

北京 2007年 商品市场景气报告

李朝鲜 方燕 等著

北京 2007年 商品市场景气报告

李朝鲜 方燕 等著



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

2007 年北京商品市场景气报告/李朝鲜,方燕等著.

—北京:中国统计出版社,2008.9

ISBN 978—7—5037—5518—7

I. 2…

II. ①李… ②方…

III. 国内市场—研究报告—北京市—2007

IV. F727.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 120003 号

作 者/李朝鲜 方 燕等

责任编辑/吕 军

装帧设计/艺编广告

出版发行/中国统计出版社

通信地址/北京西城区月坛南街 57 号 邮政编码/100826

办公地址/北京丰台区西三环南路甲 6 号

网 址/www.stats.gov.cn/tjshujia

电 话/邮购(010)63376907 书店(010)68783172

印 刷/利兴印刷有限公司

经 销/新华书店

开 本/710×1000 毫米 1/18

字 数/200 千字

印 张/16

版 别/2008 年 9 月第 1 版

版 次/2008 年 9 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978—7—5037—5518—7/F·2745

定 价/30.00 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。

前言

商品市场作为生产者与经销商乃至最终消费者之间的纽带,对我国的市场经济是否能够和谐发展、稳定增长具有重要的社会与现实意义。第一,广大的中小企业没有能力自建营销渠道,因此,只能通过商品市场这种交易方式,沟通生产者、中间商和消费者,建立产品的销售渠道,最终将自己的商品卖出去。第二,商品市场具有集聚的功能,能有效降低交易费用,特别是有些大型企业也不得不依靠这种交易方式,低成本快速扩散自己的产品。第三,商品市场能吸纳广大的农村剩余劳动力和城镇下岗职工,解决一部分就业压力,对促进我国城市化进程、构建和谐社会无疑具有积极的作用。第四,广大消费者对物美价廉产品的需求,也需要商品市场这种交易方式,通过“货比三家”来做出购买某种商品的决定,满足自己的要求。第五,商品市场的存在与发展,对当地经济的发展具有不可估量的作用,它不仅带来大量的税收,而且有力地带动了周边地区的房地产、餐饮业、酒店业、金融业、交通运输以及通信等服务业的快速发展。最后,商品市场特别是大型都市街和专业市场的建立及其良性运行和发展,不仅便于政府相关部门的管理,而且为广大居民带来了购物和生活上的方便。

从政府层来看,北京商品市场的建立及良性运行和发展越来越被受到重视。为了全面、充分地实现首都商业的产业功能,促进首都商业持续、协调、快速、健康发展,根据国务院和北京市委、市政府关于制定国民经济和社会发展第十一个五年计划的总体部署,北京

商务局制定了《北京“十一五”时期商业发展规划》，规划实施期限为2006～2010年。此外，还有一些其它关于规范商品市场的文件也在制定和试行当中，例如《商品交易市场设置与管理规范(审查稿)》、《北京农产品批发市场建设规范(试行)》等等。

目前，国内研究北京商品市场的文献和著作较少，并且关于北京商品市场景气运行的报告更是凤毛麟角，在此基础上，我们组织编写了《2007年北京商品市场景气运行报告》一书，计划今后每年出版报告，为政府部门、企业及个人提供决策依据。本报告具有如下特点：一是具有典型北京特色，内容重点突出。我们选取了农产品市场、房地产市场、工业原材料市场、家用电器市场以及物流服务市场，这些市场都是北京商品市场中最具代表性、且倍受关注的市场；二是市场分类较细。在分类篇中，我们分别挑选了更具代表性的子市场进行了分析；三是方法科学，说明详细，结果易懂。我们采取了科学的数学模型来编制景气指数，以及运用 Eviews 计量软件及 SPSS 专业统计软件来处理相关数据，相关的原理及方法在书后介绍，以供读者参考；四是图表多，列举详细，描述直观形象；五是报告中提出的存在问题具有针对性，建议具有可行性。

