

中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行调节司 编
中国商业联合会信息部

Compiled by

Department of Trade and External Economic Relations Statistics, National Bureau of Statistics of China

Department of Market Operation Regulation, Ministry of Commerce of China

China General chamber of Commerce Information Department



2007

中国商品 交易市场 统计年鉴

STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA COMMODITY
EXCHANGE MARKET

中国统计出版社
China Statistics Press



STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA
COMMODITY EXCHANGE MARKET

中国商品交易市场 统计年鉴

2007

中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司
中华人民共和国商务部市场运行调节司 编
中 国 商 业 联 合 会 信 息 部

Compiled by
Department of Trade and External Economic Relations Statistics,
National Bureau of Statistics of China
Department of Market Operation Regulation, Ministry
of Commerce of China
China General Chamber of Commerce Information Department

 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

中国商品交易市场统计年鉴—2007/中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司

中华人民共和国商务部市场运行调节司,中国商业联合会信息部编.

—北京:中国统计出版社,2007.5

ISBN 978-7-5037-5228-5

I. 中…

II. ①中… ②中… ③中…

III. 交易市场—统计资料—中国—2007—年鉴

IV. F.723-66

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 068084 号

中国商品交易市场统计年鉴—2007

作 者/中华人民共和国国家统计局贸易外经统计司

中华人民共和国商务部市场运行调节司

中国商业联合会信息部

责任编辑/马 平 崔晓红 李 敏

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/邮购(010)63376907 书店(010)68783172

印 刷/河北天普润印刷厂

开 本/880×1230mm 1/16

字 数/635 千字

印 张/21.5

版 别/2007 年 7 月第 1 版

版 次/2007 年 7 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 978-7-5037-5228-5/F·2295

定 价/180.00 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。

《中国商品交易市场统计年鉴—2007》

编辑委员会

主 编：宋跃征 房爱卿 王 耀

副 主 编：王克臣 蔺 涛 王北鹰 秦仲云

编 委：崔晓红 李 敏 刘晓燕 赵则勇

罗卫华 王贵奎 龙 玲 李习臻

王晓飞 杨 旂 应志增 曹立生

晏国英 江 懿

编辑人员：崔晓红 李 敏 刘晓燕

序

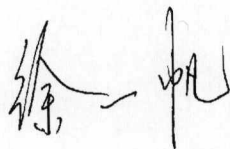
为了反映我国商品交易市场的全貌,早在1999年国家统计局就会同原国家经济贸易委员会联合开展了首次全国商品交易市场快速调查,调查结果得到有关部门和研究机构的极大关注。为了从宏观和微观两个方面系统反映我国商品交易市场发展的规模、结构和经营情况,准确判断商品交易市场发展现状、存在问题,分析其在商品流通中的地位、作用,为合理规划和建设市场,提供可靠的数据依据,进而促进国民经济良性循环,国家统计局从2000年起将年成交额亿元以上的商品交易市场列入《批发和零售业、住宿和餐饮业统计报表制度》,并按年度出版《中国商品交易市场统计年鉴》。这部反映我国年成交额在亿元以上商品交易市场全貌的资料性工具书,迄今已连续第八年出版。

为了更好地发挥流通统计信息的作用,增强政府宏观调控能力,引导企业投资经营,服务民众指导消费,经国家统计局、商务部和中国商业联合会协商,决定由三个部门联合编印《中国商品交易市场统计年鉴—2007》,由中国统计出版社出版。

为便于读者阅读,《中国商品交易市场统计年鉴—2007》一书还编列了2000年以来历年统计数据资料的对比,以及亿元以上商品交易市场综合情况和分地区的统计数据资料,使统计数据更加丰富、详实和具有权威性,也便于经济和市场管理部门、科研机构与大专院校分析研究市场、进行宏观调控、科学决策、理论研究和教学、生产经营单位获取商业信息。

八年来,这本年鉴还运用统计数据资料对亿元以上商品交易市场进行分析研究,撰写专题文章,一方面将分析研究的成果提供给各方参考,另一方面也起到为读者导读的作用。

随着商品交易市场统计制度的进一步完善,我国的商品流通统计工作将为我国社会主义市场经济的发展,发挥更大的作用。



2007年5月

编者说明

一、《中国商品交易市场统计年鉴—2007》是反映我国大型商品交易市场全貌的资料性工具书。至今已连续出版了八年,旨在通过大量丰富、详实、具体和权威的统计数据,全面系统和多角度地反映中国大型商品交易市场发育和发展情况。本年鉴是各级经济和市场管理部门、科研机构与大专院校分析研究市场,进行宏观调控和科学决策,理论研究和教学的重要资料;也是生产经营单位了解市场、获取商业信息的必备参考用书。

