996 年北京市家用电脑市场预测与分析	(404)
1996 年江苏省丝绸市场预测与分析	(409)
1996 年上海市自行车市场预测与分析	(414)
安徽省商品房开发现状与趋势分析	(418)
1996 年海南省房地产市场分析与展望	(425)
1996 年福建省乡镇企业发展趋势与分析	(430)

全国市场与物价篇

“八五”消费品市场回顾与 1996 年展望

程建林

1995 年,是我国第八个国民经济与社会发展五年计划(“八五”)的最后一年,在适度从紧的财政货币政策作用下,国民经济运行状况继续朝着“软着陆”的目标发展。在大力抑制通货膨胀、严格控制固定资产投资规模的同时,社会消费品市场保持了较快的增长势头,国民经济发展中的主要比例关系逐步趋于合理,这对我国两个五年计划的顺利衔接创造了有利条件。1996 年是“九五”计划的头一年,回顾分析“八五”期间消费品市场的发展状况及其特点,将有利于对 1996 年消费品市场的发展趋势做出正确的判断。

一、“八五”时期社会消费品市场的特点及其分析

1、市场运行与经济发展逐渐融为一体,消费活动对经济增长的推动作用日趋明显

“八五”期间,我国宏观经济运行环境发生了重大变化,由长期以来的卖方市场转为买方市场,需求的强弱成为经济增长的主导因素。1991 年以来,国内消费品市场经历了一个与经济增长周期基本同步,即先低后高,并由高向低的周期变动过程。5 年间,社会消费品零售额年均增长 23.33%,扣除价格变动因素,年均递增 10.70%,除 1994 年仅为 7.7%外,其余 4 年均超过了 10%,1992、1993、1995 三年达到 11%以上,大大高于“七五”时期名义年均增长 13.78%和实际增长 3.25%的速度。1995 年,我国消费品零售总额预计可达 20660 亿元,是 1990 年的 2.85 倍。消费品市场规模扩大对经济增长的作用日益明显,消费需求对国民生产总值的贡献度逐年加大,1991~1994 年分别为 25.3%,29.1%,33.6%和 39.7%,1995 年预计可达 45%,显示出在我国加大宏观调控力度,进行经济调整阶段消费活动对经济增长平稳着陆所发挥的重要作用。“八五”时期,我国消费品市场规模发展较快,主要是由于收入分配进一步向个人倾斜,城乡居民收入持续快速增长,而且未出现“七五”时期那样大涨大落的情况,居民的消费心理和消费行为趋于合理。1991~1995 年,我国城镇居民人均生活费收入名义年均增长达 24.1%,

实际增长达 8.7%；农村居民人均纯收入名义年递增 17.7%，实际增长 5%，城镇居民货币收入和实际收入增长分别高于“七五”时期 11 个百分点和 4.6 个百分点，农村居民纯收入名义和实际增长则高出 6.2 个百分点和 4.1 个百分点。

2、社会消费品结构变化较快，居民消费质量明显提高

“八五”期间，我国城乡居民对食品、衣着、文化娱乐用品及书报杂志类商品消费快速增长，居民家庭耐用消费品拥有量继续增加，日用品类消费增速减缓。1991~1994 年，在社会消费品零售额中，食品类、衣着类、文化娱乐用品类、书报杂志类销售年平均增长分别为 23.34%、20.22%、17.25% 和 25.67%，高出“七五”期间的增速 4.37、6.92、6.35 和 2.6 个百分点。而日用品类销售增速减缓，增幅为 19.17%，低于“七五”时期 8 个百分点。1995 年与 1990 年比较，我国城镇居民在拥有洗衣机、电冰箱、彩色电视机（新三件）的基础上又较快地增添了其他家用电器类耐用消费品，1992~1995 年 7 月，城镇居民对录放像机、游戏机、组合音响的百户拥有量分别增长 99%、93% 和 418%（见表 1）。农村居民对新三件的拥有量高速增长，1991~1994 年农村居民洗衣机百户拥有量增长 68.97%，电冰箱增长 228%，彩色电视机和收录机分别增长 186% 和 46.27%，城乡居民生活质量均有很大提高。

表 1 我国城乡居民每百户耐用消费品年底拥有量

商品名称	单 位	1992 年		1994 年		1995 年 7 月	
		城 镇	农 村	城 镇	农 村	城 镇	农 村
录 放 像 机	(台)	10.4		15.96		20.7	3.3
游 戏 机	(台)	11.30		18.26		21.8	3.4
组 合 音 响	(台)	3.99		8.68		20.7	7.4
热 水 器	(台)	13.00		25.24		28.7	4.8
排 油 烟 机	(台)	14.61		28.92			

