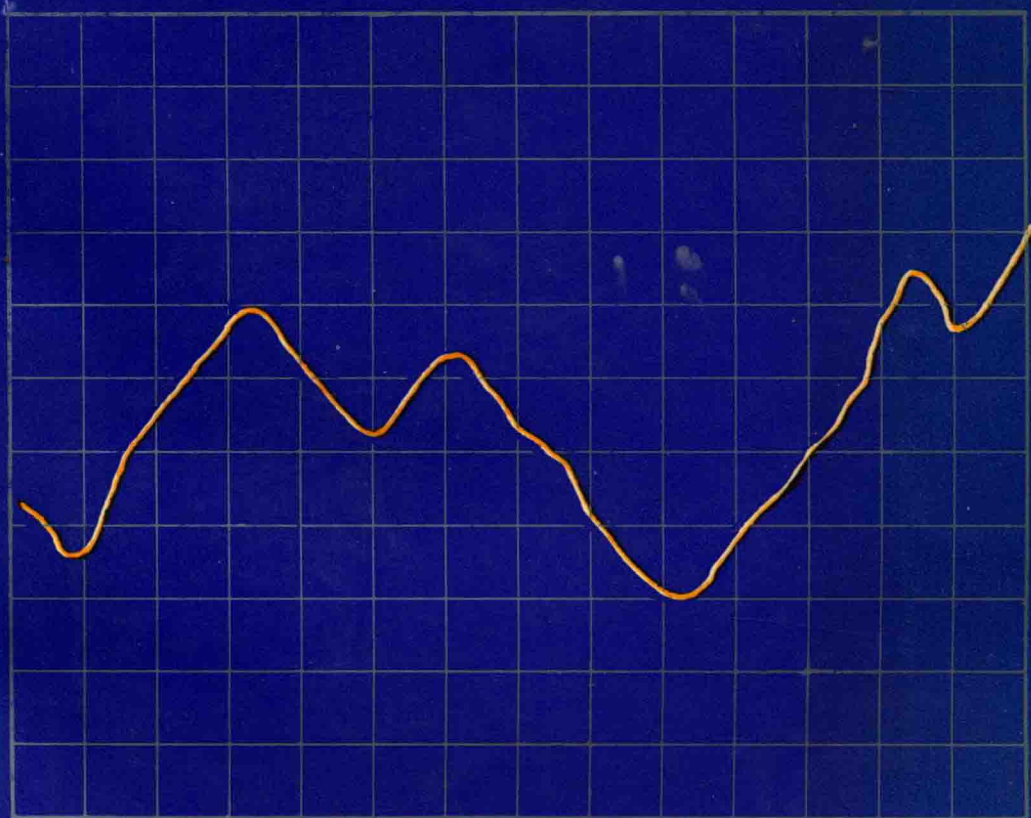


1994 中国市场展望

国家信息中心 编



中国经济出版社

1994 年
中 国 市 场 展 望

国 家 信 息 中 心
1993 年 11 月

(京) 新登字 079 号

责任编辑: 仇士香

封面设计: 张若谷 吕立新

1994 年中国市场展望
中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街 3 号)

(邮政编码: 100037)

各地新华书店经销

北京燕南印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/16 21.875 印张 400 千字

1993 年 11 月第 1 版 1993 年 11 月第 1 次印刷

印数: 2,000

ISBN 7—5017—2842—9 / F · 1994

定价: 50.00 元

序

王 潼

1992年10月，中国共产党第14次代表大会提出建设社会主义市场经济的宏伟目标。1993年是我国全面建设社会主义市场经济的第一年，我国市场体系建设迈出了较大的步伐，“全民所有制工业企业转换经营机制条例”正式实施，以市场为导向的金融、财政(税收)、投资、外贸和外汇体制改革框架正在逐步形成，房地产市场、商品市场继续较快发展，资本市场、劳动力市场、信息市场等要素市场迅速兴起。1994年将是我国社会主义市场经济体制基本框架形成的关键一年，是拓展机遇、加快发展、深化改革的一年。

企业是市场的主体，主体行为与市场密不可分。只有把握市场的现状及其走势，企业才能做出正确、科学的生产经营决策，才能提高经济效益。国家、地区和管理者，只有了解市场的需求和供给状况，准确估计市场价格信号的变化，才能更好地为企业服务，实现管理职能的转变。

