

中国产业与流通系列研究报告·2010

中国零售业 监测与分析报告

中国人民大学商学院贸易经济系

王 强◆著

REPORT ON CHINA RETAIL BUSINESS
MONITORING AND ANALYSIS

2010



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国产业与流通系列研究报告·2010

中国零售业 监测与分析报告

中国人民大学商学院贸易经济系

王 强◆著

REPORT ON CHINA RETAIL BUSINESS
MONITORING AND ANALYSIS

2010



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国零售业监测与分析报告. 2010/王强著. —5 版.

—北京: 中国经济出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0051 - 4

I. ①中… II. ①王… III. ①零售商业—经济发展—
研究报告—中国—2010 IV. ① F724. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 136099 号

责任编辑 崔清北

责任印制 石星岳

封面设计 巢新强

出版发行 中国经济出版社

经 销 者 各地新华书店

承 印 北京市地矿印刷厂

开 本 889mm × 1194mm 1/16

印 张 17.5

字 数 410 千字

版 次 2011 年 1 月第 1 版

印 次 2011 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0051 - 4/F · 8428

定 价 78.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 65341878

目 录

第一章	绪论	1
	一、本报告的撰写	1
	二、中国消费的发展和思考	1
	三、中国零售业的发展与思考	2
第二章	中国的宏观经济与社会消费	5
	一、国民经济“V”形反转,企稳回升	5
	二、城镇化水平继续提升,农村消费潜力凸显	6
	三、就业形势总体稳定,居民收入继续增长	7
	四、物价水平整体回落,前低后高	9
	五、社会消费品零售总额规模与结构	11
	六、分类商品零售特征	14
	七、家庭支出结构分析	21
	八、消费者景气指数分析	24
第三章	零售业地区发展综述	25
	一、地区发展宏观经济概况	25
	二、地区消费市场分析	29
	三、地区零售业发展分析	31
	四、零售业地区竞争格局分析	34
	五、我国各地区未来零售业发展趋势展望	44
第四章	综合零售业态	47
	一、中国百货店发展报告	47
	二、中国超级市场发展报告	55
	三、中国购物中心发展报告	62
第五章	专业零售业态	69
	一、专卖店 2009 年发展报告	69
	二、2009 年专业店发展报告	75
第六章	无店铺和新兴零售业态	99
	一、中国无店铺零售发展报告	99
	二、中国便利店发展报告	108

三、中国仓储会员店发展报告	113
第七章 中国零售业的收购兼并分析报告	119
一、2009 年零售业并购特点分析	119
二、零售业并购问题及趋势展望	123
第八章 中国零售业公司人事与组织分析报告	133
一、零售行业公司高层管理人员管理分析	133
二、零售行业公司基层员工管理分析	136
三、零售行业公司中层管理人员管理分析	137
四、零售企业组织人事的思考与展望	138
第九章 中国零售业公司开店分析报告	149
一、零售业公司 2009 年开店扩张分析	149
二、零售业公司 2009 年门店关闭分析	152
三、零售业公司开店问题与思考	154
第十章 中国零售业公司营销与公共关系分析报告	181
一、零售业公司营销分析	181
二、零售业公司营销问题与思考	184
三、零售业公司公共关系分析	187
四、零售业公司公共关系问题与思考	189
第十一章 零售业政策法规发展报告	201
一、2009—2010 年度我国零售业法律法规及政策	201
二、2009—2010 年度我国零售业行业标准	204
三、2009—2010 年度我国零售业案件与纠纷	206
第十二章 零售业会议会展、协会与培训发展报告	209
一、2009 年度我国零售业会议会展	209
二、2009 年度我国零售业行业协会	217
三、零售业培训	220
第十三章 农村零售业发展报告	231
一、农村市场发展全景	231
二、农村零售业发展概况	233
三、影响农村零售的重点工程、项目	237
第十四章 海外零售业概览	243
一、美国篇	243
二、日本篇	249
三、英国篇	256
四、德国篇	261
五、法国篇	265
后 记	275

第一章 绪论

一、本报告的撰写

《中国零售业监测与分析报告 2010》已经编写完毕,今年的这份年度产业监测报告,主体上仍然延续了《中国零售业监测与分析报告 2009》的编写思路和主要内容,但是全书的结构体系有一定程度的调整。

首先,今年的产业年度监测报告,监测思路 and 核心内容延续了去年的设计,保证了监测报告的主体连续性。全书仍然是监控中国零售产业在 2009 年的发展情况、特点、问题和趋势,涵括的领域主要涉及宏观经济、消费发展、地区发展、零售业态、零售管理、零售经营、政策法规和公共事务。今年新增加的内容是海外概览,这一部分考察和介绍了主要发达国家的消费和零售业概况,可以作为中国零售业发展的很好参照。

其次,今年的产业年度监测报告在体系结构上有了比较大的调整,去年的监测报告采取了篇章体系结构,全书一共分为五篇,包括消费、业态、运营、地区和综合,其中共包含了 32 章,体系比较庞杂。今年的报告对上述体系进行了调整,一是取消了篇的结构,直接采取章节体系,这样就和本系列报告的其他几本报告相一致;二是章节的数量进行了压缩,减少到了 14 章。其中变动比较大的部分是:原消费篇压缩成为中国的宏观经济和社会消费一章;原业态篇合并组合,压缩为目前的综合零售业态、专业零售业态、无店铺与新兴业态三章;原地区篇压缩成中国零售业地区发展综述一章;原运营篇调整压缩为 4 章内容;原综合篇调整压缩为 3 章内容,另外增加海外零售业概览一章。

