

福建经济与社会统计年鉴

FUJIAN ECONOMIC AND SOCIAL STATISTICAL YEARBOOK 2005

市场篇

福建人民出版社

FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

福建经济与社会统计年鉴

(市场篇)

2005

福建省统计局 编

福建人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

福建经济与社会统计年鉴. 2005/福建省统计局编.
福州:福建人民出版社, 2005. 10
ISBN 7-211-05131-0

I. 福... II. 福... III. 社会经济统计—统计资料
—福建省—2005—年鉴 IV. C832.57—54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 124758 号

福建经济与社会统计年鉴—2005
FUJIAN JINGJI YU SHEHUI TONGJI NIANJIAN
(市场篇)

福建省统计局 编

*

福建人民出版社出版发行
(福州东水路 76 号 邮编:350001)

闽东日报社印刷厂印刷
(福建省宁德市蕉城北路 15 号 邮编:352100)

开本 880×1230 毫米 1/16 13.75 印张 591 千字

2005 年 10 月第 1 版

2005 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-211-05131-0
全套书定价:1630.00 元

本书如有印装质量问题, 请向承印厂调换

《福建经济与社会统计年鉴—2005》编委会

主 任： 龚守栋

副 主 任： 俞金树

委 员： 卢景星 陈 建 廖兰章 张福坤 林文芳

陈志强 郭华生

《福建经济与社会统计年鉴—2005》

(市场篇)编委会

主 编： 卢景星

副 主 编： 侯超英 李 富

编 辑： (以姓氏笔画为序)

林武兴 彭锦华 薛 萍 戴 斌 程 遥

责任编辑： 侯超英 林武兴 黄智奎

封面设计： 陈新武

编辑说明

一、《福建经济与社会统计年鉴—2005》（市场篇）收录了全省及各地区、各部门历年来市场统计有关资料，以及新中国成立以来全省国民经济主要指标的数据，全面反映了全省商品流通和交易市场及相关领域发展变化的概况，是一部信息密集型的权威性工具书。

二、本年鉴内容分为以下5个部分：

1. 综合资料：反映全省国民经济发展取得的成就；
2. 社会消费品零售额：反映全省各市、县消费市场的消费品市场总概况；
3. 批发与零售业：反映全省规模以上批发、零售业商品销售情况；
4. 住宿和餐饮业：反映全省住宿和餐饮业营业收入；
5. 连锁业和商品交易市场：反映连锁业和商品贸易市场基本情况。

三、本年鉴表中的符号使用说明如下：

1. “空格”表示该项指标无数据；
2. “#”表示其中的主要指标。

四、本年鉴商品流转部分“限额以上”批发、零售贸易业和餐饮业分别是指：

1. 年销售额2000万元以上的批发企业（含外贸企业）；
2. 年销售额500万元及以上的零售企业；
3. 年营业额200万元及以上的餐饮企业。

五、本年鉴所标明年份为出版年份；内容为2004年市场经济统计数据。

六、本年鉴在编辑出版过程中，得到省经委、省直有关主管部门及各市统计局大力支持，在此表示衷心感谢。由于本年鉴涉及面广、编辑加工工作量大，疏漏之处敬请读者批评指正。

目 录

一、综合资料

2004年福建商品市场运行分析	3
2004年福建消费品市场运行情况分析	9
2004年福建对外经济发展分析	13
2004年福建百家重点贸易企业经济效益分析	17
福建省情	19
1-1 行政区划	23
1-2 国民经济主要指标	24
1-3 国民经济主要指标发展速度	30

二、社会消费品零售总额

2-1 历年全国社会消费品零售总额	37
2-2 全国各地区社会消费品零售总额及增长速度(1980-2004年)	38
2-3 历年设区市社会消费品零售总额	43
2-4 分项社会消费品零售总额(2004年)	45
2-5 分项社会消费品零售总额构成(2004年)	46
2-6 历年社会消费品零售总额及构成(按销售地区分)	47
2-7 历年社会消费品零售总额及构成(按行业分)	49
2-8 历年分市、县社会消费品零售总额	51
2-9 分市、县社会消费品零售总额发展速度(1979-2004年)	59
2-10 各市、县社会消费品零售总额(2004年按行业、城乡分)	67
2-11 设区市社会消费品零售总额分月数(2004年按销售地区分)	69
2-12 设区市社会消费品零售总额分月数(2004年按行业分)	71