国家信息中心及各省、区、市信息中心从事市场预测和分析工作已有10年的历史。过去，主要侧重与计划管理有关的关系国计民生的重要生产资料和工业消费品的市场预测工作，为适应市场经济的发展，从今年起，增加了一些热点消费品的预测分析工作。同时，拓展了预测分析的市场范围，提供了一些金融市场、房地产市场和劳动力等市场的信息及展望。并且，还特别提供了各类价格的预测与分析资料。

《1994年中国市场展望》将为我国各行各业的管理者、生产者、经营者和消费者提供有益的信息，也将给与我国友好合作的国外投资企业和工商企业提供有益的信息。

1993年10月15日

目 录

序

一、全国市场、物价篇

当前我国市场建设的现状和展望	(1)
1993 年全国消费品市场分析及 1994 年趋势展望	(8)
1993 年全国生产资料市场概况与 1994 年展望	(15)
1993 年我国股票市场发展回顾与 1994 年发展前景	(23)
中国国债市场的发展与展望	(29)
1993 年债券市场回顾及 1994 年展望	(37)
1993 年金融运行状况及发展趋势	(41)
我国劳动力市场的运行管理与展望	(48)
我国房地产业开发的现状、走势、问题及对策	(53)
蓬勃发展的中国信息市场	(60)
物价:1993 年态势和 1994 年展望	(65)
1993 年价格改革进程的回顾及 1994 年改革的设想	(71)
1993-1994 年工业生产资料价格变动趋势展望	(77)
1993-1994 年工业消费品价格变动趋势	(84)
1993 年农产品收购价格形势与 1994 年展望	(90)
1994 年服务价格的趋势分析	(95)
1994 年我国房地产价格走势	(100)

二、产品预测篇

1993-1994 年我国电力发展的新局面	(104)
1993-1994 年我国原油及其产品供求预测	(110)
1993-1994 年我国原煤市场展望	(116)
1993-1994 年我国钢铁产需形势分析与预测	(118)
1993-1994 年我国水泥市场评价与预测	(123)
1993-1994 年我国铁合金市场分析与展望	(128)
1993-1994 年我国不锈钢市场分析与展望	(131)
1993-1994 年我国有色金属市场展望	(133)
1994 年我国烧碱、纯碱市场预测	(136)
1993-1994 年我国化肥市场产需分析与预测	(140)
1993-1994 年我国农药市场预测	(146)
我国计算机市场发展与展望	(152)
1994 年我国程控交换机市场预测与分析	(157)
1993-1994 年我国纱和布的市场分析与展望	(161)
1993-1994 年我国棉花生产形势分析与展望	(168)
1993-1994 年我国化学纤维生产形势分析与展望	(173)
1994 年我国粮食供需状况预测与分析	(177)
1994 年我国食用植物油市场展望	(184)
1994 年我国食糖市场展望	(189)
1993-1994 年我国甜菜糖业供求预测	(192)
1993-1994 年我国玉米市场预测与展望	(199)
1993-1994 年我国大豆生产预测	(202)

1994 年我国“两烟”市场预测与分析	(208)
1994 年我国汽车市场框架分析	(215)
1994 年我国摩托车市场供求预测	(221)
1993—1994 年我国自行车市场预测	(227)
1993—1994 年我国房间空调器市场分析与展望	(230)
1993—1994 年我国电视机市场分析	(240)
1993—1994 年我国电冰箱市场展望	(248)
1993—1994 年我国电风扇市场展望	(257)
1993—1994 年我国洗衣机市场展望	(261)
1994 年我国电饭煲市场分析与预测	(267)
1994 年我国家用消毒碗柜市场分析与预测	(269)

三、地区市场、物价展望篇:

浙江省 1993—1994 年消费品市场及物价形势与展望	(272)
四川省 1994 年市场与物价展望	(277)
北京市 1994 年市场环境 with 价格走势分析	(280)
新疆维吾尔自治区 1993—1994 年市场、物价分析与展望	(283)
山东省 1993—1994 年物价、市场形势与展望	(288)
黑龙江省 1993—1994 年市场分析与展望	(295)
云南省 1993—1994 年市场物价分析预测	(299)
河北省 1993—1994 年市场物价趋势分析与预测	(302)
吉林省 1993 年市场形势分析及 1994 年展望	(307)
山西省 1994 年市场物价变动趋势及调控措施	(312)

内蒙古自治区 1994 年市场物价展望 (316)

