

中国市场

热点问题研究

RESEARCH
REPORT
FOCUSING
ON
CHINA
MARKET

国家统计局贸易外经统计司 编

市场是国民经济的综合反映

消费需求的快速增长，推动了国内市场的稳定发展

消费需求的扩张，主要得益于扩大需求与调整结构、改善供给同时并举的消费政策

“入世”和对外开放，使国内商业企业所面临的竞争压力将会越来越大。但挑战与机遇并存，国内商业企业如果能认真对待，早作准备，不断提升自己的竞争力，其发展前景仍然是十分广阔的

中国统计出版社
China Statistics Press



国家统计局贸易外经统计司 编

中国市场 热点问题研究

Research Report Focusing on China Market



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

中国市场热点问题研究/国家统计局贸易外经统计司编.
-北京:中国统计出版社,2003.5

ISBN 7-5037-4055-8

I. 中

II. 国

III. ①国内市场-统计分析-研究报告-中国

②对外贸易-统计分析-研究报告-中国

IV. ①F723 ②F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 034041 号

中国市场热点问题研究

作者/国家统计局贸易外经统计司

责任编辑/姚立

装帧设计/刘国宁 张建民

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/(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/787×1092 1/18

字 数/328 千字

印 张/17.8

版 别/2003 年 5 月第 1 版

版 次/2003 年 5 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 7-5037-4055-8/F·1574

定 价/48.00 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。

《 中国市场经济热点问题研究 》编辑委员会

主 编 翟志宏

副主编 丁延生 王克臣

编 委 (按姓氏笔画为序)

王贵奎 王 智 龙 玲 严先溥 李 敏

罗卫华 郑学工 金 红 黄大中 袁海英

前言

市场是国民经济的综合反映。进入新世纪,伴随着我国国民经济的稳定较快增长,国内零售市场呈现出网点增多、货源充足、价格稳定、选择性明显增强的新态势。近年来,商业网点发展迅速,超级市场、购物中心、连锁店、专卖店等新的业态逐渐成为重要的经营方式。到2002年底,全国各类商品交易市场超过9万个,购物方便程度和购物环境大为改善。近五年来,社会消费品零售总额年均增长8.4%,如考虑价格因素,实际增长10.5%。居民购物消费已从单纯的功能性,向功能、舒适、保健、休闲等综合性消费转变。

消费需求的快速增长,推动了国内市场的稳定发展。2000-2002年,居民消费逐渐走出低谷,消费心理稳定,消费行为更趋理智和成熟。住房、汽车、电子通讯产品消费快速增长,几大消费热增势强劲,其销售额增速比总体消费品零售额增长高十几甚至几十个百分点,大的消费热点已经形成并持续升温,居民消费结构悄然升级。经过长达14年的资金积累期,我国部分城镇居民已具备了从万元级消费向十万元级或几十万元级消费过渡的能力,汽车、住房等高档消费品进入了百姓家中。我国城镇居民由第二次消费浪潮进入第三次消费浪潮阶段,消费结构开始了新一轮的转换。但2002年仅仅拉开了居民消费结构转换的序幕,相当部分的地区和相当部分的居民处在消费结构转换的边缘。在全面建设小康社会奋斗目标的鼓舞下,2003年居民消费结构转换、新一轮消费升级将在更大范围内、在更高层次上全面展开。

消费需求的扩张,主要得益于扩大需求与调整结构、改善供给同时并举的消费政策。“九五”时期以来,我国的宏观调控政策,既重视扩大需求,促进经济回升,也注重调整结构、改善供给,把扩大内需与结构调整有机地结合起来,取得了较好效果。实施积极的财政政策,在扩大需求的同时,更有效地改善了供给,特别是加强了长期以来制约我国经济发展的基础设施和基础产业,加大了企业技术改造投入,促进了产业结