二、本年鉴分为三部分:第一部分专文;第二部分亿元商品交易市场情况;第三部分大型商品交易市场成交情况。并附有主要统计指标解释。

三、年鉴中的亿元商品交易市场统计范围为2006年底前年成交额亿元及以上的商品交易市场。西藏自治区未进行调查。全国性数据均不包括台湾省、香港特别行政区和澳门特别行政区。

四、年鉴中的时期数据为2006年年度数据,时点数据为2006年年末数据。

目 录

第一部分 专文

- 入世满五年我国亿元商品交易市场快步走过 3

第二部分 亿元商品交易市场情况

综 合 篇

(一) 基本情况

- 2-1 历年亿元以上商品交易市场情况 7
- 2-2 历年亿元以上商品交易市场变动情况 7
- 2-3 亿元以上商品交易市场情况(按市场分) 8
- 2-4 亿元以上商品交易市场情况(按摊位分) 9

(二) 市场数

- 2-5 历年亿元以上商品交易市场数量(按市场分) 10
- 2-6 历年亿元以上商品交易市场数量构成(按市场分) 11
- 2-7 历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按市场分) 12
- 2-8 亿元以上商品交易市场数量(按市场和经营方式、状态、环境分) 13
- 2-9 亿元以上商品交易市场数量构成(按市场和经营方式、状态、环境分) 14

(三) 摊位数

- 2-10 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按市场分) 15
- 2-11 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分) 16
- 2-12 历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按市场分) 17
- 2-13 历年亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位分) 18
- 2-14 历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分) 19

2-15	历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按摊位分)	20
2-16	亿元以上商品交易市场摊位数(按市场和摊位分)	21
2-17	亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分)	27
2-18	亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分)	33
2-19	亿元以上商品交易市场摊位数(按市场和经营方式、状态、环境分)	39
2-20	亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	40
2-21	亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位和经营方式、状态、环境分)	41
2-22	亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位和经营方式、状态、环境分)	42
2-23	亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场和经营方式、状态、环境分)	43

(四) 营业面积

2-24	历年亿元以上商品交易市场营业面积(按市场分)	44
2-25	历年亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场分)	45
2-26	历年亿元以上商品交易市场营业面积变动情况(按市场分)	46
2-27	亿元以上商品交易市场营业面积(按市场和经营方式、状态、环境分)	47
2-28	亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	48

(五) 成交额

2-29	历年亿元以上商品交易市场成交额(按市场分)	49
2-30	历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	50
2-31	历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按市场分)	51
2-32	历年亿元以上商品交易市场成交额(按摊位分)	52
2-33	历年亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	53
2-34	历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况(按摊位分)	54
2-35	亿元以上商品交易市场成交额(按市场和摊位分)	55
2-36	亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	61
2-37	亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	67
2-38	亿元以上商品交易市场成交额(按市场和经营方式、状态、环境分)	73
2-39	亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场和经营方式、状态、环境分)	74
2-40	亿元以上商品交易市场成交额(按摊位和经营方式、状态、环境分)	75
2-41	亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位和经营方式、状态、环境分)	76

地区篇

(一) 省、自治区、直辖市

2-42	亿元以上商品交易市场基本情况(按地区分)	77
2-43	历年亿元以上商品交易市场数量(按地区分)	78
2-44	历年亿元以上商品交易市场数量构成(按地区分)	79
2-45	历年亿元以上商品交易市场数量变动情况(按地区分)	80
2-46	亿元以上商品交易市场数量(按地区和市场分)	81
2-47	亿元以上商品交易市场数量构成(按地区和市场分)	84
2-48	亿元以上商品交易市场数量(按地区和经营方式、状态、环境分)	87
2-49	亿元以上商品交易市场数量构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	88
2-50	历年亿元以上商品交易市场摊位数(按地区分)	89
2-51	历年亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区分)	90
2-52	历年亿元以上商品交易市场摊位变动情况(按地区分)	91
2-53	亿元以上商品交易市场摊位数(按地区和摊位分)	92
2-54	亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区和摊位分)	97
2-55	亿元以上商品交易市场摊位数(按地区和经营方式、状态、环境分)	102
2-56	亿元以上商品交易市场摊位构成(按地区和经营方式、状态、环境分)	103
2-57	亿元以上商品交易市场摊位出租率(按地区和市场分)	104
2-58	亿元以上商品交易市场摊位出租率(按地区和经营方式、状态、环境分)	107
2-59	历年亿元以上商品交易市场营业面积(按地区分)	108
2-60	历年亿元以上商品交易市场营业面积构成(按地区分)	109
2-61	历年亿元以上商品交易市场营业面积变动情况(按地区分)	110