最后,应该指出的是,编写零售业年度监测报告一个比较庞大的工程,既要全面地反映中国零售业的年度发展特点,又要避免成为年鉴或者大事记,同时还要体现对中国零售产业分析研究的成果,任务艰巨。我们目前仍然处于探索最佳模式的过程中,所以出现了编撰体系的变化,预计明年的年度报告可能仍会有一定的体例调整,由此给读者和关心中国零售业发展的人士带来的不便,作为作者,我们非常抱歉,敬请大家原谅。我们也会尽全力编写高质量的年度监测报告。

二、中国消费的发展和思考

(一) 中国的收入和消费发展

根据我们的监控,中国的城乡居民收入和消费从较为长期的年度数据来看,总体保持了比较快速

的增长,总量已经相当可观。

但是,从年度情况看,由于国际金融危机和中国自身经济转型的双重冲击和影响,2009年我国就业形势依然十分严峻,其中农民工和大学生就业困难尤为突出,失业率、隐性失业和工资水平都不容乐观。

中国居民的最终消费率,多年以来持续偏低,无论是自己的纵向比较,还是和国际上主要国家、发展中国家相比较,消费率都处于较低水平,而且还有一定的恶化的趋势。

造成这种恶化的原因很多,首先,政府消费的绝对金额和相对比重,始终保持较高水平。凯恩斯主义的经济刺激以及政府开支是双刃剑,中国的巨额政府消费以及其背后隐藏的低效率和资源、市场、竞争等的不公平更是有可能损害中国长期增长的潜力。

其次,中国的社会保障体系建立的步伐比较缓慢,包括养老、医疗、社保、教育等在内的综合改革,在全国层面今年来虽然有一定程度的改善,但是距离能够真正解除居民后顾之忧,释放消费,还是距离较大。

再次,中国近年来的房地产市场,出现了全国层面的价格上涨,其中既有城市化的必然趋势,又有极其严重的社会不公和财富再分配。目前,已经在事实上形成了对居民消费和储蓄的挤出效应,严重影响和恶化了城市中产阶级的消费。

最后,中国的居民收入和工资水平增长情况不容乐观,一方面是大面积的低收入,另一方面是少数部门和行业的严重社会不公。2009年以来连续出现了多起工人罢工争取工资上涨的事件。从发达国家经验看,中产阶级的形成,工人阶级生活条件的改善是和工业化、现代化进程中的此起彼伏的工人运动密不可分的,没有大量有组织的工人运动就不会有工资收入的增长、消费的繁荣和现代化的实现。

(二) 中国的消费促进

根据我们的追踪监测,虽然中国的消费发展喜忧参半,但是作为政府,在面对金融危机和前述一系列问题的时候,连续出台了一系列的促进消费的政策,在实践中也起到了一定的作用。

在上年的报告中,我们曾经详细分析了中国的社会消费、消费促进,特别是各种下乡、消费券等政策,研究了它们的出台、效果和社会评价等。严格地说,最近五年来,特别是2008年以来,由中央政府及其相关行业主管部门颁布或者联合颁布出台的促进消费的产业政策,从数量上讲是比较密集的,在实践中也起到了一定的效果。

预计未来,以商务部为核心的行业主管部门,将会继续深化各种下乡政策、以旧换新政策、农村市场体系建设政策。并且,在未来3~5年中,将有可能和其他部门一起解决诸如商业企业融资、公平竞争政策与立法、供销社改革等系列问题,这些努力将会创造一个比较好的消费环境和商业环境。

三、中国零售业的发展与思考

(一) 零售业的行业增长仍然比较乐观

根据目前监测的数据,2010年一季度中国的社会消费品零售总额增速17.9%,这是2008年四季

度以来的增速新高,其中,限额以上企业商品零售额增长 29.6%,增速较快的商品品类有:汽车类增长 39.8%,家具类增长 37.6%,家用电器和音像器材类增长 29.6%。同时监控的全国百家重点零售企业增速为 24%,这也是 2008 年以来的相对高速。

支持中国零售业行业增长的因素主要来自于经济增长和消费增长。从 GDP 增长来看,2010 年一季度经济增速高达 11.9%。一季度最终消费对 GDP 的增长贡献率为 52%,拉动 GDP 增长 6.2 个百分点;资本形成对 GDP 的增长贡献率为 57.9%,拉动 GDP 增长 6.9 个百分点;进出口对 GDP 的增长贡献率为 -9.9%,拉动 GDP -1.2%。从目前情况看,内需是经济增速回升向好的关键,在内需中消费贡献相对较为稳定。

另外,2010 年以来,中国经济出现的温和通胀越来越明显,目前在 2%~3% 区间,预计下半年将会在 3%~4% 区间。从经验数据看,这种相对温和的通货膨胀,是有利于零售行业发展的。特别是百货和超市行业,温和通胀会带动高档服装、化妆品等奢侈品价格的温和上涨,进而改善百货公司销售收入和毛利率的提升,超市公司固定毛利率的产品则有可能在温和通胀格局下增加毛利,带来门店收入提高和企业赢利能力提高。

(二) 零售业的主要业态在发展基础上继续分化

根据国际上主要发达国家的历史经验,零售业态的产生、发展、繁荣以及衰退,与一国的经济发展水平和消费水平之间具有一定的相关性。我们在之前的研究中曾经对这个相关性进行过考察,但是问题是中国的经济增长和消费发展具有很大的特殊性。

首先,虽然中国的居民收入和消费发展存在前述的诸多问题和困难,但是需要指出的是,由于中国的庞大的人口基数,造成了中国消费在总量上的繁荣,这种繁荣体现在改革开放以来,几乎所有发达国家曾经出现过的零售业态,都可以在中国找到,并且总体上发展不错。其根本原因在于从总量上衡量的中国消费,几乎在各个层次上都可以支持相关业态的发展,这就造成了今天这种多业态混杂在同一个名义经济基础之上的局面,而且这种局面将以各业态的持续发展为特点。

