

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

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。

《中国市场统计年鉴—2002》

编辑委员会

主 编 贺 铿

副 主 编 翟志宏 王克臣 丁延生

编 委 王贵璠 王 智 严先溥 龙 玲

编 辑 （按姓氏笔划排名）

王贵璠 李 敏 杜 燕 罗卫华

郑学工 陈群林 袁海英

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

2001 年社会消费品零售总额同比增长 10.1%	(3)
---------------------------------	-----

二、中国市场的重要地位

2-1 中国市场的一天	(7)
2-2 国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重	(8)
2-3 各地区国内生产总值	(9)
2-4 各地区国内生产总值构成及批发零售贸易、餐饮业所占比重	(10)
2-5 国家财政收支总额	(11)
2-6 金融机构现金收入与支出	(12)
2-7 金融机构信贷资金平衡表(年末余额)	(13)
2-8 货币流通量同相关指标的关系	(14)
2-9 国民经济主要比例关系	(15)
2-10 社会消费品零售总额和工农业总产值的比例	(16)
2-11 各地区商品进出口总额及限额以上批发零售贸易业所占比重	(17)

三、中国商品市场(一)

3-1 社会消费品零售总额变动情况	(21)
3-2 社会消费品零售总额分月情况(2001 年,按销售单位所在地分) ..	(22)
3-3 社会消费品零售总额分月情况(2001 年,按行业分)	(23)
3-4 各地区社会消费品零售总额(2001 年,按销售单位所在地分)	(24)
3-5 各地区社会消费品零售总额(2001 年,按行业分)	(25)
3-6 历年社会消费品零售总额(按销售单位所在地分)	(26)
3-7 历年社会消费品零售总额变动情况(按销售单位所在地分)	(27)
3-8 历年社会消费品零售总额构成(按销售单位所在地分)	(28)
3-9 历年社会消费品零售总额(按行业分)	(29)
3-10 历年社会消费品零售总额变动情况(按行业分)	(30)
3-11 历年社会消费品零售总额构成(按行业分)	(31)
3-12 全国城乡居民储蓄存款年末余额和年增加额	(32)
3-13 各地区城镇居民人均收入	(33)
3-14 农民人均纯收入	(34)
3-15 各地区农民人均纯收入	(35)
3-16 各地区农民人均纯收入(2001 年,按来源分)	(36)

3-17	城镇居民家庭平均每人全年消费性支出·····	(37)
3-18	各地区城镇居民家庭平均每人全年消费性支出·····	(38)
3-19	城镇居民家庭人均购买商品数量(2001年,按收入等级分)·····	(45)
3-20	城镇居民家庭百户耐用消费品拥有量(2001年,按收入等级分)···	(46)
3-21	各地区城镇居民家庭百户主要消费品拥有量·····	(47)
3-22	农民家庭人均生活消费支出构成·····	(51)
3-23	各地区农民家庭人均生活消费支出·····	(52)
3-24	各地区农民家庭人均生活消费现金支出·····	(53)
3-25	农民家庭人均主要消费品消费量·····	(54)
3-26	农民家庭百户耐用消费品拥有量·····	(54)
3-27	各地区农民家庭人均主要食品消费量·····	(55)
3-28	各地区农民家庭百户主要消费品拥有量·····	(56)

四、中国商品市场(二)

(一)批发零售贸易、餐饮业基本情况

4-1	限额以上批发零售贸易、餐饮业基本情况(按登记注册类型分)···	(61)
4-2	限额以上批发零售贸易、餐饮业基本情况(按国民经济行业分)···	(64)
4-3	各地区限额以上批发贸易业基本情况·····	(66)
4-4	各地区限额以上批发贸易业基本情况(按登记注册类型分)·····	(67)
4-5	各地区限额以上批发贸易业基本情况(按国民经济行业分)·····	(78)
4-6	各地区限额以上零售贸易业基本情况·····	(101)
4-7	各地区限额以上零售贸易业基本情况(按登记注册类型分)·····	(102)
4-8	各地区限额以上零售贸易业基本情况(按国民经济行业分)·····	(113)
4-9	各地区餐饮业基本情况·····	(121)
4-10	各地区限额以上餐饮业基本情况·····	(122)
4-11	各地区限额以上餐饮业基本情况(按登记注册类型分)·····	(123)
4-12	各地区限额以上餐饮业基本情况(按国民经济行业分)·····	(133)
4-13	各地区限额以下餐饮业基本情况·····	(136)

(二)批发零售贸易、餐饮业商品流转

4-14	各地区批发零售贸易业商品销售总额·····	(137)
4-15	限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)·····	(138)
4-16	限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)·····	(142)
4-17	各地区限额以上批发零售贸易业商品购、销、存总额·····	(144)
4-18	各地区限额以上批发贸易业商品购、销、存总额·····	(145)
4-19	各地区限额以上批发贸易业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)·····	(146)
4-20	各地区限额以上批发贸易业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)·····	(158)