2-62	亿元以上商品交易市场营业面积 (按地区和市场分)	111
2-63	亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按地区和市场分)	114
2-64	亿元以上商品交易市场营业面积 (按地区和经营方式、状态、环境分)	117
2-65	亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按地区和经营方式、状态、环境分)	118
2-66	历年亿元以上商品交易市场成交额 (按地区分)	119
2-67	历年亿元以上商品交易市场成交额构成 (按地区分)	120
2-68	历年亿元以上商品交易市场成交额变动情况 (按地区分)	121
2-69	亿元以上商品交易市场成交额 (按地区和市场分)	122
2-70	亿元以上商品交易市场成交额构成 (按地区和市场分)	125
2-71	亿元以上商品交易市场成交额 (按地区和摊位分)	128
2-72	亿元以上商品交易市场成交额构成 (按地区和摊位分)	133
2-73	亿元以上商品交易市场成交额 (按地区和经营方式、状态、环境分)	138
2-74	亿元以上商品交易市场成交额构成 (按地区和经营方式、状态、环境分)	139
(二) 东中西部		
2-75	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量 (按市场分)	140
2-76	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量构成 (按市场分)	141
2-77	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量 (按经营方式、状态、环境分)	142
2-78	东中西部地区亿元以上商品交易市场数量构成 (按经营方式、状态、环境分)	142
2-79	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数 (按市场分)	143
2-80	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按市场分)	144
2-81	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数 (按摊位分)	145
2-82	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按摊位分)	146
2-83	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位数 (按经营方式、状态、环境分)	147
2-84	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按经营方式、状态、环境分)	147
2-85	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按经营方式、状态、环境分)	147
2-86	东中西部地区亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按市场分)	148
2-87	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场分)	149
2-88	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场分)	150
2-89	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积 (按经营方式、状态、环境分)	151
2-90	东中西部地区亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按经营方式、状态、环境分)	151
2-91	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额 (按市场分)	152
2-92	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额构成 (按市场分)	153
2-93	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额 (按摊位分)	154
2-94	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额构成 (按摊位分)	155
2-95	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额 (按经营方式、状态、环境分)	156
2-96	东中西部地区亿元以上商品交易市场成交额构成 (按经营方式、状态、环境分)	156
(三) 六经济区		
2-97	六经济区亿元以上商品交易市场数量 (按市场分)	157
2-98	六经济区亿元以上商品交易市场数量构成 (按市场分)	158
2-99	六经济区亿元以上商品交易市场数量 (按经营方式、状态、环境分)	159
2-100	六经济区亿元以上商品交易市场数量构成 (按经营方式、状态、环境分)	159
2-101	六经济区亿元以上商品交易市场摊位数 (按市场分)	160
2-102	六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按市场分)	161
2-103	六经济区亿元以上商品交易市场摊位数 (按摊位分)	162
2-104	六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按摊位分)	163
2-105	六经济区亿元以上商品交易市场摊位数 (按经营方式、状态、环境分)	164
2-106	六经济区亿元以上商品交易市场摊位构成 (按经营方式、状态、环境分)	164
2-107	六经济区亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按经营方式、状态、环境分)	164
2-108	六经济区亿元以上商品交易市场摊位出租率 (按市场分)	165
2-109	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积 (按市场分)	166
2-110	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积构成 (按市场分)	167