陕西省 1993 年物价走势及 1994 年展望 (320)

辽宁省 1993—1994 年市场及物价走势的分析与预测 (324)

青海省 1993—1994 年市场发展预测 (327)

广东省 1993—1994 年物价形势分析与预测 (330)

上海市 1993—1994 年的市场与物价 (333)

宁夏回族自治区 1994 年市场展望 (336)

福建省 1993 年市场分析与 1994 年展望 (339)

当前我国市场建设的现状及展望

庞 鸣

积极培育我国的社会主义市场体系，不但是提高资源配置效率、加快国民经济发展的迫切要求，而且是建立社会主义市场经济体制的重要内容。改革开放以来，我国市场体系的培育和建设已经取得突破性进展。经过社会各方面的共同努力，消费品市场初具规模，生产资料市场和资金、房地产、劳务、技术、信息等要素市场有了不同程度的发育，市场机制对生产经营活动的作用范围也逐步扩大。特别是自 1992 年起，在邓小平同志重要谈话和党的十四大精神鼓舞下，全国各地的市场建设呈现出更加积极活跃的态势。当前，我国市场体系的培育和建设正处于全面发展的新时期。

一、市场建设的基本状况

近年来，我国市场建设在过去基础上又有显著进展。根据有关资料汇总，目前全国有生产资料批发市场 2000 多个，工业品批发市场 3700 多个，农副产品批发市场 1800 多个，小商品市场 3600 多个，农产品、中药材、废旧品等其他专业市场近万个，城乡集贸市场 7.9 万个，商品交易所 23 个，从事期货经纪业务的公司 300 余个，物资配送中心 100 多个。起步较晚的要素市场也在迅速发展。众多城市建立了资金拆借、外汇调剂等市场，从事证券交易的机构 300 多个，技术贸易机构近 3 万个，房地产开发经营机构 1.8 万个，产权交易市场 20 多个，人才交流机构和职业介绍所 2000 多个，固定人才市场近 500 个，劳务市场约 1 万个，在工商部门登记注册的咨询和信息机构达 6 万个。

不仅市场的组织规模有相当程度的扩大，各类市场上的交易活动也越来越兴旺。今年 1 至 8 月，我国社会商品零售总额累计为 8554 亿元，比去年同期增长 22.5%，预计全年可突破 13000 亿元，增长幅度在 20% 以上。截止到今年 6 月末，全社会生产资料销售总额和商品房屋销售均比去年同期增长 50% 以上，股票、债券等有偿证券发行额累计约 4400 亿元。目前，上海、深圳两个证券交易所的上市股票已经超过 150 种。初步实行会员制、保证金制等规范化管理措施的市场运行状况良好。其中有代表性的是去年 5 月底开业的上海金属交易所，拥有会员单位 55 个，一年里交易有色金属 860 多万吨，交易额近 1600 亿元。小商品市场等初级市场更是充满活力。1992 年全国城乡集贸市场的商品成交额达到 3530 亿元，比上年增长 34.6%，占当年社会商品零售总额的 25.2%。

在这个过程中，市场机制的作用进一步扩大和强化。目前，从市场调节的比例看，在生产资料中达到 80%，在农副产品中达到 85%，在工业消费品中达到 95%。随着经济体制改革的深入，指令性计划指标不断缩减。在农产品、农业生产资料和工业消费品中，国家计划管理的品种已由 1979 年的 68 种减少到 15 种。国家统一分配的工业生产资料，已由 256 种减至 19 种。今年以来，全国绝大多数地区陆续放开粮食价格和经营，从而使粮食这一关系国计民生的重要商品全面进入市场调节轨道。

近年来我国市场建设的进展还表现在：

——市场主体的构成进一步多元化。国有企业随着经营机制的逐步转换，越来越多地受到市场力量的支配。非国有企业的成长更是引人注目。目前，国有企业、集体企业、“三资”企业、私营企业、个体工商业主以及各种股份制企业等多种经济成分在市场中并存、竞争和共同发展的格局已经确立。——市场的组织化程度有所提高。尤其是在商品市场中，跨地区、跨行业的企业集团稳步发展，实行集中交易、统一结算的商品交易所和批发市场起步较快，对零售商店连锁化经营的探索在北京、上海等城市方兴未艾。