其次,中国零售业业态发展将在上述增长的基础上出现分化,这种分化体现在不同业态的增长速度、增长方式、增长区域和龙头企业会出现分化。2002 年以来中国零售业最大的特点是专业店的兴起和发展,其风头盖过了超级市场和百货商店,从发达国家经验看,这种发展表面上超越了经济发展阶段,但是从我们监控的数据来看,专业店和专卖店的快速发展仍将在中国更多地区全面展开。

最后,部分业态在中国的发展,会受制于外部条件和消费者消费习惯的双重制约。以仓储式商店和购物中心为例,仓储式商店在中国的发展受制于消费习惯,预计仍然需要一个比较长的时间来适应;购物中心作为目前发展速度较快的一种商业集合业态形式,受制于中国的城市规划、土地制度和汽车社会实现的步伐,仍然有待观察。

(三) 零售业的地区扩张前景广阔

一方面,2009 年中国的国家发改委审批区域发展规划和政策性文件数量之多、时间之密集、影响范围之广泛是前所未有的。包括北部湾经济区、关中-天水经济区、长江三角洲区域、京津冀都市圈、成渝经济区等在内的多个区域发展规划已经或者正在研究制定。

另一方面,从我们监控情况来看,以省级单位来衡量,中国 31 个省市自治区城镇居民人均收入全

部高于 10000 元,除去 5 个边疆地区以外,其他所有地区全部超过 13000 元,已经基本上达到 2002 年北京、上海的人均收入水平,扣除物价因素外,也基本上能够达到 2000 年的水平,可以说,已经基本上在全国层面达到了消费和零售大突破、大变革的临界点,而且这种突破和变革实际上已经在各省市自治区的核心发达城市展开。

无论是零售企业开店情况的监控,各业态的发展动向,还是代表性企业的行动,都已经显示了中国零售业的地区扩张前景广阔。从普遍意义上来说,二线城市目前是零售业竞争的主要区域,几乎所有的零售商,不论是全国性零售商,还是区域性零售商,都已经意识到地区扩张的重要性,在沿海发达地区、四线城市,甚至是农村的中心村镇,也开始被零售商的竞争所覆盖。

目前,竞争的主要制约因素集中在资金、店面、人才和商品管控等方面,物流和供应链体系的落后,也制约了零售商延伸零售网络的步伐。相信随着中国的交通运输事业的发展和物流行业的良性竞争,特别是制度环境的改善,这些问题将会逐步解决,中国零售业的明天将会更加美好!

(王强)

第二章 中国的宏观经济与社会消费

宏观经济形势与社会消费情况是零售业赖以存在和发展的经济基础,直接决定着零售业的发展水平和发展轨迹。作为流通业的重要组成部分,零售业的发展也对宏观经济形势和社会消费水平产生重要影响,尤其在当前条件下对我国“扩内需”、“促消费”具有重大意义。

2009 年在国际金融危机的持续影响下,我国经济形势面临严峻挑战。为了应对国际金融危机的冲击,自 2008 年第四季度以来,党中央、国务院及时调整宏观经济政策,实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策,提出“保增长、调结构、扩内需”的基本方针,并先后实施了包括 4 万亿投资刺激计划、十大产业振兴规划等在内的一揽子经济刺激政策。在全球经济复苏态势极不明朗的背景下,我国一揽子经济刺激计划取得显著成效,经济增速下滑得以较快扭转,整个国民经济企稳回升的态势不断巩固;政府财政投资成为拉动经济增长的主导动力,宽松的货币信贷环境极大地激发了经济活力;在严峻的就业压力下就业形势整体好于预期,居民收入持续增加;物价水平呈“前低后高”走势,整体相对平稳。

一、国民经济“V”形反转,企稳回升

2009 年一揽子经济刺激计划对国民经济的提振作用显著,经济增速下滑的趋势得以较快扭转,经济形势整体向好。稳定上行的经济形势为零售业提供了良好的发展环境,同时,作为社会消费的重要载体,零售业也从刺激消费的政策中获得了前所未有的发展机遇。

全年我国实现国内生产总值 335353 亿元,同比增长 8.7%,顺利实现经济增长“保八”的目标,但比上年回落 0.9 个百分点。分季度看,经济增速逐季提高,呈现坚定的上行线:第一季度经济增长触底,同比增速降到 6.1% 的历史低点,比 2008 年第四季度下降 0.7 个百分点;此后经济增速上行,第二季度同比增长 7.9%,第三季度同比增长 9.1%,第四季度同比增长 10.7%。自 2008 年以来我国经济增速整体呈现“V”形反趋势(如图 2-1),今年第一季度触底后,经济逐渐复苏,企稳回升态势不断巩固。

分产业看,三次产业增加值同比增长率逐季递增,全年第一产业实现增加值 35477 亿元,同比增长 4.2%;第二产业实现增加值 156958 亿元,同比增长 9.5%;第三产业实现增加值 142918 亿元,同比增长 8.9%。工业生产增速明显回升是经济回升势头增强的缩影,全年规模以上工业增加值同比增长 11.0%,较上年回落 1.9 个百分点,一季度增长 5.1%,二季度增长 9.1%,第三季度增长上升至 12.4%,四季度增长 18.0%。第三产业在国民经济复苏过程中呈现较强的发展势头,增长速度始终保持在 GDP 之上,“扩内需”系列政策对第三产业的刺激效果较为明显,进而对整个国民经济产生了一定的拉动作用。