111	2-111	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积(按经营方式、状态、环境分)	168
111	2-112	六经济区亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	168
111	2-113	六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按市场分)	169
111	2-114	六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	170
111	2-115	六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按摊位分)	171
111	2-116	六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	172
111	2-117	六经济区亿元以上商品交易市场成交额(按经营方式、状态、环境分)	173
111	2-118	六经济区亿元以上商品交易市场成交额构成(按经营方式、状态、环境分)	173
111	(四) 大中小城市		
111	2-119	大中小城市亿元以上商品交易市场数量(按市场分)	174
111	2-120	大中小城市亿元以上商品交易市场数量构成(按市场分)	175
111	2-121	大中小城市亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	176
111	2-122	大中小城市亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	176
111	2-123	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按市场分)	177
111	2-124	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分)	178
111	2-125	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位分)	179
111	2-126	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分)	180
111	2-127	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位数(按经营方式、状态、环境分)	181
111	2-128	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按经营方式、状态、环境分)	181
111	2-129	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按经营方式、状态、环境分)	181
111	2-130	大中小城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场分)	182
111	2-131	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积(按市场分)	183
111	2-132	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场分)	184
111	2-133	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积(按经营形式、状态、环境分)	185
111	2-134	大中小城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	185
111	2-135	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按市场分)	186
111	2-136	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	187
111	2-137	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按摊位分)	188
111	2-138	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按摊位分)	189
111	2-139	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额(按经营方式、状态、环境分)	190
111	2-140	大中小城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按经营方式、状态、环境分)	190
111	(五) 35个城市		
111	2-141	35个城市亿元以上商品交易市场数量(按市场分)	191
111	2-142	35个城市亿元以上商品交易市场数量构成(按市场分)	194
111	2-143	35个城市亿元以上商品交易市场数量(按经营方式、状态、环境分)	197
111	2-144	35个城市亿元以上商品交易市场数量构成(按经营方式、状态、环境分)	198
111	2-145	35个城市亿元以上商品交易市场摊位数(按市场分)	199
111	2-146	35个城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按市场分)	202
111	2-147	35个城市亿元以上商品交易市场摊位数(按摊位分)	205
111	2-148	35个城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按摊位分)	210
111	2-149	35个城市亿元以上商品交易市场摊位数(按经营方式、状态、环境分)	215
111	2-150	35个城市亿元以上商品交易市场摊位构成(按经营方式、状态、环境分)	216
111	2-151	35个城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按市场分)	217
111	2-152	35个城市亿元以上商品交易市场摊位出租率(按经营方式、状态、环境分)	220
111	2-153	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积(按市场分)	221
111	2-154	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按市场分)	224
111	2-155	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积(按经营方式、状态、环境分)	227
111	2-156	35个城市亿元以上商品交易市场营业面积构成(按经营方式、状态、环境分)	228
111	2-157	35个城市亿元以上商品交易市场成交额(按市场分)	229
111	2-158	35个城市亿元以上商品交易市场成交额构成(按市场分)	232

2-159	35个城市亿元以上商品交易市场成交额（按摊位分）	235
2-160	35个城市亿元以上商品交易市场成交额构成（按摊位分）	240
2-161	35个城市亿元以上商品交易市场成交额（按经营方式、状态、环境分）	245
2-162	35个城市亿元以上商品交易市场成交额构成（按经营方式、状态、环境分）	246
（六）三大地带		
2-163	三大地带亿元以上商品交易市场数量（按市场分）	247
2-164	三大地带亿元以上商品交易市场数量构成（按市场分）	250
2-165	三大地带亿元以上商品交易市场数量（按经营方式、状态、环境分）	253
2-166	三大地带亿元以上商品交易市场数量构成（按经营方式、状态、环境分）	254
2-167	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按市场分）	255
2-168	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按市场分）	258
2-169	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按摊位分）	261
2-170	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按摊位分）	266
2-171	三大地带亿元以上商品交易市场摊位数（按经营方式、状态、环境分）	271
2-172	三大地带亿元以上商品交易市场摊位构成（按经营方式、状态、环境分）	272
2-173	三大地带亿元以上商品交易市场摊位出租率（按市场分）	273
2-174	三大地带亿元以上商品交易市场摊位出租率（按经营方式、状态、环境分）	276
2-175	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积（按市场分）	277
2-176	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积构成（按市场分）	280
2-177	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积（按经营方式、状态、环境分）	283
2-178	三大地带亿元以上商品交易市场营业面积构成（按经营方式、状态、环境分）	284
2-179	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按市场分）	285
2-180	三大地带亿元以上商品交易市场成交额构成（按市场分）	288
2-181	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按摊位分）	291
2-182	三大地带亿元以上商品交易市场成交额构成（按摊位分）	296
2-183	三大地带亿元以上商品交易市场成交额（按经营方式、状态、环境分）	301
2-184	三大地带亿元以上商品交易市场成交额构成（按经营方式、状态、环境分）	302