报告共分三大篇，综合篇、分类篇和附录篇，综合篇共分三部分：

第一部分为2007年北京商品市场发展回顾与2008年展望。2007年北京经济发展迅速，推动商品市场快速发展，实现地区生产总值9006.2亿元，按可比价格计算，同比增长12.3%；居民收入稳步增加，为商品市场发展提供了必要条件，2007年北京城镇居民家庭人均可支配收入为19978元，同比增长13.2%，扣除物价因素影响，实际增长12.6%；消费品市场繁荣活跃，2007年以来，北京消费品市场活跃旺销，1～3季度，全市累计实现社会消费品零售额2775.8亿元，比上年同期增长15.1%，扣除价格因素，实际增长15%，增幅同比提高2.7个百分点；居民消费价格指数八大类别六升二降，两高端产业功能区经济总量占全市开发区八成以上。

第二部分为2007年北京商品市场景气运行情况，对此我们构

建了扩散指数和合成指数,得出了北京商品市场景气运行的一般特征:(1)景气总体状况良好,景气指数高位运行;(2)局部小幅波动比较频繁;(3)北京商品市场景气循环长度大概在 14 个月左右;(4)景气运行呈长期上升趋势。

第三部分提出了 2007 年北京商品市场存在的问题及对策建议。尽管北京商品市场近几年取得了很大的发展,但我们也不能忽视其中存在着许多问题。例如,北京商品市场的社会地位不高,布局不尽合理,交易方式多样性不够,市场基础建设滞后,重收费、轻管理和服 务,市场法律体系建设滞后等等。对此,我们应明确北京商品市场发展重点,加强商品交易市场诚信银行建设以及市场的税收征管,加快推进现代化农产品市场升级、市场结构调整和升级改造以及品牌的创新,加强对市场中的重点商品品牌、质量的监管,引导商品市场积极转型,培育特色市场创新。

分类篇,共分五部分:

第一部为农产品市场。2007 年北京农产品生产价格比上年同期上涨 14.4%,价格涨幅上升 15.3 个百分点,从大类情况看,畜牧业产品同比上涨 22%,渔业产品上涨 7.1%,种植业产品上涨 6.1%。林业产品上涨 28.5%我们还提出了北京一些特色农产品(如粮油、蔬菜、果品、畜禽、观赏性动植物等)的发展现状及其特点。

第二部为房地产市场。报告分门别类地介绍了商品房、经济适用房以及二手房市场各自的现状及特点。北京房地产景气指数在 2006 年第四季度达到历史最高点后,2007 年开始下滑。从抑制房地产景气继续上升的因素看,主要是土地开发面积减少,完成投资下降,新开工项目不足,房屋竣工、商品房预售减少。2007 年土地开发景气指数、完成投资景气指数、新开工情况景气指数、房屋竣工景气指数、商品房预售景气指数和商品房销售景气指数均处于不景气区间。但是,由于空置面积销售情况较好,以及企业盈利状况的好转,对稳定房地产业景气水平起到支撑作用,2007 年北京房地产景气指数高位调整,总体运行平稳。

第三部为工业原材料市场,2007 年 1~12 月份北京生产资料出

厂价格下降,生活资料购进价格上涨,工业品出厂价格略有下降,出厂价格指数为 99.7%,比去年同期下降 0.3 个百分点;原材料、燃料及动力购进价格指数为 105%,比去年同期上升 5 个百分点;2007 年 1~4 季度北京钢材产量继续保持增长态势,但增幅有所放缓,原材料工业企业经济效益大幅增长;能源市场供求继续好转,价格涨幅明显回落。我们按钢材市场、有色金属市场和能源市场分别加以介绍。

第四部为家用电器市场。在北京经济快速增长的态势下,家用电器市场消费增势强劲,需求保持了平稳运行趋势。从总体上看,多数家电商品销售量有所增加,发展态势比预想的要好。但受多种因素影响,家电产品库存增加,家电业利润空间不断受到挤压,严重影响企业的发展后劲。从发展趋势分析,家电市场发展前景虽然障碍重重,但是依然势态稳定。这部分我们着重对空调市场、电冰箱市场、洗衣机市场以及小家电市场进行了介绍。