注：1992~1994 年数据来源于《中国统计年鉴》。1995 年 7 月数据来源于国家计委市场司、国家信息中心预测部 1995 年 7 月“消费意向调查”结果。

3、居民消费心理趋于成熟，消费行为趋向理性化是“八五”时期我国消费者行为变化的一个特征，也是消费结构产生变化的一个原因

1988 年和 1994 年是建国以来我国历史上物价上涨的两个高峰年。1988

年,物价的大幅度上涨导致居民通货膨胀预期增强,纷纷到银行挤兑存款,购物保值,引发了一场大规模的抢购风。当时,由于商品的匮乏,抢购的商品不仅集中在价值较高的家电类耐用消费品上,而且连一些日用消费品也成为抢购的对象。受抢购风影响,1988年文化娱乐用品和日用品类销售分别比上年增长25.5%和31.1%,日用品类零售额占社会消费品零售额的名义比重提高到14.7%,为七十年代以来最高点,实际比重也比上年提高了1.2个百分点。这反映了当时我国居民消费心理幼稚、盲目消费的畸形消费行为。而1994年,我国社会消费品零售物价涨幅超过1988年,达到21.7%,是建国45年来之最。然而,面对高位的物价上涨率和两年期以下储蓄存款实际利率持续为负的利率水平,消费品市场不仅未出现1988年那样的抢购风潮,相反城乡居民储蓄存款呈巨额增长之势,增幅高达40%,增额达到5897亿元,创80年代以来最新纪录。在社会消费品零售额中,1994年文化娱乐用品类销售实际比重与上年基本持平,日用品类比重还略有下降(见表2)。这一方面表明由于居民收入的稳步增长使居民对物价上涨的承受能力增强,另一方面也反映了居民消费心理已逐渐成熟,消费行为进入了追求合理消费的“理性消费”阶段。

表 2 社会消费品零售结构变化情况比较

单位: %

	1993 年	1994 年	
		名 义	实际 (按 1993 年价格计算)
社会消费品总额	100	100	100
食 品 类	54.90	57.88	52.92
衣 着 类	16.30	15.38	16.47
日用品类	13.80	12.52	13.38
文娱用品类	5.90	5.22	6.00
书报杂志类	1.60	1.65	2.42
药及医疗用品类	4.60	4.52	5.40
燃 料 类	2.90	2.61	3.41

4、城镇和农村消费品零售额均呈快速增长之势，但城镇消费增长与农村消费增长之间的差距拉大

“八五”期间，我国城镇消费品零售额从1990年的3735亿元增加到1995年的12396亿元，名义增长年递增27.1%，实际增长年递增13.05%；农村消费品零售额从3515亿元增加到8264亿元，名义年均增长18.64%，实际年均增长6.61%，城镇与农村市场名义增长的差距达到8.46个百分点，实际增长差距达到6.44个百分点，比“七五”时期差距分别扩大约4.4个百分点和3.2个百分点，差距拉大的时间主要是在1993年和1994年（见表3）。

表3 城乡市场消费品零售额增长速度比较

单位：%

时 期	年 分	城 镇		农 村		时 期	年 份	城 镇		农 村	
		现 价	90 年价	现价	90 年价			现 价	90 年价	现价	90 年价
七 五 时 期	1986	17.11	9.51	13.24	6.76	八 五 时 期	1991	17.03	12.01	10.22	8.36
	1987	17.96	8.10	16.01	9.33		1992	20.94	12.30	14.04	9.64
	1988	30.24	7.34	25.41	6.81		1993	35.74	18.86	14.55	2.20
	1989	9.85	-5.27	6.72	-9.99		1994	33.15	9.50	28.39	3.45
	1990	5.69	5.45	-0.70	3.30		1995	29.7	12.7	27.2	9.7
1986~1990 年平均		15.87	4.89	11.79	1.65	1991~1995 年平均		27.1	13.05	18.64	6.61

导致城乡消费品市场之间增幅差距扩大的原因，是城乡居民收入的非均衡增长。1981~1985年，城乡居民收入差距呈缩小趋势，这一期间，城镇居民人均生活费收入年均增长9.3%，同期农村居民人均纯收入年递增15.76%，城镇居民与农村居民的收入比从1980年的2.297:1缩小到1.72:1。由于农民收入增长较快，这一时期农村消费品市场名义和实际增长均快于城市消费品市场。但1986年以后，城镇居民的收入增长加快，“七五”和“八五”时期，城镇居民人均生活费收入年递增15.15%和24.1%，而农村居民人均纯收入年增长11.54%和17.7%，城镇居民与农村居民的收入比从1985年的1.72:1扩大到1990年的2.04:1，1995年进一步扩大到2.63:1。城乡居民收入水平差距的扩大使城乡消费品市场的增长状况在1986年发生逆转，城镇市场消费品销售增速加快，并逐渐拉大了城乡市场之间的差距（见表4）。