BBV 26/09

构的优化和升级。针对一般加工工业生产能力普遍过剩的现状,采取了淘汰一批、压缩一批的方针,对提高供给质量发挥了积极作用。加强和稳定了农业基础,使粮棉油等主要农副产品供给更加充分。

与此同时,培育和引导消费热点,发挥需求导向对经济增长的作用。通过消费需求的导向作用,培育新的消费热点,从而进一步开拓市场,促进经济增长,形成消费需求与经济增长之间的良性互动。首先,站在可持续发展的战略高度来培育、引导消费热点。其次,发展支柱产业,形成新的经济增长点。运用各种经济杠杆加强宏观调控力度,使消费热点的形成与支柱产业的发展相衔接,使产业结构得到优化升级。第三,以市场为导向,加强市场调查。及时掌握消费需求的变化趋势,调整产业结构和产品结构,增强供给与消费需求的适应性。

展望未来,国内市场发展面临新的机遇与挑战。平稳发展,稳中有升,将构成市场运行的总基调。随着工农业生产的发展和产品结构的调整,市场上适销对路的商品将愈加丰富;在国家扩大内需政策的推动下,消费需求将进一步稳定增长,并将继续成为拉动经济增长的有效动力;假日消费将继续成为消费市场的亮点;食品、家用电器、家居装修材料、通讯用品将继续主导市场销售,并带动整个消费品市场增长;家用电脑和轿车的销售速度将会进一步加快;随着市场秩序的整顿,消费环境将继续改善,消费者在购物时将享受更大的自由。农村市场的开拓将继续成为市场发展的焦点和重头戏。随着农业结构的调整 and 农村产业化发展,农村税费改革,减轻农民负担政策的落实和农民收入的逐步提高,将会带动农村市场加速发展。“入世”和对外开放,使国内商业企业所面临的竞争压力将会越来越大。但挑战与机遇并存,国内商业企业如果能认真对待,早作准备,不断提升自己的竞争力,其发展前景仍然是十分广阔的。

本书在进行大量调查研究的基础上,通过了定性与定量的统计分析,从生产与消费、宏观与微观、内贸与外贸、现状运行与趋势发展、供给与购买力、零售业态发展与商业企业经营等方面,综述了2000—2002年市场运行状况、分析了面临的问题,对市场发展趋势进行了展望与预测。

编者
2003.3

目录 CONTENTS

第一部分 国内市场

- | | |
|---------------------------------|-------|
| 繁荣活跃稳定发展的国内市场 | (3) |
| 国内市场供求形势由紧缺到宽松的大转折 | (8) |
| 提高城乡居民购买力水平是扩大内需的关键 | (14) |
| 对近二年社会消费品零售总额较高增幅的原因分析 | (24) |
| 哪些因素推动和影响了社会消费品零售总额的增长 | (29) |
| 我国零售业经营方式多样化现状分析与趋势预测 | (36) |
| 2001 年我国批发零售贸易业发展状况 | (49) |
| 分业态看我国超大型零售企业财务状况 | (60) |
| 我国零售市场季节变动分析 | (67) |
| 城乡居民消费热点转换的几大难点 | (79) |
| 客观地看待和认识我国的消费品市场 | (87) |
| 对扩大开放后我国零售商业发展的思考 | (101) |
| 外资零售业在中国的发展状况及其影响分析 | (110) |
| 从消费率偏低的原因看继续大力提倡和鼓励消费的必要性 | (118) |
| 重新审视中国农村市场与农民消费 | (123) |
| 开拓农村市场的方法与途径 | (128) |
| 应大力提倡和鼓励居民消费 | (147) |
| 对目前城乡居民消费行为的剖析 | (155) |
| 消费品市场中长期变化特征与趋势分析 | (164) |
| 消费需求的高增长势头能否持续 | (174) |
| 国内消费市场出现三大反差 | (180) |
| 必须重视社会集团消费对我国零售市场的影响 | (185) |
| 对我国连锁商业发展的深层剖析 | (190) |
| 我国连锁商业经营的现状、问题及对策 | (206) |