——与国际市场的对接面逐步扩大。一些进入商品市场、资金市场、技术市场的资源及其价格已在不同程度上与国际市场接轨，并按国际市场规则交易。商业零售、金融等领域先后开始实行对外开放并取得初步进展。

——市场的法律法规建设得到加强。去年 4 月以来，全国人大及其常委会先后通过税收征收管理法、产品质量法和反不正当竞争法等法律，修改了商标法、专利法、经济合同法，并作出关于惩治偷税漏税、假冒注册商标和制售伪劣商品的补充规定和规定。国家行政机关也制定出一系列法规，涉及范围主要有证券交易、资金拆借、现金管理、会计结算、土地开发经营、烟草专卖、广告宣传等。

与此同时，各级政府越来越关心和重视市场体系的培育和建设，并发挥出更加积极的作用。国家许多部门都将培育市场作为一项重要工作任务加以明确，并为此积极转变职能和调整内部机构设置。国家有关综合部门和一些专业部门还多次组织全国性会议，研究和部署市场建设工作。国家对市场运行的宏观调控也在加强。不久前采取的整顿资金、房地产等市场秩序的各项措施已初见成效，一些重要商品的国家储备制度、价格调节基金制度和市场监测系统正在逐步建立。在许多地方，市场建设已列入政府的重要议事日程，并有专门机构负责。概括地看，地方政府为推动市场建设所采取的措施主要有：研究发展规划，增加资金投入，实施扶持政策，积极协调服务，以及重点培育大型骨干市场和具有地方特色的专业市场等等。

我国市场建设如此迅猛的发展，对于优化资源配置、提高经济效益、扩大改革开放和推动社会进步，都起到了十分积极的作用。实践已经并将继续证明，加快市场建设是增强我国综合国力的有效途径。

二、当前存在的一些主要问题

应当承认，尽管我国的市场建设已经大大前进了一步，但仍处于初级阶段。从总体上看，我国的市场发育仅仅是开始，其体系框架尚未形成。目前，除各类市场在组织规模、运营方式、交易手段和功能设置等方面所达到的水平不高外，还存在一些深层次的矛盾和问题，主要是：

1. 市场结构很不合理

要素市场的发育程度明显低于商品市场，商品市场中的生产资料市场又明显滞后于生活资料市场。即使在发育最早的生活资料市场内部，批发市场的发育状况远不如零售市场，中西部地区与东部地区之间、城镇与乡村之间的市场发育程度也有较大差距。尤其是要素市场，结构不健全的矛盾更为突出。例如资金市场，有价证券、短期拆借以及外汇调剂等三大市场已形成一定网络，而贵金属、保险和票据贴现等市场的规模甚小。

2. 市场秩序相当混乱

在市场交易中，普遍存在使用欺诈性手段、偷税漏税、行贿受贿、人情交易、强买强卖和价格紊乱等现象，少数大企业联合控制资源、限定价格和拒绝购销等不正当竞争行为有所增多。由于利益驱动，一些地方和部门对市场运行的行政干预过度，例如在进场资格、征收税费、场地安排等方面实行内外有别、厚此薄彼的标准，动用行政手段互设壁垒、封锁市场和垄断资源等现象也十分严重，致使市场竞争演变成地区或部门之间的竞争。从一些部门派生出来的经济实体未与行政脱钩，在市场上常常利用行政手段从事交易活动，使市场供求明显受到非经济因素的干扰，更是加剧了市场秩序的不规范状态。

3. 市场主体到位迟缓

《企业法》和《全民所有制企业转换经营机制条例》颁布实施以后，企业的自主权得到进一步落实，但由于政企职责不清的问题依然存在，来自各方面的行政干预常使其难以根据市场信号进行生产、经营和投资等方面的决策。特别是许多国有企业缺乏商品生产者和经营者的独立地位，既要完成利润指标，又要承担政府调控市场的部分职能，加上与非国有企业在税收、贷款、收入分配、福利和社会负担等政策上有差别，往往很难把握市场主动权，还不能真正作为市场主体去参与竞争。

4. 价格体系尚未理顺

一是国家对生产要素价格定价的范围仍然偏大，一些重要生产资料的价格还实行“双轨制”。二是有些商品定价权下放或价格放开后，不少地区或有关部门仍通过规定作价办法或各种差价率来控制价格。三是工农业产品价格剪刀差又有所扩大，轻重工业产品比价以及重工业内部产品比价再度出现不合理现象，一些基础产业部门的价格依然偏低。四是国内市场商品价格的形成与国际市场脱节。