表 4 城镇居民收入差距与城乡消费品市场增长差距比较

年份	城乡居民收入比				时期	城乡消费品市场平均增长速度(%)			
	名 义		实 际			名 义		实 际	
	城镇	农村	城镇	农村		城镇	农村	城镇	农村
1980	2.297	1	2.30	1	81~85	13.5	19.0	8.9	15.96
1985	1.72	1	1.72	1	86~90	15.87	11.79	4.89	1.65
1990	2.04	1	2.02	1	91~95	26.90	18.9	12.88	6.86
1995	2.64	1	2.38	1					

5、地区消费市场发展不均衡,东南和沿海地区消费品需求不仅在规模上,而且在增长势头上也明显保持高于西部地区的优势

1991~1994年,华东和中南地区社会消费品零售额增长处于较高水平,两个区域消费品零售额分别增长19.80%和19.51%,华北地区和东北地区居中,年均分别增长16.40%和15.13%,而西南和西北地区增长较慢,年均仅分别增长13.45%和12.81%,低于东南沿海地区6~7个百分点,地区间市场容量差距扩大。地区间消费增长状况的不均衡现象,是东部沿海地区与西部及内陆地区经济发展差距扩大的一个反映。如表5所示,1991~1994年间,我国经济增长最快的地区是海南、福建、广东三个沿海省份,其经济发展速度平均在20%以上,排在第4至第6位的是浙江、江苏及广西,其经济发展速度也都在17%以上,而排在末尾的后三位则是青海、黑龙江及宁夏,其经济增长速度不足8%,不及排在前6位省份的一半。地区经济发展水平的差异造成地区间收入水平的悬殊,并最终影响了地区消费市场的增长。

表 5 1991~1994年各地区经济发展速度与消费品市场增长情况比较

单位: %

指 标 \ 地 区	北 京	天 津	河 北	山 西	内 蒙	辽 宁	吉 林	黑 龙 江
经济增长	11.67	10.98	14.77	9.76	9.79	11.03	11.25	7.50
消费品零售增长	21.33	19.16	14.28	12.09	12.78	17.21	15.17	12.12
指 标 \ 地 区	上 海	江 苏	浙 江	安 徽	福 建	江 西	山 东	济 南
经济增长	11.91	18.82	19.69	14.00	20.36	13.62	16.54	12.50
消费品零售增长	21.55	20.12	23.90	12.33	22.34	15.69	18.70	15.30

续表

指 标 \ 地 区	湖 北	湖 南	广 东	广 西	海 南	四 川	贵 州	云 南
经济增长	12.52	11.08	20.13	17.01	21.50	11.40	8.90	9.91
消费品零售增长	16.25	16.34	24.46	18.37	22.37	14.38	10.34	14.60
指 标 \ 地 区	西 藏	陕 西	甘 肃	青 海	宁 厦	新 疆		
经济增长	8.00	9.53	9.61	7.46	7.91	12.16		
消费品零售增长	—	12.95	13.37	11.77	11.90	12.57		

注：1. 表中数据为 1991~1994 年的平均增长速度。

2. 表中经济增长速度为不变价格计算，消费品零售额增长速度为现价计算。

二、1996 年消费品市场走势分析与预测

1、1996 年宏观经济环境分析

“抓住机遇、深化改革、扩大开放、促进发展、保持稳定”这二十字方针将是 1996 年及整个“九五”时期经济发展的指导方针。1993 年下半年中央加大宏观调控力度以来，国民经济运行“过热”的苗头得到了控制，特别是在 1995 年，中央实施的一系列宏观调控措施已经见效，经济增长从 1993 年 13.5% 的速度稳步回落，1994 年降至 11.8%，1995 年预计将进一步回落到 10.4%，物价涨幅也将从 1994 年上涨 21.7% 的水平降到中央年初确定的 15% 左右的目标区，避免了经济调整的大起大落，为 1996 年经济的稳定发展创造了条件。

1996 年作为“九五”计划承上启下的关键一年，国民经济必须保持相对稳定的增长，才能为“九五”计划的顺利实施及实现国民经济发展的第二步战略目标奠定良好的基础，这意味着 1996 年的经济增长速度不可能安排得较低。但是，1995 年我国物价回落的基础还不十分稳定，农业发展的基础也还比较脆弱，一些基础产业的发展仍相对滞后，国有企业经济效益较差，这些因素的制约又不可能使经济增长过快，综合分析 1996 年经济发展的各项平衡关系，预测 1996 年我国经济增长速度将在 9% 左右。