三、批发和零售业

3-1 批发和零售业商品销售总额(1993-2004年)	75
3-2 批发和零售业商品销售总额构成(1993-2004年)	76
3-3 设区市批发和零售业商品销售总额(2004年)	77
3-4 设区市批发和零售业商品销售总额构成(2004年)	78
3-5 限额以上批发业商品销售额(2004年)	79
3-6 设区市限额以上批发业法人单位数(2004年)	81
3-7 设区市限额以上批发业销售总额(2004年)	85
3-8 设区市限额以上批发业批发额(2004年)	89
3-9 设区市限额以上批发业零售额(2004年)	93
3-10 限额以上零售业商品销售额(2004年)	97
3-11 设区市限额以上零售业法人单位数(2004年)	99

3-12	设区市限额以上零售业销售总额 (2004 年)	103
3-13	设区市限额以上零售业批发额 (2004 年)	107
3-14	设区市限额以上零售业零售额 (2004 年)	111
3-15	限额以上批发和零售业商品销售类值 (2003-2004 年)	115
3-16	限额以上批发和零售业商品销售类值构成 (2004 年)	116
3-17	设区市限额以上批发和零售业商品销售类值 (2004 年)	117
3-18	限额以上批发和零售业商品销售数量 (2003-2004 年)	122
3-19	设区市限额以上批发和零售业商品销售数量 (2004 年)	123
3-20	销售总额超亿元的批发业排序 (2004 年)	128
3-21	销售总额超 5000 万元的零售业排序 (2004 年)	133
3-33	进出口超 2000 万美元的批发零售业排序 (2004 年)	136

四、住宿和餐饮业

4-1	分市县住宿业单位数及从业人员数 (2004 年)	141
4-2	分市县住宿业营业收入 (2004 年)	143
4-3	分市县个体住宿业经营情况 (2004 年)	144
4-4	限额以上餐饮业销售情况 (2004 年)	149
4-5	设区市限额以上餐饮业法人单位数 (2004 年)	150
4-6	设区市限额以上餐饮业营业收入 (2004 年)	152
4-7	设区市限额以上餐饮业商品零售额 (2004 年)	154
4-8	营业收入前 200 家的餐饮企业 (2004 年)	156

五、连锁业和商品交易市场

5-1	限额以上连锁零售业、餐饮业经营情况 (2004 年)	161
5-2	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业法人单位数 (2004 年)	163
5-3	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业门店数 (2004 年)	165
5-4	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业营业面积 (2004 年)	167
5-5	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业从业人员 (2004 年)	169
5-6	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业销售总额 (2004 年)	171
5-7	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业商品零售额 (2004 年)	173
5-8	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业利润总额 (2004 年)	175
5-9	设区市限额以上连锁零售业、餐饮业资产总额 (2004 年)	177
5-10	限额以上连锁零售业、餐饮业按门店总数排序 (2004 年)	179
5-11	限额以上连锁零售业、餐饮业按营业面积排序 (2004 年)	180
5-12	限额以上连锁零售业、餐饮业按从业人员排序 (2004 年)	181
5-13	限额以上连锁零售业、餐饮业按销售总额排序 (2004 年)	182
5-14	限额以上连锁零售业、餐饮业按商品零售额排序 (2004 年)	183
5-15	限额以上连锁零售业、餐饮业按利润总额排序 (2004 年)	184
5-16	限额以上连锁零售业、餐饮业按资产总额排序 (2004 年)	185
5-17	商品交易市场数及成交额 (1978-2004 年)	186
5-18	亿元商品交易市场分类成交额 (2004 年)	187
5-19	设区市亿元商品交易市场摊位数 (2004 年)	188
5-20	设区市亿元商品交易市场成交额 (2004 年)	190
5-21	设区市亿元商品交易市场商品零售额 (2004 年)	192
5-22	各类亿元商品交易市场主要经济指标 (2004 年)	194