5. 宏观管理明显薄弱

首先是市场法制建设相当滞后。至今没有制定出市场法、反垄断法、公平交易法、公司法、工商行政管理法等规范市场基本关系的综合性法规，规范各专门市场和特定市场行为的法规还不多，已经实施的一些法律法规也有待修改和完善。在这种状态下，市场运行中普遍存在着无法可依、无章可循和执法不严或不当的现象。其次是调控不力。市场建设在总体上缺乏合理规划、分类指导和有效协调，管理商品交易所等重要市场的专门机构尚未建立。由于调控体系不健全以及操作手段不完备和经验不足等原因，使得对市场的调控有时力度不够，有时则动作迟缓或走形。在建立市场的自律机制和发挥中介组织作用等方面，政府也未能给予足够的重视和指导。目前，大多数市场的管理仍是按条块进行，以致政出多门，各行其是，各种纠纷屡屡发生。

除此之外，在市场建设中的一些做法也有悖于市场发育的内在规律。其一，偏重数量。在许多地方，市场建设被简单地等同于建市场、盖大楼，一味进行有形市场的数量和规模扩张，忽视无形市场建设。甚至有些地方或部门为显示“政绩”，往往硬性规定建市场的数量指标。结果造成不必要的重复建设和资源浪费，相当一批市场出现有场无市的“空壳”现象。其二，盲目发展。一些地方的现货市场刚刚发育，价格、金融、通讯、人员等诸多条件远未具备，就急于为发展期货市场划地投资。甚至还有一些地方缺乏对期货交易的起码了解，提出要办服装、水果等期货市场。其三，人为定级。一些地方以为市场级别越高，辐射面和吸引力就越大，因而动辄就要建省级或国家级市场，热衷于为市场定级别的现象也较为普遍。其四，以市营利。有些地方办市场的动机想把市场当做“摇钱树”，弥补行政开支等费用的不足，因而对进场交易者任意收费。

对于上述矛盾和问题，必须有足够的重视，并要认真加以解决。否则，将严重影响市场建设的健康发展，阻碍市场机制作用的进一步发挥。然而也应当看到，这些矛盾和问题的存在以及根本解决，都脱离不开我国社会经济发展状况、体制转换程度和人们对市场经济的认识水平。换言之，我国市场建设从不成熟到成熟、从无序到有序是一个客观过程。因此，对于我国市场体系的建立

和完善，既要有紧迫感，又应当作持久努力。

三、对今后市场建设的展望

在我国，除生活资料市场于七十年代末开始全面发育外，生产资料市场和其他要素市场的发育都是从八十年代中期才开始的，只是近年来发展速度有所加快而已。因此，现阶段市场建设的主要任务是继续大力培育各类市场，促进市场体系框架的基本形成。

从当前和今后一个时期的发展趋势来看，我国市场建设的步伐是能够进一步加快的。其理由，首先在于我国国民经济将保持较高的增长速度，对各种经济资源和社会资源的需求会继续大幅度增加，不同经济主体之间的联系也将不断密切和扩大，因而必然在客观上要求市场容量与之相匹配，推动原本滞后的市场在广度上和深度上快速地向扩展。同时，国家将继续深化计划、投资、价格、财政、税收、金融、外贸等领域的体制改革，其中一些领域的改革在近期内会明显加大力度，这些举措将有力地推动市场建设的全面发展。还有一点是，随着实践的发展，越来越多的地方体会到市场建设对于本地区经济社会发展的促进作用，发展市场的积极性很高，行动更加坚决。

当然，同近一年多来的情况相比，市场建设的发展速度可能会有一定程度的减缓。这主要是由于，为保证整个经济能够持续协调地增长稳定，国家还将继续从严控制固定资产投资规模，整顿金融、财政、房地产等领域的秩序，并不断加强对市场建设的宏观指导和调控，限制一些市场的盲目发展。就全局而言，应该说这种降温对市场建设的健康的发展是有益的。

我国市场建设的目标，是要逐步建立和健全与社会主义市场经济发展相适应的市场体系。这一体系必须是统一、开放、竞争、高效和有序的，而且还应当具有健全的结构、合理的层次以及完备的功能。现实清楚地表明，实现这一目标是一项开拓性事业，同时又是一项艰巨复杂的系统工程。为此，必须充分调动社会各方面的积极性，并对市场建设进行精心组织。针对目前情况，在市场建设上应当着重解决以下环节：