第三部分 大型商品交易市场成交情况

3-1	前100家商品交易市场	305
3-2	前100家工业品综合市场	306
3-3	前100家农产品综合市场	307
3-4	前20家纺织服装鞋帽市场	308
3-5	前20家食品饮料烟酒市场	308
3-6	前20家家具市场	308
3-7	前20家小商品市场	308
3-8	前20家文化音像书报杂志市场	309
3-9	前20家机动车市场	309
3-10	前20家金属材料市场	309
3-11	前20家木材市场	309
3-12	前20家建材装饰材料市场	310
3-13	前20家粮油市场	310
3-14	前20家干鲜果品市场	310
3-15	前20家水产品市场	310
3-16	前20家蔬菜市场	311
3-17	前20家肉食禽蛋市场	311
3-18	前20家农业生产资料市场	311
3-19	前20家计算机市场	311
3-20	前20家土畜产品市场	312
3-21	前20家通讯器材市场	312
3-22	前20家五金电料市场	312

3-23	18家药材药品市场	312
3-24	15家花卉市场	313
3-25	10家煤炭市场	313
3-26	前100家其它市场	314
3-27	华北地区前100家市场	315
3-28	东北地区前100家市场	316
3-29	华东地区前100家市场	317
3-30	中南地区前100家市场	318
3-31	西南地区前100家市场	319
3-32	西北地区前100家市场	320

附录 主要统计指标解释 323

3-1	前100家工业品市场	323
3-2	前100家农产品市场	323
3-3	前100家消费品市场	323
3-4	前100家生产资料市场	323
3-5	前100家综合市场	323
3-6	前100家其他市场	323
3-7	前100家小商品市场	323
3-8	前100家文化体育用品市场	323
3-9	前100家机电产品市场	323
3-10	前100家金属材料市场	323
3-11	前100家木材市场	323
3-12	前100家建材市场	323
3-13	前100家服装鞋帽市场	323
3-14	前100家鞋帽服装市场	323
3-15	前100家鞋帽服装市场	323
3-16	前100家鞋帽服装市场	323
3-17	前100家鞋帽服装市场	323
3-18	前100家鞋帽服装市场	323
3-19	前100家鞋帽服装市场	323
3-20	前100家鞋帽服装市场	323
3-21	前100家鞋帽服装市场	323
3-22	前100家鞋帽服装市场	323

附录 主要统计指标解释

3-1	前100家工业品市场	323
3-2	前100家农产品市场	323
3-3	前100家消费品市场	323
3-4	前100家生产资料市场	323
3-5	前100家综合市场	323
3-6	前100家其他市场	323
3-7	前100家小商品市场	323
3-8	前100家文化体育用品市场	323
3-9	前100家机电产品市场	323
3-10	前100家金属材料市场	323
3-11	前100家木材市场	323
3-12	前100家建材市场	323
3-13	前100家服装鞋帽市场	323
3-14	前100家鞋帽服装市场	323
3-15	前100家鞋帽服装市场	323
3-16	前100家鞋帽服装市场	323
3-17	前100家鞋帽服装市场	323
3-18	前100家鞋帽服装市场	323
3-19	前100家鞋帽服装市场	323
3-20	前100家鞋帽服装市场	323
3-21	前100家鞋帽服装市场	323
3-22	前100家鞋帽服装市场	323

第一部分 专 文

文 寺 台 晤 一 策

入世满五年我国亿元商品交易市场快步走过

2006 年是我国加入 WTO 的第六个年头,随着对外开放的不断加快和国内市场经济环境的改善,商品交易市场在扩大规模,加大资源整合,提升品牌形象,创新营销模式等方面又有了较大的发展。商品交易市场服务经济发展、方便群众生活、加快商品流通的功能作用进一步增强。