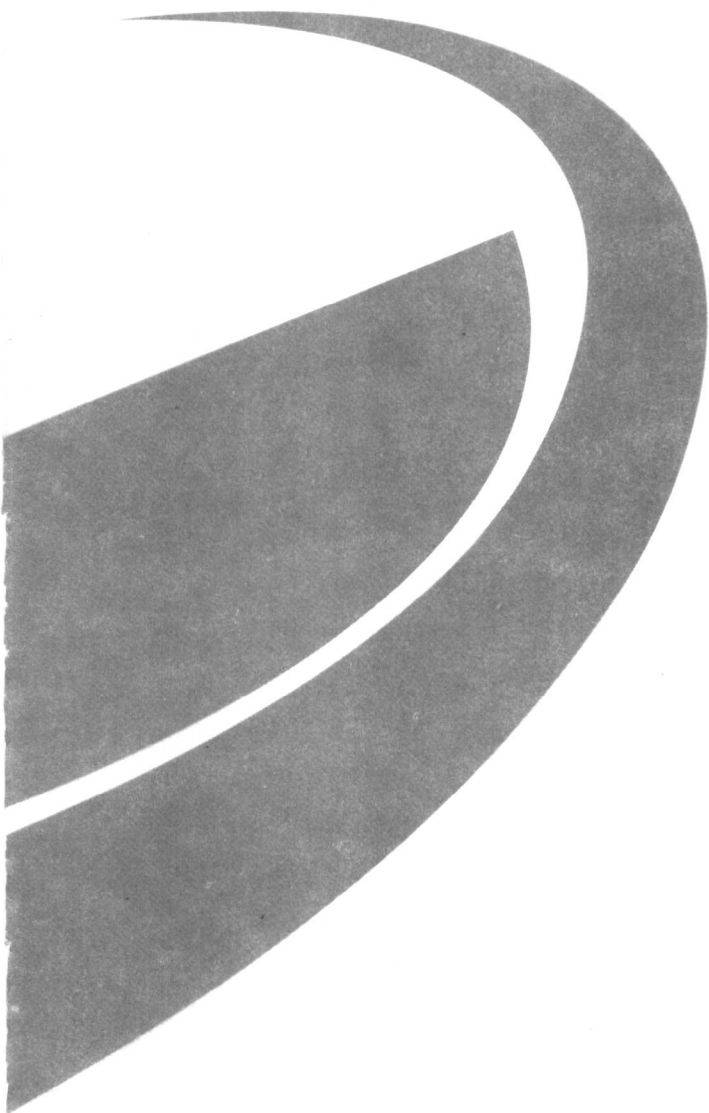
5-23	设区市各类亿元商品交易市场数 (2004 年)	195
5-24	设区市各类亿元商品交易市场摊位数 (2004 年)	197
5-25	设区市各类亿元商品交易市场营业面积 (2004 年)	199
5-26	设区市各类亿元商品交易市场成交额 (2004 年)	201
5-27	设区市各类亿元商品交易市场商品零售额 (2004 年)	203
5-28	亿元商品交易市场按摊位数排序 (2004 年)	205
5-29	亿元商品交易市场按成交额排序 (2004 年)	207