1. 制定发展规划

这种规划不是依靠行政手段解决各类市场的布点和数量指标问题，而是提供使市场建设沿着正确方向快速发展的“指示器”。为此，需要对市场发育的基本情况进行深入细致地调查研究，全面摸清现状，分析问题及其原因，找出有利条件和不利条件。在此基础上，结合经济和社会发展规划的制定，对市场体系总体框架的形成以及各类市场的发展提出具有指导性和可操作性的意见和要求，包括基本目标、阶段性任务和政策措施等。

2.健全市场结构

一般地说，市场发育具有时序性。譬如，在市场体系中处于基础地位的商品市场总是先于要素市场的发育，许多要素市场也是在一级市场发育到一定程度后才出现二级市场。但是无论如何，市场结构过于失衡，各类市场的发育程度差异过大，则属于不正常状态。如果任其长期存在，不但会阻碍各类市场自身功能的充分发挥和进一步发展，而且将限制市场配置资源的范围和作用效果，不利于整个市场体系的形成。因此，应当按照鼓励与限制相结合的原则，综合运用经济手段、法律手段、信息手段和必要的行政手段，采取有效措施来促进各类市场及其内部分支的协调发展。目前，应当重点发展商品市场中的批发市场，特别是生产资料批发市场；同时应积极发展资金、劳动力、房地产等三大要素市场。

3.搞好配套建设

一是加快法制建设，尽快制定一批规范市场基本关系、特定市场行为的法律法规，修改和完善不适应形势发展的法律法规。二是深化经济体制改革，特别是与生产资料市场和要素市场发育密切相关的各项改革以及企业制度改革。三是增加物质投入，扭转交通运输、邮电通信和仓储设施等建设滞后的状况。四是抓紧组织培养专门人材，运用各种宣传媒介普及有关市场经济的知识。五是加强示范引导，在试点的基础上积极稳妥地推进期货市场、中外合资商业零售企业等高级组织形式的发展。六是建立中介组织，积极扶持为市场建设服务的行业自律、信息咨询等机构。

4.完善调控手段

我国的市场建设刚刚起步不久，尚未经受市场波动的考验。而当一旦出现较大波动，能否控制得住，是一个至关重要的问题。在这方面，一些市场经济发达国家曾有过严重教训。因此，在加快我国市场建设的过程中，迫切需要尽快完善调控手段，以便保证市场的稳定运行，尽可能地避免发生大的曲折。除要掌握相应的法律手段和行政手段外，还应当充实强有力的经济手段和物质基础。例如在商品市场方面，应当进一步建立健全粮食、棉花、化肥、植物油、食糖、成品油、钢材、煤炭、水泥、有色金属、木材等重要商品的分级储备制度。合理解决储备结构、品种、周转期、承担者和动用程序等问题，并抓紧建立市场调节基金。对保证各类要素市场稳定运行的调控手段，也应当及时建立和完善起来。

总而言之，我国的市场建设需要加快发展，而且现在也有条件加快发展。在由计划经济向市场经济转轨的时期，市场建设的任务是相当繁重的。只有在各级政府的统一部署和精心组织下，使社会各方面进一步形成合力，大胆实践

探索，勇于开拓进取，及时对实践作出科学总结，注意借鉴国外的有益经验，才能使市场建设更快更好地向前发展，不断达到新的高度。

(作者单位：国家计委)

1993年全国消费品市场分析及1994年趋势展望

步德迎

一、1993年消费品市场状况的总体分析

1993年1—8月,全国社会商品零售总额实现6986亿元,比上年同期增长22.5%,其中居民消费6096亿元,增长25.4%,社会集团消费681亿元,增长29.6%。从发展动态看,93年上半年消费品零售额经季节调整后的月环比速度已有连续三个月超过88年月环比速度的最高值,可见市场升温之迅速。与此同时,零售物价总指数也出现较快的加速上升势头。