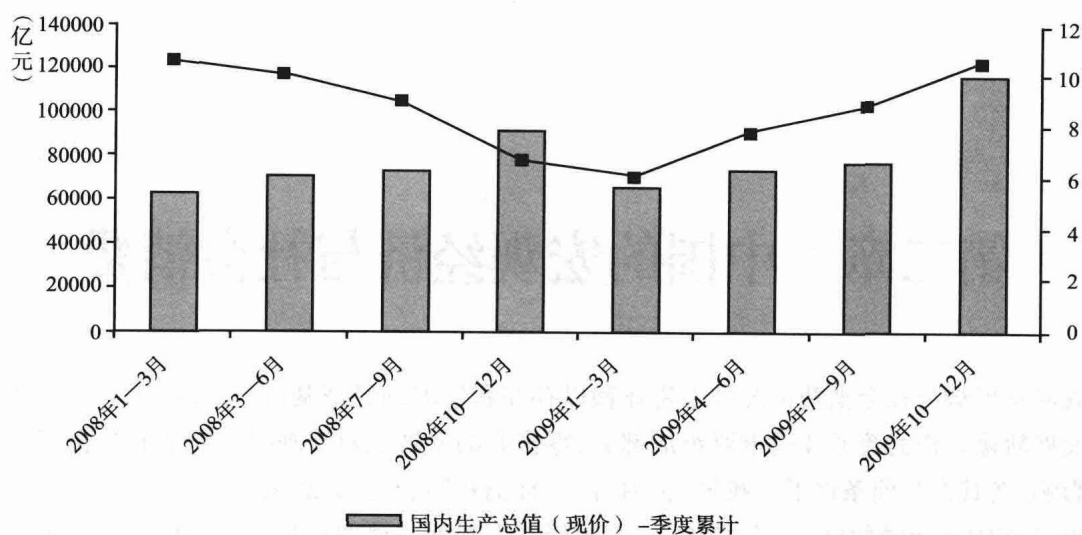


图 2-1 2009 年国内生产总值季度增长趋势

数据来源：中经网统计数据库。

在国民经济整体呈“V”形反转态势的背景下，还必须看到我国经济社会发展仍然面临不少困难和挑战。从外部环境看，全球经济复苏是一个缓慢曲折的过程，诸多不确定因素可能影响我国经济复苏过程。从国内经济看，经济回升基础还不稳定，经济结构不尽合理，产能过剩问题突出，流动性管理难度加大。在稳定经济回升趋势的关键时期，必须正确处理好保持经济平稳较快发展、调整经济结构和管理好通胀预期的关系。年底，中央经济工作会议提出，将长期经济发展方式转变与短期刺激计划相结合，并将 2010 年经济发展基调定为促进发展方式转变。鉴于本年度一揽子经济刺激计划取得的显著成效、宏观经济政策的坚定取向和政策思路的深入调整，对我国未来经济形势可以持乐观态度，这为未来零售业的进一步繁荣发出了积极信号。

二、城镇化水平持续提升，农村消费潜力凸显

城镇居民具有庞大的消费需求和很强的消费能力，是我国消费的主体，也是活跃零售市场的主要消费群体。由于经济效率的差异，城市居民收入水平显著高于农村居民，提高城镇化水平有助于增加居民收入，进而扩大社会消费需求，并促进零售业的快速发展。

2009 年我国城镇化水平进一步提升，年末城镇化率提升到 46.59%。由于遭受国际金融危机的冲击，近两年我国城镇化进程有所放缓，2008 年较 2007 年提高了 0.74 个百分点，2009 年较 2008 年提高了 0.91 个百分点，远远低于 1996—2003 年期间年均提高 1.4 个百分点的增长速度。但由于人口基数大，我国城镇人口规模增长显著，2009 年城镇总人口达到 62186 万人，接近 1996 年城镇人口的 1.7 倍。随着城镇化水平的不断提高，国内零售市场规模也相应地不断扩大。据有关学者研究，到 2020 年我国城镇化水平将达到 50%~55%。届时，我国零售业将面临广阔的发展空间。城镇化水平的提高也向国内零售业提出了新的要求，零售业必须跟随城市化的步伐，注重内部结构优化和品质提升，从而满足全社会不断升级的消费需求。

农村市场也是零售市场不可忽视的重要组成部分，蕴藏着巨大的消费潜力。2009 年农村消费潜

力进一步释放,农村家庭现金支出达到人均 5695 元,其中与零售业密切相关的生活消费支出达到人均 3504 元,占农村家庭现金支出总额的 61.54%,所占比重达到近 10 年来的最高点。农村消费规模的显著扩大得益于我国为应对国际金融危机所采取的一系列惠民生、促消费政策措施,如家电下乡、汽车下乡等优惠政策。这也说明,随着我国社会主义新农村建设的不断深入推进,农村居民的消费能力和消费需求显著提升,农村消费潜力不可低估。加快推进城镇化进程是启动农村消费的有效途径,有利于将农村潜在消费需求转化为现实需求。因此,扩大内需、促进零售业发展必须大力推进城镇化。

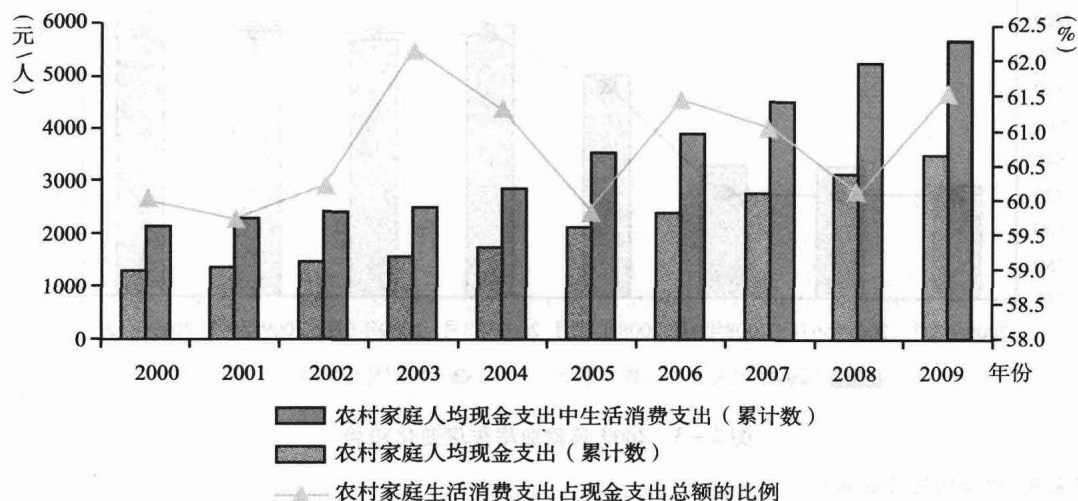


图 2-2 2009 年我国农村居民家庭现金支出中的生活消费支出情况

数据来源:中经网统计数据库。

三、就业形势总体稳定,居民收入继续增长

收入是消费的直接源泉,居民收入水平直接影响居民消费需求,并与零售市场的繁荣密切相关。当前我国居民收入主要来源于劳动报酬,因此就业形势对居民收入水平具有决定性影响,与就业形势相关的收入预期进一步对消费水平和零售市场需求产生重要影响。