在 1996 年国民经济的运行过程中，宏观经济调控的主线仍将是适度从紧、结构调整。这是因为在经济快速增长和经济体制转换的过程中，我国仍

面临着很大的通货膨胀压力。由于长时间的通货膨胀会误导资源配置，扭曲分配关系，增加财政负担，影响社会、经济的稳定。因此，继续控制物价过快上涨仍将是1996年宏观调控的重要任务。在我国经济增长方式还停留在粗放型经济增长的情况下，通过提高经济效益来降低社会产品成本还很难在短期内实现。因此，抑制通货膨胀，降低物价上涨率，一方面不可能使价格结构改革的步子迈得太大，另一方面还需要财政货币政策适度从紧，以防止总需求与总供给失衡加大通货膨胀压力。这样，1996年投资规模、信贷资金都不可能增加太多，货币发行量也不可能过高。主要宏观经济指标预测如表6所示。

表 6 1996 年主要宏观经济指标预测表

指 标	单 位	1994 年实际		1995 年度预测		1996 年预测	
		绝对数	增长%	绝对数	增长%	绝对数	增长%
国内生产总值 (90 价)	亿元	29348	11.8	32410	10.4	35327	9.0
固定资产投资	亿元	16730	31.4	20477	22.4	23753	16.0
财政支出	亿元	5793	25.2	7110	22.7	8041	13.1
银行贷款余额	亿元	31603	19.4	37303	18.0	43943	17.8
货币流通量	亿元	7289	24.3	8439	15.8	9865	16.9
货币发行量	亿元	1424		1150		1426	

2、1996 年消费品市场走势分析

在上述宏观经济环境下，1996年我国消费品市场发展的基本态势是，市场总体供给资源充裕，工业消费品总量供过于求，农副产品供给存在结构矛盾，城镇消费市场需求相对稳定，农村市场需求欲望增强，随着市场物价的逐步回落，居民实际消费额将保持在较高水平，预测全年消费品零售额将达到24317亿元，比上年增长18%，实际增长8~9%，消费品需求拉动国民经济增长3个百分点左右。见表7。

——从城乡消费品市场增长的情况看，城乡市场将基本保持“八五”后期的变化格局，农村市场增速逐步接近城镇市场。预测1996年城镇消费品零售额将达到14689亿元，比上年增长18.5%，农村消费品零售额达到9628亿元，增长16.5%，城乡市场增速差距比上年缩小0.5个百分点。

表 7 1996 年消费品市场相关经济指标预测表

指 标	单 位	1994 年实际		1995 年度预测		1996 年预测	
		绝对数	增长%	绝对数	增长%	绝对数	增长%
城镇居民人均生活费收入	元	3179	36.1	4082	28.4	4853	18.9
农村居民人均纯收入	元	1224	32.8	1551	26.7	1802	16.2
社会消费品零售额	亿元	16053	31.2	20660	28.7	24317	17.7
其中：城镇	亿元	9555	33.15	12396	29.7	14689	18.5
农村	亿元	6498	28.4	8264	27.2	9628	16.5
零售物价指数	上年 =100	121.7		114.8		109.0	

——从地区市场格局看，地区间消费品市场发展不平衡的状况在新的一年里难有大的改观，东南沿海地区消费品市场将继续领导消费潮流，销售增长保持强势，而中西部内陆地区增势平缓，地区间增速差距还将维持在 7 个百分点左右。

——从结构变动趋势看，居民商品消费支出结构变化不大，文化娱乐类商品及劳务支出增长将快于其它类商品及劳务支出，食品、衣着、家庭设备用品仍将保持较快增长。据国家计委、国家信息中心对消费者进行的 1996 年消费支出意向调查，1996 年，将有 78.63% 的消费者增加对文化娱乐类商品及服务的支出，有 69% 的消费者增加对用电及医疗交通通讯类商品劳务的支出，57.25% 的消费者增加对食品类消费的支出，45.45% 的消费者增加对衣着类消费的支出，44.56% 的消费者增加对家庭设备用品类消费的支出，见表 8。

表 8 1996 年全国及城乡消费者家庭准备增加消费支出的意向

单位：%

支出分类	文教娱乐类	用电及医疗交通 通讯类	食品类	衣着类	家庭设备用品类
全 国	78.63	69.00	57.25	45.48	44.56
城镇居民家庭	79.54	68.41	58.18	43.26	42.07
农村居民家庭	76.88	70.13	55.49	49.71	49.33