1993年消费品市场的变化,可分为两个阶段,6月份以前是逐月升温,7月份开始逐月降温,经历了一个由热转冷的过程。1—8月各月社会商品零售总额的增长速度分别为18.9%、11.1%、18.5%、25.4%、27.3%、28.4%、26.5%和23.9%,呈现出一个由低到高又由高到低的运行轨迹。与此同时,全国社会商品零售物价总指数则保持了由低到高逐月攀升的趋势,剔除价格因素后各月社会商品零售总额的增长速度分别为9.7%、2.1%、7.5%、13.1%、13.2%、12.7%、10.1%、7.6%,除4、5、6月呈明显的销售高潮外,其余各月增长平稳甚至偏低,1—8月平均增长9.5%,比1992年平均增幅还低0.3个百分点,说明物价上升是93年市场需求增长的重要因素。

二、各地区需求增长的对比分析

从各地区社会商品零售总额增长速度看,增长最快的为东南沿海地区,1—8月,上海增长36.7%,江苏增长30.7%,浙江增长29.1%,福建增长30.6%,广东增长34.3%,海南增长36.8%,山东增长23.9%,北京增长29.0%,西南边陲的云南由于边贸活跃,市场销售增长突出,社会商品零售总额增幅达27.4%,而经济增长落后的西北和西南地区需求增长最慢。

结合工业生产来分析各地的需求增长,可以发现一个有趣的现象,也是1993年我国地区消费需求的一个特点,即工业生产增长最快的华东和中南地区各省消费需求增长速度最高,但其中绝大多数省份需求的增长速度慢于工业生产,而许多工业生产增长相对较低的省份需求的增长则快于工业生产,这说明我国消费需求有较强的刚性和攀比性。

我们将消费按照地域划分为城市地区、县级地区和县以下农村地区三块,从理论上讲,消费需求增长的快慢应与经济的发达程度相适应,而实际上并非完全如此,1—8月份,三类地区消费品零售额增长速度分别为城市地区31.5%,县

级地区 15.5%，县以下农村地区 18.9%，经济发达程度相对于农村地区更高的县级地区消费需求反而慢于农村地区，这可以说是消费品市场的又一个特点。

三、各大类商品需求增长分析

耐用消费品的旺销成为 1993 年上半年市场繁荣的一大支柱。除了彩电、冰箱、洗衣机、录音机、照相机等的销售由滞转畅，空调器、热水器、微波炉、电话机、摩托车、高档自行车等形成多个消费热点。据国家统计局统计，1—8 月份，全国销售彩电 452 万台、电冰箱 310.5 万台、洗衣机 402 万台、录音机 516.5 万台、照相机 117.2 万台，分别比去年同期增长 17.0%、23.9%、25.1%、13.0% 和 11.3%。据全国市场监测系统各地监测部门的反映，大批未列入国家统计的耐用消费品如空调器、热水器、微波炉、电话机、摩托车、高档自行车、抽油烟机等销售都有大幅度的增长。

1993 年上半年的另一个消费热点是黄金饰品。据各地反映，继 1992 年黄金饰品持续热销之后，1993 年黄金饰品市持续升温，价格一涨再涨，有的地方由年初的每克 100 元左右涨至每克 140 元以上，销售量成倍增长，许多地方形成争购局面。

食品和穿着类商品的销售不畅，与耐用消费品的旺销形成鲜明对比。1—8 月份，在国家统计的 9 种食品销售中，食用植物油增长 14.2%，水产品增长 10.3%，酒增长 4.4%，食糖持平，粮食、肉、蛋等下降 4~16% 不等。穿着类商品中，服装增长 17.0%，棉布增长 3.4%，呢绒、绸缎均为负增长。

在不同档次的各类商品中，高档商品最为畅销，消费者质量意识提高，在选购商品时首先追求优质名牌商品，价格只能放在次要位置考虑，这一方面是由于广告的效应，另一方面是由于人们对商品质量普遍不放心所致。

从 7 月份国家采取一系列加强宏观调控的措施后，过热的消费品市场迅速降温，耐用消费品和黄金饰品的销售增速大幅度回落，到 8 月份为止，多数商品已进入负增长局面，市场进入一个新的调整阶段。

四、1993 年上半年消费需求趋热的原因分析

1. 由于外资的大批涌入，导致投资超高速增长，直接或间接地引起消费需求的大量增加。1~8 月份，国有制单位固定资产投资完成额比去年同期增长 68.5%，增速比去年同期加快 29.1 个百分点，按投资与消费转化的经验比例 40% 计算，因投资加快导致消费多增加 233 亿元。

2. 由于投资的拉动，工业生产出现超高速运转，职工工资相应有了大的提高，因而居民购买力大大增强；1992 年农业丰收和国家对解决农村白条问题的重视，