由于国际金融危机的冲击持续深入,2009 年我国就业形势依然十分严峻,其中农民工和大学生就业困难尤为突出。从失业率来看,2009 年处于近三年最为严重的时期,但就业形势总体较为稳定、好于预期。第三、四季度末,城镇登记失业人数累计分别为 915 万人、921 万人,较上年同期分别增加了 85 万人、35 万人,就业情况下滑趋势较去年同期有所减缓。2009 年,城镇登记失业率较为稳定,始终保持为 4.3%,比 2008 年年末上升了 0.1 个百分点,整体好于预期。农村和城市均未出现上年预期的大量空闲农民工,大学生就业市场也基本稳定。受就业市场影响,居民平均工资收入水平有所下降,其中大学毕业生初职平均工资水平下降较为明显。

2009 年城乡居民收入继续增加,转移性收入增长较快。城镇居民人均收入增长速度在第一季度达到 11.2% 的高点,比上年同期提高 7.8 个百分点;第三季度城镇家庭人均实际月收入累计 14213.1 元,其中城镇居民人均可支配收入 12973 元,同比增长 9.3%,扣除价格因素,实际增长 10.5%,比上

年同期快 3 个百分点,但比前两季度累计增速回落 0.7 个百分点;第四季度城镇家庭人均可支配收入同比增长 9.8%,达到 17175 元。农村家庭人均现金收入全年累计达到 5153 元,增长速度在 8.5% 附近波动,整体低于上年同期增长速度;第三季度同比增长 9.2%,比上年同期低 1.8 个百分点,但比前两个季度累计增速提高了 1.1 个百分点,到第四季度累计增长 8.5%。在城乡居民人均收入中,前三季度城镇居民家庭人均转移性收入增长 15.7%,农村居民人均转移性收入增长 26.4%,远远高于其他收入增长速度。