4-21	各地区限额以上零售贸易业商品购、销、存总额	(181)
4-22	各地区限额以上零售贸易业商品购、销、存总额 (按登记注册类型分)	(182)
4-23	各地区限额以上零售贸易业商品购、销、存总额 (按国民经济行业分)	(194)
4-24	限额以上批发零售贸易业商品销售类值	(202)
4-25	限额以上批发零售贸易业商品销售数量	(203)
4-26	餐饮业销售情况	(204)
4-27	各地区餐饮业销售情况	(205)
4-28	各地区限额以上餐饮业销售情况	(206)
4-29	各地区限额以下餐饮业销售情况	(207)
4-30	各地区限额以上餐饮业销售情况(按登记注册类型分)	(208)
4-31	各地区限额以上餐饮业销售情况(按国民经济行业分)	(219)
(三)限额以上批发零售贸易、餐饮业财务状况		
4-32	限额以上批发零售贸易企业资产及负债(一)	(222)
4-33	限额以上批发零售贸易企业资产及负债(二)	(226)
4-34	限额以上批发零售贸易企业资产及负债(三)	(230)
4-35	限额以上批发零售贸易企业资产及负债(四)	(234)
4-36	各地区限额以上批发零售贸易企业资产及负债	(238)
4-37	限额以上餐饮企业资产及负债(一)	(239)
4-38	限额以上餐饮企业资产及负债(二)	(240)
4-39	限额以上餐饮企业资产及负债(三)	(241)
4-40	限额以上餐饮企业资产及负债(四)	(242)
4-41	各地区限额以上餐饮企业资产及负债	(243)
4-42	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(一)	(244)
4-43	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(二)	(248)
4-44	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(三)	(252)
4-45	限额以上批发零售贸易企业损益及分配(四)	(256)
4-46	各地区限额以上批发零售贸易企业损益及分配	(260)
4-47	限额以上餐饮企业损益及分配(一)	(261)
4-48	限额以上餐饮企业损益及分配(二)	(262)
4-49	限额以上餐饮企业损益及分配(三)	(263)
4-50	各地区限额以上餐饮企业损益及分配	(264)
4-51	限额以上批发零售贸易企业工资、福利费、增值税	(265)
4-52	各地区限额以上批发零售贸易企业工资、福利费、增值税	(269)
4-53	限额以上餐饮企业工资、福利费	(270)
4-54	各地区限额以上餐饮企业工资、福利费	(271)

五、中国市场重点企业

5-1	全国前 500 家批发企业主要经济指标(按销售总额排序)	(275)
-----	------------------------------------	-------

5-2 全国前 500 家零售企业主要经济指标及基本情况 (按销售总额排序).....	(285)
--	-------

六、中国商品交易市场

6-1 全国商品交易市场基本情况.....	(297)
6-2 各地区各类市场基本情况	(298)
6-3 消费品市场数和商品成交额.....	(299)
6-4 消费品市场各类商品成交额.....	(300)
6-5 城乡集市各类商品成交额构成.....	(302)
6-6 消费品市场成交量.....	(304)
6-7 消费品批发市场数和商品成交额.....	(304)
6-8 全国生产资料市场分类商品成交额及成交量.....	(305)
6-9 亿元以上商品交易市场基本情况.....	(306)
6-10 各地区亿元以上商品交易市场基本情况	(307)
6-11 亿元以上商品交易市场摊位分类情况	(308)

七、中国要素市场

7-1 房地产开发经营情况	(311)
7-2 商品房屋销售情况.....	(312)
7-3 各地区房地产开发建设房屋建筑面积和造价.....	(313)
7-4 各地区按用途分的商品房屋实际销售面积.....	(314)
7-5 货币供应量(年末数).....	(315)
7-6 黄金和外汇储备.....	(315)
7-7 金融机构现金投放回笼差额.....	(316)
7-8 国债发行情况.....	(317)
7-9 债券发行情况.....	(318)
7-10 股票发行筹资情况	(318)
7-11 全国就业人员数(年末人数)	(319)
7-12 分地区分行业就业人员数(年末人数)	(320)
7-13 职工平均工资及指数(按登记注册类型分)	(322)
7-14 全国个体工商业基本情况	(323)
7-15 全国城镇个体工商业基本情况	(324)
7-16 全国农村个体工商业基本情况	(325)
7-17 各地区个体工商业基本情况	(326)
7-18 全国私营企业基本情况	(327)
7-19 全国城镇私营企业基本情况	(328)
7-20 各地区私营企业基本情况	(329)

八、中国市场物价

8-1 全国价格总指数.....	(333)
------------------	-------

8-2	全国及各地区居民消费价格指数和商品零售价格指数·····	(334)
8-3	全国居民消费价格分类指数·····	(335)
8-4	全国商品零售价格分类指数·····	(337)
8-5	全国及各地区商品零售价格分类指数·····	(339)
8-6	全国及各地区农业生产资料价格分类指数·····	(348)
8-7	全国及各地区居民消费价格指数·····	(350)
主要统计指标解释 ·····		(364)

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。