2002

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

国家统计局贸易外经统计司 编

Compiled by the Department of Trade and External Economic Relations Statistics, National Bureau of Statistics

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

中国统计出版社
China Statistics Press

中国市场统计年鉴

MARKET STATISTICAL YEARBOOK OF CHINA

2002

国家统计局贸易外经统计司　编

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

中国市场统计年鉴.2002/国家统计局贸易外经统计司编.
—北京:中国统计出版社,2002.11
ISBN 7-5037-3949-5

Ⅰ.中…
Ⅱ.国…
Ⅲ.国内市场—统计资料—中国—2002—年鉴
Ⅳ.F723—54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 085341 号

中国市场统计年鉴—2002

作　　者/国家统计局贸易外经统计司
责任编辑/陈悟朝
装帧设计/张　冰
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　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/(010)63459084、63266600—22500(发行部)
印　　刷/科伦克三莱印务(北京)有限公司
经　　销/新华书店
开　　本/787×1092mm　1/16
字　　数/540 千字
印　　张/23.625
印　　数/1—1500 册
版　　别/2002 年 12 月第 1 版
版　　次/2002 年 12 月北京第 1 次印刷
书　　号/ISBN 7—5037-3949-5/F·1513
定　　价/156.00 元

《中国市场统计年鉴—2002》

编辑委员会

编辑说明

一、《中国市场统计年鉴》是一部信息密集的资料性年刊，已经连续出版了12年，旨在通过大量、丰富、翔实的统计数据，准确、系统、立体式、多视角地呈现中国社会主义市场的发育和发展全貌。本年鉴编排体系科学规范，信息容量广阔充实，是工农业生产者和商业经营者安排生产和经营、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8个部分：专文、中国市场的重要地位、中国商品市场（一）、中国商品市场（二）、中国市场重点企业、中国商品交易市场、中国要素市场、中国市场物价以及主要统计指标解释。

三、本年鉴中全国性统计数据均未包括台湾省、香港特别行政区及澳门特别行政区。

目　录

一、专文

二、中国市场的重要地位

三、中国商品市场(一)

四、中国商品市场(二)

五、中国市场重点企业

六、中国商品交易市场

七、中国要素市场

八、中国市场物价

一、专　　文

2001年社会消费品零售总额同比增长10.1%

2001年，由于国家采取以扩大内需为主拉动经济增长的方针，国内消费品市场商品销售保持了较快增长速度。全年社会消费品零售总额37595.2亿元，比上年增长10.1%。其中：一季度9256亿元，比上年同期增长10.3%；二季度8659.2亿元，增长10.3%；三季度8877.7亿元，增长9.8%；四季度10802.3亿元，增长10%。

分商品销售地域看：城乡销售增长差异明显。城市零售额23543.4亿元，比上年增长11.5%；县及县以下零售额14051.8亿元，增长7.7%。

分行业看：批发零售贸易业零售额25510.8亿元，比上年增长10.7%；餐饮业零售额4368.9亿元，增长16.4%；其他行业零售额7715.5亿元，增长4.9%。

分商品销售类别看：限额以上批发零售贸易业零售累计，吃的商品类增长10.4%，其中饮料类增长17.1%，其他食品类增长12.8%；穿的商品类增长10.9%；用的商品类增长9.1%，其中通讯器材类增长51.7%，石油及制品类增长27.9%，建筑及装潢材料类增长28.1%，汽车类增长16.4%，文化办公用品类增长16.2%，书报杂志类增长10.5%，体育、娱乐用品类增长7.6%，家用电器和音像器材类增长6%。

限额以上批发贸易企业与零售贸易企业经济效益差别明显。从总体看，限额以上批发零售贸易企业经济效益状况仍然不好，主要原因是批发企业经济效益较差所致。全年限额以上批发贸易企业与零售贸易企业实现商品销售收入净额30071亿元，比上年同期增长6.1%，其中批发业增长4%，零售业增长18.3%；毛利率7.63%，其中批发业6.71%，零售业12.16%；费用率7.7%，其中批发业6.53%，零售业13.46%；实现利润总额333.5亿元，比上年同期增长0.7%，其中批发业下降3.8%，零售业增长56.8%。

消费品市场主要情况和特点：

一、扩大内需政策有力地推动了商品销售的增长

2001年，由于世界经济整体增长趋缓，党中央及时采取了以扩大内需为主拉动经济增长的方针，对消费品市场产生了十分明显的影响。一是两次给行政、事业单位职工增加工资，全国大部分地区还提高了最低生活保障线水平，并采取各种措施保障农民的收入，有力地提升了中低收入者的消费信心和实力。二是住房制度改革继续深化，促进居民住房需求不断扩大，商品房销售保持高速度增长，带动了装饰装修用品以及耐用消费品销售的增长。三是继续推进假日经济，形成消费热潮，拉动市场销售增长。约占全年三分之一时间的节假日已成为消费品市场的黄金时段。四是有关部门对一些过时的限制消费的政策做了一定清理，放开了国产轿车价格，采取措施促进家庭汽车消费，一定程度上拉动了销售增长，拓展了居民消费空间。