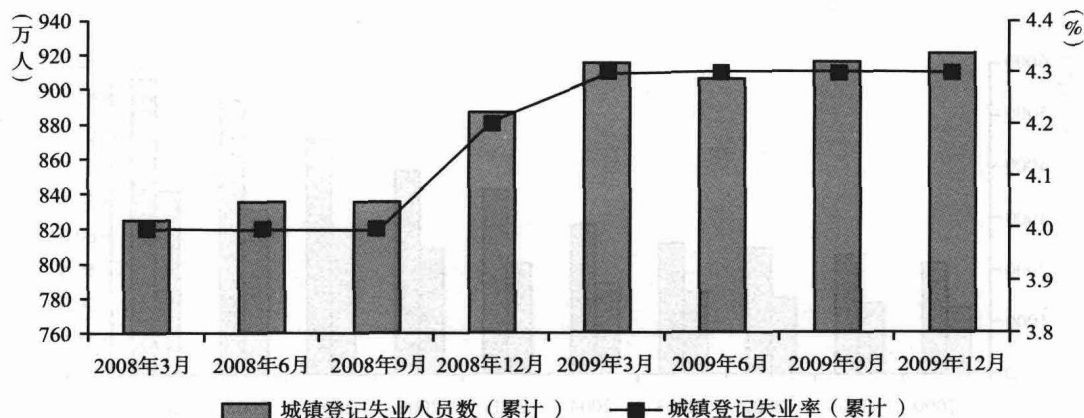


图 2-3 2009 年就业率季度变化趋势

数据来源:中经网统计数据库。

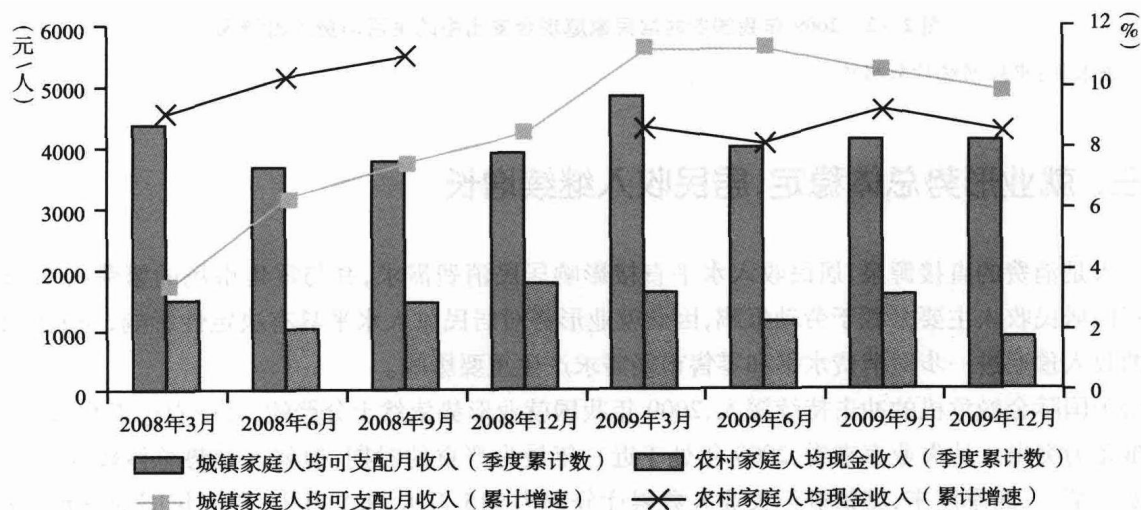


图 2-4 2009 年城乡居民收入水平季度变化趋势

数据来源:中经网统计数据库。

根据中央经济工作会议精神,2009 年我国经济工作把改善民生作为保增长的出发点和落脚点,国务院和有关部门为稳定和扩大就业、推进医疗改革、加强社会保障等方面制订和实施了一系列政策措施,同时加大转移性支付的力度,对提高居民实际收入发挥了较大作用。上半年股市强劲反弹带来的财富效应也是居民收入增长的一个重要原因。但由于 4 万亿财政投资主要偏向基础设施等大型项目

建设,大量信贷资金主要流向国有大型企业、政府主导的投资项目,中小企业从财政投资和宽松的信贷政策中获益有限,中小企业的劳动力需求提升不大,就业压力仍然较大,居民预期收入并不乐观,可能限制国内消费需求的进一步扩大。

四、物价水平整体回落,前低后高

在市场经济中,价格机制发挥着调节供给和需求的重要作用,一方面直接影响居民的消费需求和全社会的生产规模,另一方面通过需求和供给间接影响衔接生产和消费的流通产业。在流通领域,零售业直接连接居民消费,零售需求对价格水平尤为敏感。

2009年我国物价水平整体回落,呈“前低后高”走势。居民消费物价指数(CPI)与工业品出厂价格指数(PPI)同比持续下降,2月开始出现负增长,三、四季度降幅逐步收窄,环比由降转升。

上半年物价水平同比降幅在震荡中有所扩大,全年CPI较上年下降0.7个百分点,PPI下降5.4个百分点。7月CPI、PPI同比降幅均达到本年度最大值,其中,CPI同比下降1.8个百分点,PPI同比下降8.2个百分点;此后降幅逐步收窄,价格水平走出低谷,12月CPI同比上升1.9%,PPI同比上升1.7%。

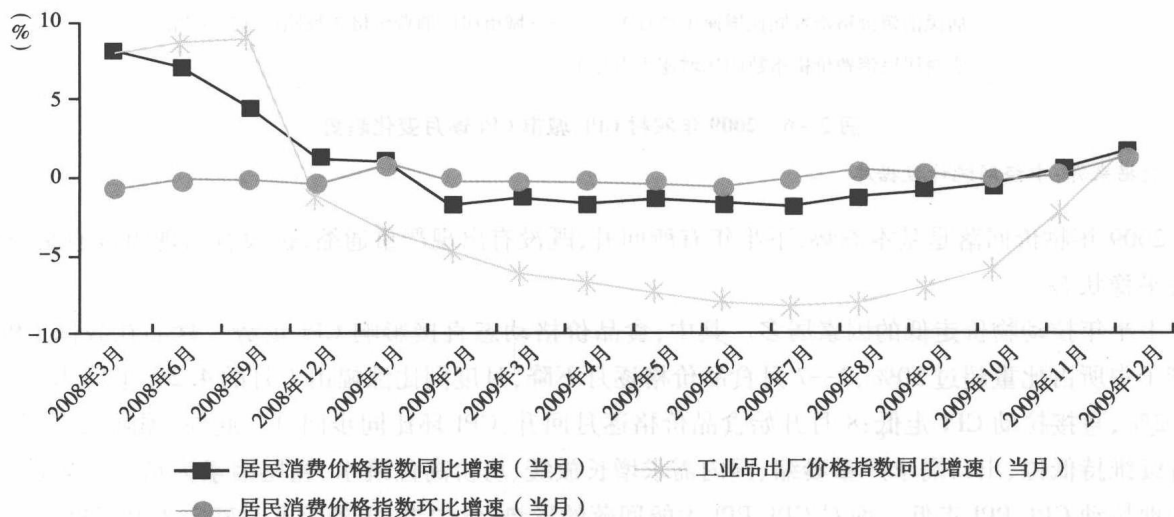


图 2-5 2009 年 CPI、PPI 逐月变化趋势

数据来源:中经网统计数据库。

具体来看,农村居民消费价格指数、城市居民消费价格指数变化趋势与总体居民消费物价指数一致,其中农村居民消费价格指数同比降幅小于总体水平,城市居民消费价格指数同比降幅大于总体水平。

分类来看,八大类商品中四涨四落。烟酒及用品上涨 1.5%,医疗保健和个人用品上涨 1.2%,食品上涨 0.7%,家庭设备用品及维修服务上涨 0.2%;居住下降 3.6%,交通和通信下降 2.4%,衣着下降 2.0%,娱乐教育文化用品及服务下降 0.7%。其中食品月度消费价格指数同比由下降转为上升,7 月同比下降 1.2%,8 月开始比上年同期有所增长,12 月同比增长 5.3 个百分点。家庭设备用品及服

务月度消费价格指数同比由上升转为下降,6月同比上升0.1%,7月开始同比下降,12月同比下降1.1%。医疗保健和个人用品月度消费价格指数同比持续上升,升幅持续放宽,12月同比上升2.2%。其他五类商品月度消费价格指数同比均有所下降,但下半年降幅不断收窄,其中居住消费价格指数7月达到最大降幅5.8%,11月降幅减小为1.2%,12月转为上升1.5%。纵观全年,医疗保健和个人用品消费价格指数环比增速始终保持正向增长,食品、烟酒及用品、衣着、娱乐教育文化、居住等主要商品消费价格指数环比增速均由负转正。