目录 CONTENTS

2000年支撑和制约国内消费品市场的主要因素	(214)
2001年消费品市场的主要特点及政策建议	(217)
2002年消费品市场回顾与展望	(220)
竞争中的我国商品交易市场	(223)
繁荣兴旺的商品交易市场	(229)
发展旧货市场 促进商品流通	(234)
我国农产品交易市场发展现状及存在问题	(238)
与时俱进的亿元商品交易市场	(245)
加强宏观调控,促进“假日经济”健康发展	(251)
理性看待假日经济	(257)
第二部分 对外贸易	
对外开放迈向新阶段	(267)
入世后,我国进出口面临的新形势与监测预警研究	(274)
近十年来,我对美出口情况及其主要特点	(303)
对我国外贸发展的回顾与展望	(311)

第一部分 国内市场

Research Reports Focusing on China Market



繁荣活跃稳定发展的国内市场

“九五”时期,在国家一系列扩大内需、活跃经济的宏观调控措施的持续作用下,国民经济成功地抵御了亚洲金融危机的冲击,保持了稳定增长的良好势头。在国民经济持续向好的大环境下,国内市场规模进一步扩大,新型商业业态充分发展,商品供应充裕,消费结构改善,市场供求格局发生根本性变化,国内市场进入持续、健康、繁荣活跃、稳定增长时期。

一、市场运行的主要特点

(一)市场规模不断扩大,新型业态形式发展迅速

“九五”期间,随着经济和市场建设的不断发展,市场规模呈不断扩大之势,社会消费品零售总额累计实现 146513 亿元,比“八五”时期增长 1.1 倍,扣除价格因素年平均增长 10.6%;2000 年全国批发零售贸易业商品销售总额达到 65422.2 亿元,比 1995 年增长 61.4%;1999 年全国城乡集贸市场成交额达到 21707.8 亿元,比 1995 年增长 87.3%。

随着改革和对外开放进程的不断加快,国内市场新型业态形式也获得了充分发展。长期以来,相对单一的传统百货店、副食店的销售形式被越来越多的连锁店、专卖店、仓储式商场、电视商场、邮购和电子商务等新型销售形式所取代。信用消费也初露端倪。

在各种经营方式中,商品交易市场和连锁超市发展最快。据有关资料显示,“九五”期间,商品交易市场异军突起、飞速发展,目前已到 10 万家左右,商品交易市场年成交额达到 27000 多亿元。连锁超市也以其低廉的价格、丰富的商品品种、便利的销售方式,深受广大居民欢迎而迅速发展起来。据第二届中国连锁业会议资料,目前我国连锁企业已达 1800 多家,拥有店铺 26000 个,年销售额达到 1500 亿元。

1998 年国务院批准将外商投资商业企业试点范围进一步扩大到省会城市,各地中外合资、合作、独资商业企业数量不断增加。到 1999 年末,全国已有大中型外商投资商业企业 132 家,从业人员 59025 人;港澳台商投资商业

企业 161 家,从业人员 44122 人。外商投资商业企业,不仅能够及时地将国外商品输入到国内市场销售,满足我国人民生活需要,而且也带来了国外先进的管理经验和营销理念;与此同时,外商利用本公司在国外的销售网络还能够将中国的商品及时地输送到国外市场,加强了国内外市场的联系。

(二)商品供应充裕,消费结构改善,供求格局发生根本变化

“九五”期间,国内生产总值年均增长 8.3%;2000 年国民生产总值达到 8.94 万亿元,比 1995 年增长 52.9%。工农业生产的持续稳定增长,为国内市场的发展提供了充裕的货源。商品供应充裕,消费结构改善,供求格局发生根本性变化是这一时期国内市场发展的明显特点。