第五部为物流服务市场。北京的物流资源丰富,航空、铁路、公路交通发达,是北方重要的枢纽城市,仓储设施、货运站点数量较多,航空、铁路、公路构成发达的交通运输网络,三大口岸直通国外,构成对外贸易交流的窗口;同时,“三地两港一园区”的物流布局轮廓逐渐清晰,北京已成为北方地区的物流枢纽中心。这一部分我们主要对北京钢铁物流市场、汽车物流市场和奥运物流市场进行了分析。

在附录篇我们介绍景气分析方法及原理。如指标如何选取、扩散指数、合成指数具体模型的构建等。列出了指标的景气序列图,汇编了近几年北京相关部门发布的一些有关北京商品市场的法规及文件,以便读者查阅了解。

参加报告编写的还有:北京工商大学硕士研究生白先华、杨岳、姚志超、付兆翔、郭静娟、尹元生、高静、崔瑞昕、吕晶、张静宇。在报告撰写的时候,北京工商大学商业经济研究所所长、商务部市场运行调控专家洪涛教授对本报告的问题及政策建议提出了很多宝贵的观点,国家统计局北京调查总队城镇住户调查处处长王军也给予

了很大帮助,在此特表谢意;同时也感谢出版社的编辑和相关工作人员所做的大量工作。由于时间仓促和水平有限,书中难免存在不足和错误之处,为此真诚地期待各位专家、学者及广大读者对本报告的任何方面提出意见和建议,以便再版时改进,使报告逐渐改善。

编写组

2008年3月于北京工商大学

目 录

综 合 篇

第一部分 2007 年北京商品市场发展回顾与 2008 年展望

- 一、北京商品市场概述 3
- 二、2007 年北京商品市场发展回顾 5
- 三、2008 年北京商品市场展望 8

第二部分 2007 年北京商品市场景气运行情况

- 一、2007 年北京商品市场景气指数指标的建立 12
- 二、北京商品市场景气指数的编制 20
- 三、2007 年北京商品市场景气运行情况实证分析 27

第三部分 2007 年北京商品市场发展中存在的主要问题及对策

- 一、2007 年北京商品市场发展中存在的主要问题 32
- 二、解决 2007 年北京商品市场发展问题之对策 36

分 类 篇

第一部分 农产品市场

一、农产品市场概述	43
二、粮食市场	55
三、畜禽产品市场	60

第二部分 房地产市场

一、2007 年北京房地产市场整体运行状况概述	64
二、2007 年北京商品房市场运行状况分析	67
三、2007 年经济适用房和廉租房市场运行状况分析	76
四、2007 年北京二手房市场运行状况分析	78
五、北京房地产市场存在的问题与对策分析	86

第三部分 工业原材料市场

一、工业原材料市场概述	91
二、2007 年北京钢铁市场景气运行分析	97
三、2007 年北京有色金属市场景气运行分析	101
四、2007 年北京能源市场景气运行分析	105
五、北京工业原材料市场存在的问题及相关建议	111

第四部分 家用电器市场

一、2007 年北京家电市场概述	113
二、空调市场	122
三、电冰箱市场	126
四、洗衣机市场	130
五、小家电市场	134

第五部分 物流服务市场

一、2007年北京物流发展总体概况	139
二、2007年北京重点行业物流的发展状况	144
三、2007年北京物流发展中存在的问题及相关建议	148
四、2008年北京物流发展展望	154

附 录 篇

第一部分 景气分析简介

一、景气概况	161
二、景气指标选取的原则和基准循环的确定	162
三、数据的预处理	163
四、领先、一致、滞后指标的划分方法	167
五、分析模型	171
六、输出景气指数序列图	177

第二部分 资料汇编

北京商业物流发展规划（2002—2010年）	183
北京“十一五”时期商业发展规划	190
北京农产品流通体系发展规划（2002—2008年）	212
关于印发《北京农产品批发市场建设规范（试行）》的 通知	222
北京粮食市场管理规范（试行）	227
商品交易市场设置与管理规范（审查稿）	231