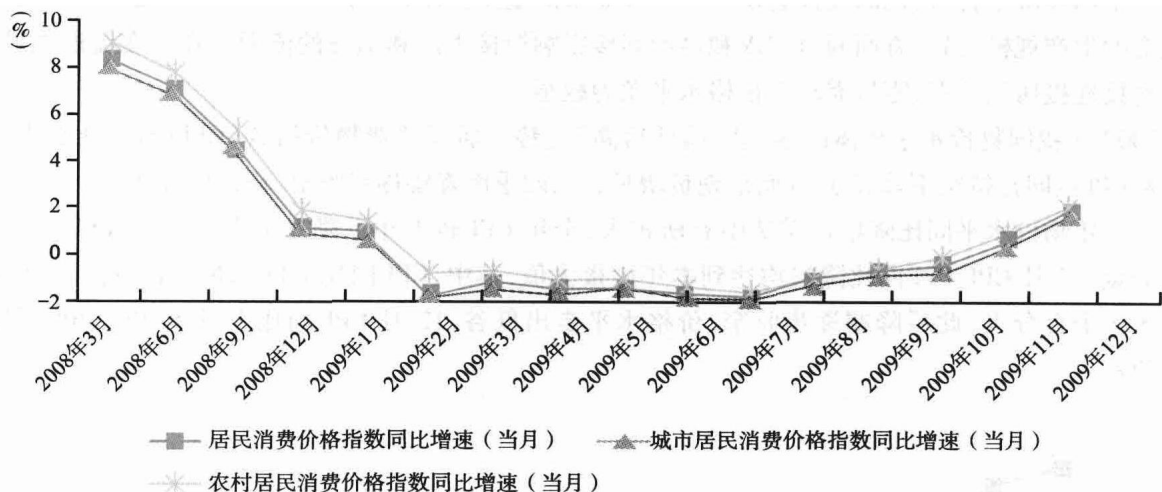


图2-6 2009年农村CPI、城市CPI逐月变化趋势

数据来源:中经网统计数据库。

2009年物价回落是基本态势,下半年有所回升,既没有出现严重通缩,也没有出现明显通胀,整体保持平稳状态。

上半年拉动物价走低的因素居多。其中,食品价格动态直接影响CPI走势。食品在我国CPI商品篮子中所占比重超过30%,2—7月食品价格逐月下降,月度同比涨幅由1月的4.2%下降为7月的-1.2%,直接拉动CPI走低;8月开始食品价格逐月回升,CPI环比同步回升。此外,国际大宗商品价格持续维持低位、出口需求严重萎缩、国内需求增长放缓、房价高位跳水、翘尾因素为负等因素也不同程度地拉动CPI、PPI走低。面对CPI、PPI大幅回落的形势,党中央、国务院及时确定4万亿投资计划,通过扩大内需的十大措施成功抑制了通货紧缩的发生。

下半年推动价格上扬的因素占主导地位。其一,全球流动性条件总体宽松,基础货币供应量充足,粮食、石油等大宗商品价格增长较快。其二,国内适度宽松的货币政策在具体执行时过于宽松,贷款余额和货币存量大幅提高,流动性管理难度加大,国内市场物价不同程度上扬。其三,随着经济加速回升,工业产出缺口由负转正,市场供求关系已经发生逆转。其四,11月以来暴风雨雪天气在短期内进一步加剧食品价格上涨。在这种背景下,社会公众通胀预期进一步强化。为了避免通胀预期转化为现实价格上涨的压力,国务院明确提出要把处理好保持经济平稳较快发展、调整经济结构和管理好通胀预期的关系作为宏观调控的重点。到第四季度,我国物价水平并未出现明显的通货膨胀,但上升趋势基本确定,下一年度控制通胀将成为物价工作的重点。

五、社会消费品零售总额规模与结构

(一) 社会消费品零售总额规模

2009 年我国国内市场消费增长速度较上年有所回落,但整体增长平稳。全年实现社会消费品零售总额 125342.7 亿元,累计增长 15.5%,扣除价格因素实际增长 16.9%,是 1986 年以来增幅最大的一年。从月度数据看,2 月份受金融危机深化的影响,我国社会消费品零售总额降到年度最低谷,比 1 月份减少了 1432.8 亿元,同比增长 11.8%,此后随着整个国民经济企稳回升,社会消费品零售总额逐月稳步增长,12 月同比增长 17.5%,达到年度最高值。

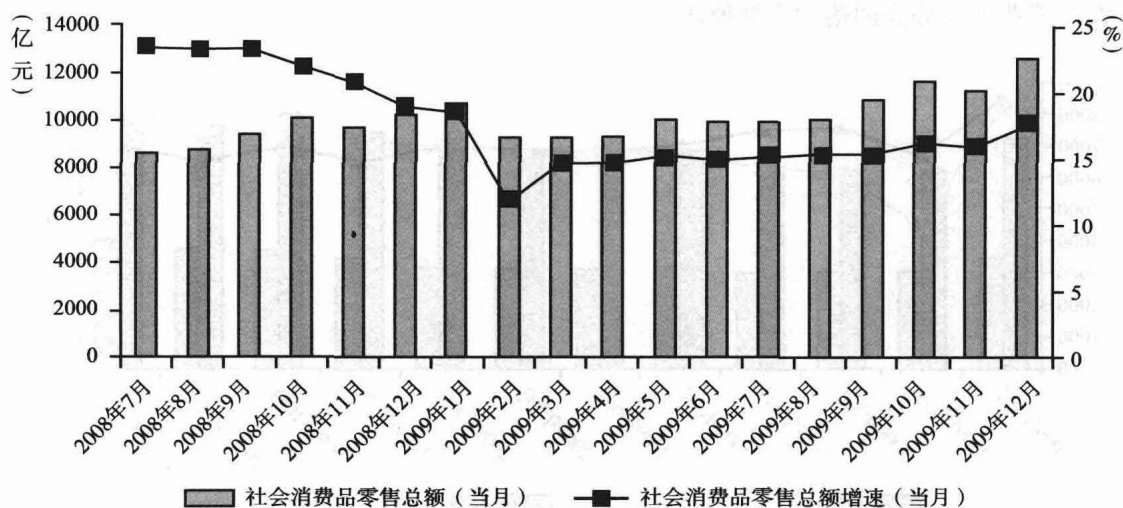


图 2-7 2009 年我国月度社会消费品零售总额及增速

数据来源:中经网统计数据库。

统计数据显示,金融危机对我国国内消费的负面影响于年初达到谷底,此后回稳态势已十分明朗,这主要得益于我国一系列强有力的扩内需、促消费政策。同时,第四季度尤其是 12 月的高增长除了受年末厂家促销的推动以外,也在一定程度上包含了货币因素的影响。