1. 商品供应充裕。“九五”期间,工农业生产保持良好势头。粮食产量连续 4 年稳定在 5 亿吨左右,棉花、油料、肉蛋、水产、蔬菜、水果等多种农副产品产量创历史最高记录,有的位居世界前列;工业结构调整进展顺利,与人民生活密切相关的轻工业生产稳步增长,主要工业消费品产量增加、质量提高,为城乡居民生活消费提供了丰富的货源。为满足居民生活多样性要求,“九五”期间国外生活消费品如服装、酒类、水果等进口也较多。市场上各类商品琳琅满目,供应充裕,价格平稳,消费者选择空间加大,市场到处呈现出一片繁荣活跃景象。

2. 消费结构改善。随着居民收入的稳定增长,居民消费结构得到明显改善。“九五”期间城镇居民家庭人均可支配收入年均增长 5.7%,农村居民人均纯收入年均增长 4.7%;城镇居民恩格尔系数和农村居民食物性消费比重也有较大幅度下降。居民在满足“吃”的同时,用于发展和享受性消费的支出增加,标志着居民消费结构的改善和生活质量的提高。彩电、冰箱、洗衣机、空调器、影碟机、热水器等耐用消费品已逐渐成为居民家庭生活的普通用品;家用电脑、轿车等高档消费品也渐次进入居民家庭。据统计,1999 年每百户城镇居民耐用消费品拥有量比 1995 年彩色电视机增加 21.78 台,电冰箱增加 11.52 台,电风扇增加 4.38 台,照相机增加 7.55 台;每百户农村居民耐用消费品拥有量也有了大幅度增加。

3. 供求格局发生根本性变化。“九五”期间,随着工农业生产的发展,人们一个明显的感觉就是商品越来越丰富。现在人们经常谈论的已经不是市场上“什么东西不好买”,而是市场上又出现了哪些新商品。据有关资料显示,“八五”期间市场上供不应求的商品仍占一定比重。“九五”期间,随着经济的发展市场上供不应求的商品逐渐被供大于求和供求平衡的商品所取

代,供不应求的商品目前在市场上已基本消失。

(三)市场导向功能增强,假日消费引发新的商机

“九五”期间,随着买方市场的初步形成,市场对生产的导向作用进一步增强。计划经济时期生产者按照计划进行生产,生产与市场脱节较多的状况,在“九五”期间得到了根本性改变。适应市场经济需要的新型的生产与消费之间的关系初步形成。按需生产、市场主导,成为农业和企业产品生产的方向。市场上名、优、特、新商品逐渐占居主导地位,高质量、高档次、高营养、新口味、新用途、高技术的商品层出不穷,消费者地位逐步提高,生活质量明显改善。

“九五”后期,为了进一步扩大内需、推动市场发展,提高人民生活质量,国家在5天工作日的基础上又增加了法定节日休假天数,为居民外出旅游、购物创造了时间环境,提供了扩大消费的机会。现在由于节假日的增加,每年人民群众用于休息的时间已近全年日历天数的三分之一。特别是春节、“五一”、“十一”3个七天长假,使假日消费形成高潮。各商贸、旅游、餐饮等相关行业企业,抓住有利时机,积极扩大销售,使假日消费成为“九五”时期市场发展中的一道新的亮丽的风景线。假日消费为零售市场带来了巨大商机。据国家旅游局和国家统计局统计,2000年“十一”黄金周期间,21个旅游中心城市重点商业和餐饮业企业销售收入均达到2位数的增幅,其中商业企业零售额增长28.7%,餐饮业企业销售收入增长19.3%,部分零售企业销售额增幅达到40%以上。节假日销售额占全年销售额的比重随着假日经济的成熟与发展不断提高。