一、市场总体规模持续扩大

2006 年我国商品交易市场延续了持续增长态势,是入世以来市场数量增加最多,成交额增长速度最快的一年。截止 2006 年底,全国亿元以上商品交易市场数量达 3876 个,比 2005 年增加 553 个,比入世初期的 2002 年增加 618 个;市场摊位数、营业面积分别为 252.8 万个、1.8 亿平方米,年成交额 3.7 万亿元,分别比上年增长 12.4%、37.5%和 23.7%;其中营业面积和成交额比入世初期增长了 75.2%和 87.2%,增速十分喜人。

二、超大型市场发展迅速

2006 年成交额 10 亿元以上的商品交易市场有 743 个,比上年增加 130 个,比入世初期增加 486 个,其中成交额 50~100 亿元的市场有 87 个,比上年增加 27 个,比入世初期增加 59 个;成交额 100 亿元以上的市场有 53 个,比上年增加 7 个,比入世初期增加 30 个。

2006 年 10 亿元以上市场的成交额占全部亿元市场成交额的比重为 75.5%,比上年高 2.1 个百分点,比入世初期高 23.3 个百分点。其中 100 亿元以上市场成交额已占全部亿元市场成交额的近 1/3,比入世初期高 3.1 倍。

2006 年最大的亿元市场成交额达 700 多亿元,比上年多 180 亿元,比入世初期多 500 多亿元。

三、单个摊位规模与效益增速显著

2006 年亿元以上商品交易市场平均摊位营业面积达 71.5 平方米,平均摊位年成交额 146.9 万元,分别比上年增长 22.3%和 10%,比入世初期增长 51.9%和 62.2%。统计显示,市场规模越大,平均摊

位的成交额越高,100 亿元以上市场摊位的年平均成交额达 506.4 万元,是亿元市场的 3.4 倍,10 亿元市场的 2.5 倍;单位营业面积创造的年成交额 100 亿元以上市场达 6.6 万元,是亿元市场的 2.4 倍,10 亿元市场的 1.6 倍。

四、专业市场占据主导,综合市场比重提高

2006 年专业市场无论是市场数量、摊位数,还是营业面积、成交额都是历年来最多的,分别为 2525 个、147.3 万个、1.3 亿平方米和 2.6 万亿元,占全部亿元市场的 65.1%、58.3%、71.3%和 70.8%;与上年相比分别增长 14%、13.1%、47.2%和 23.5%。专业市场尽管占主导地位,但是增速与综合市场相比有所减缓。

2006 年综合市场数量、摊位数、营业面积和成交额分别为 1106 个、91.3 万个、3899 万平方米和 7824.2 亿元,虽然分别只占全部亿元市场的 28.5%、36.1%、21.6%和 21.1%,但比重分别比上年提高 5.4%、4.2%、0.3%和 0.9%,市场数量、摊位数和成交额的增速达 44.2%、27.4%和 28.8%,超过了专业市场的增速。特别是在国家支农惠农政策的扶持下,农产品综合市场数量、摊位数、营业面积和成交额的增长速度尤为突出,市场数量增加了 272 个,摊位数、营业面积和成交额分别增长了 45.8%、89%、79.9%。2006 年农产品综合市场单位营业面积创造的成交额达 2.3 万元,高出亿元市场 10.6%,为促进农民增收起了较大的作用。

五、市场资源整合,促进批发经营效益增长

商品交易市场在促进上游产业结构调整、重组、集中的过程中,已从单纯的交易主体的聚集场所逐步转向为大批发商、大代理商、大经销商的培育基地,由外延式的数量扩张转向内涵式的整合,推动其自身向集中化与规模化经营方向发展,提高了商品交易市场的整体素质和运行效率。由于加大内部资源整合,批发经营比重提升,2006 年以批发经营为主的市场有 2161 个,比上年增加 310 个,比入世初期增加 427 个。批发经营的摊位数、营业面积、成交额分别为 153.4

万个、1.4亿平方米、3万亿元,比上年增长12.3%、55.8%和20.9%,比入世初期增长24.2%、97.6%和92.1%。

2006年批发经营成交额的比重达80%,其中食品饮料烟酒市场、金属材料市场、煤炭市场、粮油市场、水产品市场、蔬菜市场、土畜产品市场、花卉市场等年成交额的90%以上来自于批发经营。