综合篇

第一部分

2007 年北京商品市场发展 回顾与 2008 年展望

一、北京商品市场概述

北京商品市场总体布局和商业设施按照国际化、现代化都市的要求发展,逐渐形成了多处较大的、具有良好购物环境和文化氛围的商业文化中心,形式亦趋多样化。近些年来,北京商品市场形成了以农产品、建筑装饰材料、家用电器等为主,综合市场和专业市场相结合的 20 多类市场。而且,北京商品市场以小型农副产品综合市场为主的格局已经结束,一批大型专业商品市场纷纷兴起,市场由原来单纯的“菜篮子”、“米袋子”发展成为推动首都经济发展的重要舞台。汽车、建材、电器、花卉等专业商品纷纷进入市场,同时建筑装饰装修等新兴服务行业也进入了市场。一些专业市场得到了商家和消费者的肯定,并在北京蓬勃地发展起来。具体呈现以下特征:

1. 市场遍布全市城乡,黄金地段在郊区。从行政区划来看,主要分布在朝阳、丰台、海淀三个近郊区。从市场类别来看,小商品、食品饮料烟酒、餐饮业市场等市场主要分布在城区。其中城区商品市场的优势集中在小商品市场;近郊区商品市场的优势集中在农产品综合市场、纺织服装鞋帽市场、家具市场、旧货市场、机动车市场、建筑装饰材料市场、水产品市场、农业生产资料市场、电脑市场、花卉市场;远郊区商品市场的优势集中在煤炭市场、木材市场、水泥市场等生产资料市场;各县商品市场的优势集中在工业综合品市场、蔬菜市场。

2. 多层次分布的市场网络初步形成。为了适应消费层次和消费结构的不断变化,首都市场网络也呈现出多层次的发展分布。既有数量不多、面向高档消费需求的现代化商场、专业精品店、名优餐饮服务店,经营突出现代化、个性化;也有面向广大中等收入消费者的各类大型超市、仓储式商场和风味餐馆等,经营突出丰富、优质、特色;更多的是数量多、分布广、满足广大市民生活必需的小型超市、大众餐饮服务和各类市场等,经营方便实惠。

3. 市场竞争日趋激烈。不仅国内商业资本积极注入北京商品市场,国外商业资本也竞相向北京商品市场渗透。投资主体多元化不仅为促进北京商品市场发展注入了新的活力,而且也使北京商品市场竞争日趋加剧,商战迭起,商家破产倒闭的现象屡见不鲜。

4. 国有商业为主导的多渠道、多元化流通体系已经形成。北京商业企业在五十多年的不断探索中不断前进,特别是近20年来,大中型企业进行转换经营机制改革;小型零售企业实行了“租、包、转、并、连、股、卖”等多种经营形式的改革。同时还积极进行商业集团的组建工作。通过对企业经营机制的改革及企业间的联合重组,打破了部门、地区、行业界限,国有商业作为市场的主要载体,在经济发展中起骨干作用。

5. 商业网点及设施建设有了长足发展。建国五十多年来,北京商业网点及设施建设取得了前所未有的发展,市场建设发展迅速,流通规模日益扩大,商业、餐饮业、服务业稳步发展,网点遍布京城。

6. 特色经营不够突出,商业规范水平有待提高。一些市级和地区级商业中心和大型综合性零售企业,经营雷同的状况比较普遍,影响大、经营特色突出的企业为数不多。此外,不规范的集贸市场(马路市场、占路市场)过多,规范的位于居住区的市场过少,影响商业的健康发展。假冒伪劣商品尤其是一些不合格的食品仍不时在市场上出现,给首都市场的信誉造成不良影响。

7. 城乡零售市场繁荣活跃,商品丰富多彩。建国50多年来,在工农业生产发展的基础上,北京各级商业部门逐步对商业流通体制、商品购销政策、企业经营机制等方面进行了一系列布局、调整和改革,促进了生产和流通。特别是改革开放以后,北京大中型商业企业普遍实行了“经营、价格、分配、用工”四大放开改革,探索和建立了以所有权和经营权适当分离、责权利紧密结合的企业经营机制,促进了企业的发展,也促进了北京商品市场的繁荣,使北京商品市场从根本上摆脱了短缺经济。城乡市场共同繁荣,消费品市场商品供应充裕、品种丰富,各省市名优商品荟萃京城,日用工业品已出现供大于求的局面。