二、商务会展等活动拉动商业和餐饮业快速增长

2001年，各种跨地区、跨国公务活动和商务会展活动急剧增多，如北京成功申奥、世

界大学生运动会、足球"十强赛"和中国足球队首次进入世界杯决赛、上海 APEC 会议、全国九运会及各种大型商务会展活动等，使举办城市和地区人气集聚，消费品市场销售升温。其中对餐饮市场的发展拉动尤为突出。今年以来，餐饮业零售额保持了 15%以上的增长速度，拉动社会消费品零售总额多增长 0.8 个百分点，餐饮业零售额占社会消费品零售总额的比重达到 11.6%，1998—2000 年分别为 9.7%、10.3%和 11%。

三、市场竞争激烈，商品销售活跃

2001 年，我国消费品市场竞争白热化，消费品生产企业之间、商业企业之间以及商业企业不同业态之间形成激烈竞争。打折让利、降价竞销、赠品促销等市场行为在一定程度上活跃了消费品市场，促进了销售额的增长。

除在促销方面的竞争外，经营主体也加紧朝着现代商业形式演变。目前，具有现代经营理念的大型连锁超市、便民店等业态，更能适应我国广大城镇居民的消费需求，已成为市民购买食品和其他日常生活用品的主要场所，其销售增长速度一直位居零售企业前列。

主要问题和建议：

(一)加快现代商业建设，促进国内消费品市场的健康发展。

首先，在消费水平较高的中心城市应大力发展和规范百货商店、超市和连锁经营商业，对批发市场和小商品市场，应结合具体情况适当给予一定的限制。

其次，对大型百货和连锁经营商业企业集团的跨区域重组，要在政策上给予一定的优惠，解决好重组过程中的产权问题，打破地方保护，以适应开放市场的形势。

第三，在扩张规模的同时，必须注意发展的质量，形成名店效应，而不能单纯依靠降价。

(二)采取有效措施稳步提高城乡居民购买力水平。

消费品市场发展依赖于城乡居民收入的稳定增长，目前城镇居民收入虽有一定增长，但与支出预期相比，广大中低收入者消费能力仍显不足，需加大力度培育购买力，稳步提高居民收入水平。

(三)切实实施鼓励消费政策，促进新的消费热点的形成。

应积极采取措施鼓励家庭汽车的消费，加大消费环境的改善力度，取消地方附加的各种不合理收费，简化购买手续，以促进新的消费增长点。

四、继续整顿市场经济秩序

在发展市场的同时，整顿和规范市场经济秩序，打击不法经营者，保护消费者利益，使消费者放心购买，安心消费。(罗卫华/文)

二、中国市场的重要地位

2—1 中国市场的一天

项　目	单　位	1985 年	1990 年	1995 年	1999 年	2000 年
一、国内生产总值	**亿元**	**24.56**	**50.82**	**160.21**	**244.94**	**262.83**
#第三产业增加值	亿元	7.00	15.93	49.17	81.38	88.37
#批发零售贸易、餐饮业	亿元	2.41	3.89	13.51	20.02	21.43
二、批发零售贸易业主要商品销售量						
粮　食	万吨	26.72	25.29	18.11		11.19
猪和猪肉	万吨	20.19	28.44	0.99		
棉　布	亿米	0.15	0.09	0.09		
电 视 机	万部	2.90	3.55	5.09	5.59	5.75
影 碟 机	万台				1.38	1.34
录 像 机	万部			0.64	0.02	0.02
房间空调器	万台				2.23	2.69
洗 衣 机	万台	1.36	1.25	2.49	2.43	2.13
电 冰 箱	万台	0.32	0.89	2.12	2.30	2.27
化学肥料	万吨	17.07	27.46	25.17	16.42	14.41
汽　车	万辆			0.37	0.37	0.40
汽　油	万吨				17.62	19.33
钢　材	万吨			14.84	12.20	14.08
水　泥	万吨			6.18	2.80	2.75
煤　炭	万吨			65.77	59.84	65.91
三、集贸市场商品成交额	**亿元**	**1.40**	**5.94**	**31.53**	**86.38**	**89.94**
四、社会消费品零售总额	**亿元**	**10.41**	**19.86**	**56.49**	**93.57**	**103.00**
市	亿元	4.34	10.65	33.91	57.84	64.50
县	亿元	2.02	3.66	8.00	11.55	12.56
县以下	亿元	4.05	5.55	14.58	24.18	25.94
五、新增储蓄存款	**亿元**	**1.12**	**5.17**	**22.26**	**13.63**	**25.84**
六、劳动力交流成功人数	**万人次**			**3.40**	**2.67**	**3.37**
七、技术市场成交额	**亿元**			**0.74**	**1.78**	**2.14**
八、广告营业额	**万元**	**151.44**	**685.41**	**7486.82**	**19525.02**	**21777.74**
九、注册商标	**件**	**61.00**	**86.00**	**252.00**	**434.45**	**555.72**
十、批准专利	**项**	**0.40**	**62.00**	**123.00**	**288.62**	**313.02**

注：批发零售贸易、餐饮业主要商品销售量统计范围：1985 年、1990 年为社会商业销售量，其中猪和猪肉的计算单位为“万头”；1995 年以后为限额以上贸易业销售量；粮食、猪和猪肉 1998 年和 1999 年销售量为系统数据；棉布 1999 年销售量为系统数。