批发经营的效益远远高于零售经营。2006年单位营业面积创造的批发成交额为2.1万元,高出单位营业面积创造的零售成交额的18.2%,其中高出40%以上的市场有土畜产品市场(8倍)、农业生产资料市场(1.6倍)、通讯器材市场(1.3倍)、小商品市场(1.2倍)、纺织服装鞋帽市场(98.4%)、食品饮料烟酒市场(89.8%)、水产品市场(71%)、文化音像书报杂志市场(43.9%)、金属材料市场(40.9%)等。

六、工业化、城市化以及新农村建设,对亿元商品交易市场的需求产生拉动力

工业化和城市化进程的加快,带动了房地产、钢材、汽车等产业的快速增长,2006年钢材、水泥、10种有色金属、主要化工产品以及汽车的产量分别增长25.3%、15.5%、17.2%、9.6%和27.6%,为商品交易市场流通带来发展机遇。2006年商品交易市场中石油及制品类、五金电料类、家具类、汽车类、化工材料及制品类、金属材料类、建筑及装潢材料类等成交额分别增长2.6倍、49.3%、39.7%、39.1%、36.1%、32.2%和22.1%。

加之,2006年农村居民人均纯收入和城镇居民人均可支配收入分别增长7.4%和10.4%;城乡居民购买力增加,消费更加强劲,直接带动了亿元市场中吃穿和部分日用消费品成交额的增长,如金银珠宝类、文化办公用品类、书报杂志类、电子出版物及音像制品类、食品饮料烟酒类、纺织服装鞋帽类等成交额分别增长了52.1%、47.6%、33.3%、35.6%、27.6%和21.3%。

七、区域经济的发展,推动了商品交易市场的建设

东部地区是我国工业生产的主要基地,在企业改制和经济体制完善方面占有绝对的优势,具有较好的人文、经济和社会基础,浙江、江苏、山东、广东、河北等五省,2006年亿元市场数和成交额占全国一半以上,分别增长9.5%、19.3%;单位营业面积创造的年成交额为2.42万元/平方米,增长4%。东部沿海三大地带(环渤海、长三角、珠三角)亿元市场数和成交

额占40.2%和52.5%,增长15.8%和25.6%;单位营业面积创造的年成交额为3.31万元/平方米,高出全部亿元市场61.2%,高出东部地区29.3%。

而西部地区如新疆、青海、内蒙古、宁夏、甘肃等地由于地处边疆,经济基础较薄弱,商品交易市场发展较为缓慢,亿元市场数和成交额仅占全国3.9%和2.2%。单位营业面积创造的年成交额仅为0.6万元/平方米,还不到东部地区的1/5。

值得指出的是,近年来一些中西部地区逐渐重视商品交易市场的发展,如吉林、湖北、河南、四川、贵州、内蒙古、陕西、宁夏等地,亿元市场成交额的增幅均超过30%,有的甚至高达50%以上。

入世五年来,随着我国流通现代化发展,商品交易市场逐渐形成了省、地、县、乡相互承接的体系,产地商品交易市场以当地生产基地为依托,凭借商品成本低、花色品种丰富及更新快的优势,实行产销一体化;集散地商品交易市场发挥资讯、交通和服务的优势,加快了商品流通速度;消费地商品交易市场由无品牌、低档次的交易平台,向商品品牌的集聚地转变,打造和创新出新的产品和品牌,市场自身也得到了改造和升级。2006年产地型、集散地型、消费地型市场数量分别为1127个、1229个和1520个,比上年分别增加了44个、268个和241个,成交额分别增长了10.6%、35.5%和25.3%。其中集散地和消费地农产品市场发展更为突出,成交额的增幅超过入世初期近一倍。

实践证明,商品交易市场只有通过健全的法律法规、高效运行的竞争机制、严格的市场准入制度和现代化的交易方式和手段作保障,才能不断完善、发展、提高,才能在激烈的市场竞争中取得突破,实现可持续发展。

未来的商品交易市场应该是规范经营的场所,绝不允许假冒伪劣商品和商业欺诈行为的存在。同时,未来商品交易市场更不应仅是经营摊位的简单集合,而更多的应成为商品、信息、交通和服务的集合地。成为批发企业之间、批发企业与零售企业之间、批发企业与生产企业之间的横向联合基地,不断地从传统的市场存在形式向新型市场和现代流通组织形式转变,从传统的交易手段向现代营销方式和现代交易方式转变,不断地扩大经营规模,在发展中求得最佳的经济效益。

(王克臣 李敏/文)

第二部分

亿元商品交易 市场情况