(四)市场设施建设现代化程度大幅度提高,开放式商品流通网络初步形成

一是商业设施建设明显加快,居民购物环境显著改善。在百货商场上规模、上档次和快速发展的同时,超级市场、购物中心、专卖店、便民店等以连锁经营为代表的现代化商业形式发展较快。二是随着商品条码运用技术的普及,我国销售管理现代化程度有很大提高。大型企业普遍采用了计算机网络技术;各商品交易所、批发市场利用计算机技术初步形成了跟踪商品供求、价格动态的全国市场信息网络。三是我国重要商品储备设施建设取得很大成绩,一批现代化骨干储备库已经建成并发挥作用。

“九五”期间,随着商业流通体制改革的不断深化,一个适应市场经济发展需要的多层次、全方位、大中小相结合、多种经济成分和运行方式并存的



商品流通网络初步形成。

二、市场运行中存在的问题

(一)农村市场发展相对缓慢

“九五”期间,农村市场发展问题曾多次引起有关领导同志的高度重视,国家也采取了许多有力措施提高农民收入,促进农村市场发展,但效果都不大明显。2000年全国县及县以下社会消费品零售总额占全国社会消费品零售总额的比重为38.2%,与1995年相比没有多大变化,与全国经济发展的总水平相比差距甚大。我国农村拥有全国近70%的人口,其消费潜力是巨大的。当前制约农村市场发展的主要因素仍是农民收入水平低和消费环境差(包括基础设施落后等)。对于这一问题必须下大力气从根本上认真研究解决。

(二)流通秩序混乱和制售假冒伪劣商品问题有待进一步整顿

“九五”期间,国家加大了整顿流通秩序和打击制售假冒伪劣商品的力度,收到一定成效。但由于各方面经济利益驱动,部门分割、地区封锁、无序竞争,假冒伪劣现象仍屡禁不止。在某些地区、某些时期甚至加剧发展,严重扰乱了全国统一的市场秩序,损害了有关企业和广大消费者的利益,必须进一步严加整顿。

(三)大中型商贸企业市场竞争力急需加强

“九五”期间,随着多渠道、开放式竞争格局的不断形成,各种新型业态形式和多种经济成份获得了充分发展,商贸企业总体经济效益提高。但由于对竞争机制的不适应,部分大中型特别是国有大中型商贸企业竞争力下降,亏损严重。据统计,2000年全国大中型商贸企业亏损面仍高达40%。

三、“十五”市场发展展望

展望“十五”,国内市场发展面临新的机遇与挑战。平稳发展,稳中有升,将构成市场运行的总基调。随着工农业生产的发展和产品结构的调整,市场上适销对路的商品将愈加丰富;在国家扩大内需政策的推动下,消费需

求将进一步稳定增长,并将继续成为拉动经济增长的有效动力;假日消费将继续成为消费市场的亮点;食品、家用电器、家居装修材料、通讯用品将继续主导市场销售,并带动整个消费品市场增长;家用电脑和轿车的销售速度将会进一步加快;随着市场秩序的整顿,消费环境将继续改善,消费者在购物时将享受更大的自由。“十五”期间,农村市场的开拓将继续成为市场发展的焦点和重头戏,随着农业结构的调整和农村产业化发展,农村税费改革,减轻农民负担政策的落实和农民收入的逐步提高,将会带动农村市场加速发展。“入世”和对外开放,使国内商业企业所面临的竞争压力将会越来越大。但挑战与机遇并存,国内商业企业如果能认真对待,早作准备,不断提升自己的竞争力,其发展前景仍然是十分广阔的。

(王克臣)



国内市场供求形势由紧缺到宽松的大转折

二十世纪,我国经济发生了波澜壮阔的巨变,从贫穷积弱走上了繁荣富强。历览百年沧桑,细数世纪变迁,应当说,国内市场商品供求关系在社会发展进程中的起伏跌宕,全面展现出了我国社会和经济绵延的历程与轨迹。尤其是改革开放 20 多年来,随着经济体制改革、对外开放的不断深入和国民经济的持续快速发展,我国的综合国力稳步提高,经济总量已达到相当规模,国内供求形势由紧缺转向宽松,自建国以来历经数十年的短缺经济终告结束。