二、2007年北京商品市场发展回顾

(一)北京商品市场发展环境

1. 经济快速增长,推动商品市场发展。2007年,全市经济保持平稳较快增长,呈现出速度稳、市场活、结构改善、质量提高的特点。初步核算,全市实现地区生产总值9006.2亿元,按可比价格计算,同比增长12.3%,增幅高于2006年0.3个百分点。其中,第一产业增加值101.3亿元,增长2.1%;第二产业增加值2479.3亿元,增长12.6%,其中工业增加值2053.3亿元,增长13.0%;第三产业增加值6425.6亿元,增长12.3%。

表1 2007年北京地区生产总值

地区生产总值(季报)	累 计	增长%
地区生产总值(亿元)	9006.2	12.3
第一产业	101.3	2.1
第二产业	2479.3	12.6
工业	2053.3	13.0
建筑业	426.0	10.7
第三产业	6425.6	12.3
交通运输、仓储和邮政业	499.4	9.2
信息传输、计算机服务和软件业	824.8	18.6
批发和零售业	848.7	12.0
住宿和餐饮业	248.6	12.1
金融业	1126.3	10.1
房地产业	578.7	-6.1
租赁和商务服务业	549.2	31.7
科学研究、技术服务和地质勘查业	533.6	23.1
水利、环境和公共设施管理业	50.8	7.5
居民服务和其他服务业	103.2	8.1
教育	408.5	12.5
卫生、社会保障和社会福利业	153.6	10.8
文化、体育和娱乐业	204.9	5.9
公共管理和社会组织	295.3	7.9

注:地区生产总值增长速度按可比价格计算(数据来源:北京统计信息网)①。

① 本报告以下图标数据若未标明出处,都指来源于北京统计局

2. 居民收入稳步增加,为商品市场发展提供必要条件。2007年北京城镇居民家庭人均可支配收入为19978元,同比增长13.2%。城镇居民人均工薪收入为16284元,同比增长19.2%,占家庭总收入的72.6%。

据3000户农村居民抽样调查资料显示,2007年1—11月,京郊农村居民人均现金收入达到10132元,同比增长11%,比上年同期增速快0.2个百分点。其中,人均工资性收入5267元,同比增长8.4%。在工资性收入中,人均在本乡地域内劳动得到3528元,增长15.5%;外出从业人均得到870元,增长21.4%。人均家庭经营现金收入为3171元,增长9.5%。此外,人均得到财产性收入和转移性收入分别达到925元和769元,分别增长26.2%和20.6%。

从三个功能区增收情况看,2007年1—11月,城市功能拓展区农村居民人均现金收入达到11519元,同比增长10.1%;城市发展新区人均现金收入10154元,增长11.5%;生态涵养区人均现金收入9277元,增长10.8%。

表2 北京2007年城乡居民收入

	累 计	增长%
城市居民人均家庭总收入(元/人)	22417	14.8
工薪收入	16284	19.2
经营净收入	236	10.6
财产性收入	271	42.1
转移性收入	5626	3.0
其中:城市居民人均可支配收入	19978	13.2
其中:20%低收入户人均可支配收入	9798	14.2
农村居民人均现金收入(元/人)	9954	10.8
其中:20%低收入户人均现金收入(季报)	3275	7.3
工资性收入	5224	9.4
家庭经营现金收入	1991	1.5
财产性收入	773	25.3
转移性收入	632	24.4

(二)北京商品市场发展状况

1. 2007年北京消费品市场繁荣活跃。2007年以来,北京消费品市场活跃旺销,全市累计实现社会消费品零售额3800.2亿元,比上年增长16%,增幅为1997年以来最高,扣除价格因素,实际增长15.1%,增幅同比提高2.5