(二) 社会消费品零售总额结构

1. 城乡结构

城市消费历来是我国国内消费的主力,但在全球经济危机深度冲击的背景下,城市消费增长渐显疲软趋势。自 2008 年以来,我国采取了一系列刺激农村消费的政策措施,农村消费环境得到较大改善,“家电下乡”、“农机下乡”、“汽车、摩托车下乡”等政策措施在启动农村消费潜力上取得了显著成果。因此,未来农村消费可能成为内需增长的新亮点。

2009 年我国城市(即市级)社会消费品零售总额累计实现 85133.1 亿元,同比增长 15.5%,占社会消费品零售总额的比重接近 68%,城乡社会消费品零售总额的比例结构基本与 2008 年相同。分月来看,城市名义社会消费品零售总额的增长速度在 2 月份达到 10.1% 的低谷后逐渐回升,9 月份超过

县及县以下社会消费品零售总额的增长速度,12月增速达到全年最高点18.6%。总体而言,2009年随着我国经济的企稳回升,城市消费也呈现明显的回升趋势,尤其在第四季度,城市消费增长超过农村。年内以城市为主要市场的奢侈品消费十分引人注目,我国成为仅次于日本的世界第二大奢侈品消费市场。在相关鼓励政策的作用下,汽车、房地产及建筑装潢等相关消费上升成为拉动城市消费的主要力量,下半年CPI的快速回升也是城市名义消费增速持续上升的重要原因。

县及县以下社会消费品零售总额累计实现40209.6亿元,占社会消费品零售总额的比重继续维持在32%左右。2009年农村消费的增长速度累计达到15.7%,超过城市消费增幅0.3个百分点,主要是由于今年以来国家全面推广家电下乡,并继续丰富和完善农村消费刺激政策的一系列举措极大地激发了农民的消费热情。分月来看,农村消费增长速度逐月放缓,其中11月份达到14.4%的低点,将全社会消费环比增速拉低0.4个百分点。第四季度CPI的快速上升和必需品消费价格的快速上升是导致农村消费增长势头回落的主要原因。

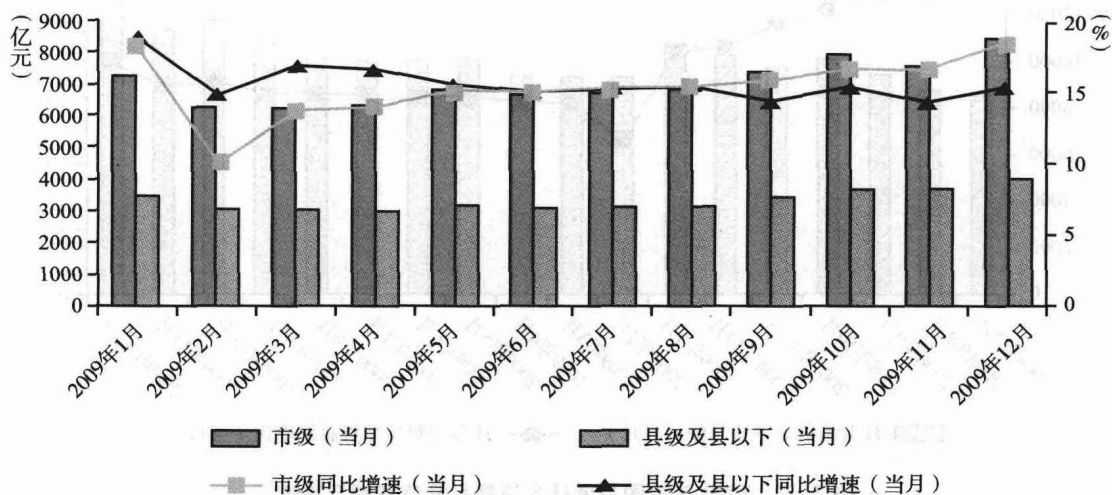


图 2-8 2009 年我国城乡社会消费品零售总额及增速

数据来源:中经网统计数据库。

2. 地区结构^①

2009年我国东部地区12个省(市、自治区)实现社会消费品零售总额79661.8亿元,同比增长了17.5%,较2008年增幅下降了4个百分点;占全国社会消费品零售总额的比重达到60%,比2008年下降了0.4个百分点。中部地区9个省(自治区)实现社会消费品零售总额35624.1亿元,同比增长19.4%,较2008年增幅下降了3.8个百分点;占全国社会消费品零售总额的比重为26.9%,较2008年提高了0.3个百分点。西部地区10个省(市、自治区)实现社会消费品零售总额17392.7亿元,同比增长19.6%,较2008年增幅下降了2.3个百分点;占全国社会消费品零售总额的比重为13.1%,较2008年提高了0.1个百分点。可见,我国东部地区在国际金融危机中首当其冲,社会消费受到的打击

^① 东部地区包括北京、天津、辽宁、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、广西、海南等12个省(市、自治区);中部地区包括山西、内蒙古、黑龙江、吉林、安徽、江西、河南、湖北、湖南等9个省(自治区);西部地区包括重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆等10个省(市、自治区)。