一、紧缺阶段(1978——1989)

解放初期满目疮痍、混乱不堪、商品极度匮乏。1952 年全国社会消费品零售总额仅实现 277 亿元。1978 年,党的十一届三中全会的胜利召开,为我国经济与社会发展树立了一个新的里程碑。对内经济搞活、对外经济开放总方针的确立,给我国经济与市场的发展打开了前所未有的广阔空间。1989 年社会消费品零售总额为 8101 亿元,比 1978 年增长 4.2 倍。但由于在计划经济条件下,市场运行僵滞,流通渠道单一,供应仍显短缺。不少重要商品实行有计划的凭票证限量供应。改革开放初期,买电风扇要买票预约,买彩电得千方百计找“门路”,买自行车须托各种各样的“关系”……在商品匮乏的阴影下,只要一传出“涨价”的风声,各大商场立刻就会涌起抢购狂潮。彩电、冰箱、电风扇,不问好坏,一买而空,连粮食和洗衣粉,都成袋成箱往家搬。人们实在是穷怕了!这种计划经济年代因商品短缺造成的特殊现象一直持续到 20 世纪 80 年代末期。

二、由紧缺到供求宽松(1989——2001)

90 年代以来,随着社会主义市场经济的进一步发展,我国国民经济保持快速增长,有效供给能力显著增强,社会商品极大丰富,由“卖方市场”进入了“买方市场”,不知不觉间,跨过了一条时代的分界线被跨过:国民经济发

展过程中曾长期存在的短缺状态宣告结束,中国经济发展进入了一个全新的阶段。到90年代中后期,一般性消费品和生产资料普遍供不应求的状况基本结束,基础产业“瓶颈”制约的状况明显缓解,全面买方市场格局初步形成。到2001年我国社会消费品零售总额达37595亿元,比1989年增长3.6倍,年均增幅高达15.9%

三、工农业生产的持续稳定增长, 为国内市场的发展提供了充裕的货源

1. 轻工生产快速增长,繁荣了日用消费品市场

进入90年代以后,我国国民经济高速发展,供给能力的快速扩张。尤其是轻工业生产保持了快速增长势头,工业结构调整进展顺利,与人民生活密切相关的轻工业生产稳步增长,主要工业消费品产量增加、质量提高,为城乡居民生活消费提供了丰富的货源。为满足居民生活多样性要求,国外生活消费品如服装、酒类、水果等进口也较多。市场上吃、穿、用各类商品更加琳琅满目,供应充裕,价格平稳,消费者选择空间加大,市场到处呈现出一片繁荣活跃景象。

2. 农业丰产丰收,丰富了居民的“菜篮子”

我国农业发展尽管面临许多前所未有的困难和挑战,但经过亿万农民的努力,农产品供求状况得到根本改善,已由供给长期短缺向总量大体平衡、丰年有余的新阶段转变。

目前我国粮食、棉花、油菜籽、烟叶、肉类、蛋类、水产品、蔬菜产量均稳居世界首位。我们依靠自己的力量,以占世界10%的耕地,生产出了全球1/4的粮食,解决了占世界22%人口的温饱问题。大家都能过上吃饱穿暖的日子,这实在是了不起的历史性进步。粮食产量连续几年稳定在5亿吨左右,棉花、油料、肉蛋、水产、蔬菜、水果等多种农产品产量创历史最高记录,有的位居世界前列。在农业丰收的同时,国家通过调高农产品收购价格,进一步调动了农民生产积极性,“菜篮子”工程取得实效,农产品供应状况进一步好转,上市的农产品不论在质量上,还是档次上都有所提高,充分满足了城镇居民的生活需求。

3. 供求格局发生根本性变化。随着工农业生产的发展,人们一个明显的感觉就是商品越来越丰富。现在人们经常谈论的已经不是市场上“什么东西不好买”,而是市场上又出现了哪些新商品。经过多年的发展,我国的