附 录

主要统计指标解释	211
----------	-----

综合资料

供稿人 林立 戴斌 林武兴 彭锦华



2004 年福建商品市场运行分析

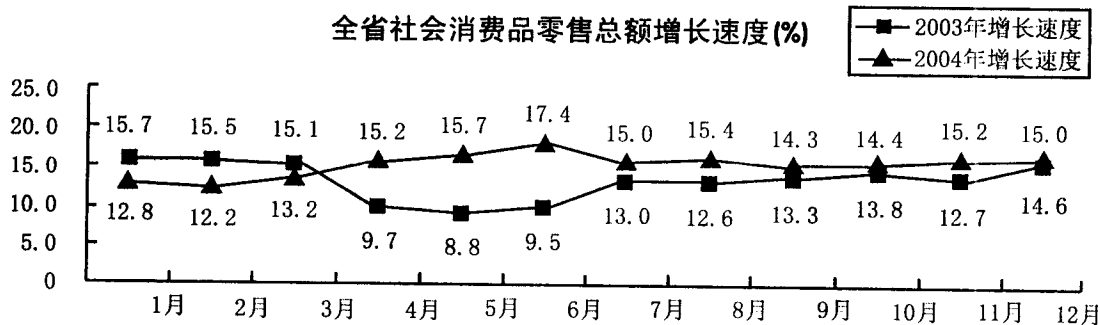
在国家实施宏观调控的大环境下,福建省国民经济继续保持了较快的增长速度,商品市场总体上继续保持繁荣、稳定的发展态势,社会消费品零售总额持续稳定增长,生产资料市场延续 2003 年强劲增长势头;消费结构继续升级,住房、汽车、通讯、餐饮及新兴消费增速较快;供求关系有所改善,商品市场供求矛盾趋于缓和;粮食、副食品价格高位止稳;行业集中度提高,电子商务、连锁、物流配送等现代流通方式继续发展。

一、商品市场运行情况

(一)消费市场

社会消费品零售总额保持较快增长。全年福建

省社会消费品零售总额达 1995.82 亿元,比上年增长 14.7%,增幅比上年提高 1.9 个百分点,扣除价格因素,实际增长 11.7%,高于年初 10% 的预期目标。按销售地区区分,城市社会消费品零售总额达 1239.9 亿元,增长 17.2%,比上年增幅提高了 0.4 个百分点;县及县以下社会消费品零售额达 755.91 亿元,增长 10.7%,比上年增幅提高了 3.5 个百分点。按行业分,批发零售贸易业销售额 1638.39 亿元,增长 15.1%,比上年增幅提高了 2 个百分点;餐饮业为 252.65 亿,增长 19.6%,比上年增幅提高了 13 个百分点;其他行业为 104.79 亿元,同比下降 1.3%,增幅比上年回落了 24.3 个百分点。



居民消费价格总水平上升。2004 年全省居民消费价格总指数比上年上升 4%,按类别分,食品类价格对物价上涨拉动作用明显,上升 9.9%,其中粮食、蛋品、油脂、肉禽及其制品价格分别上升 25.7%, 24%、15.5%、15.1%;居住类上升 4.2%,其中水、电、燃料上升 5.8%,建房用装修材料上升 3.9%;娱乐教育文化用品及服务类比上年上升 3.5%,其中教育用品同比上升 8%。按商品和非商品分,消费品价格比上年上升 4.5%;服务项目价格比上年上升 2.4%,其中食品加工服务费上升 7%。

1、城市消费市场的辐射能力继续增强,农村市场日趋活跃

2004 年全省城市市场实现社会消费品零售额

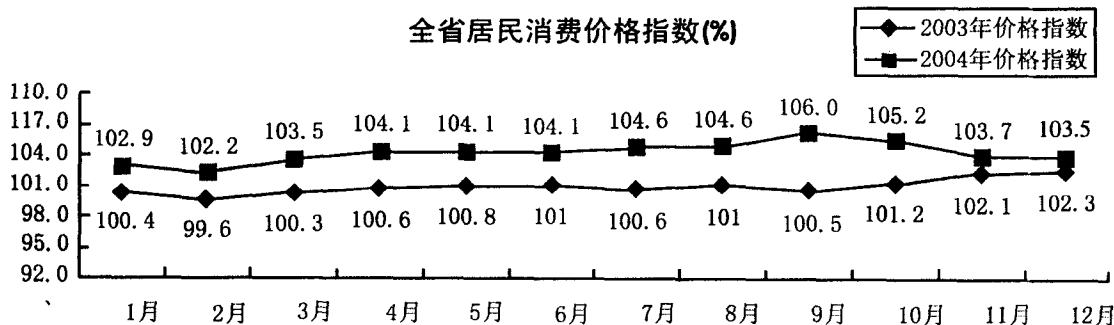
达 1239.9 亿元,比上年增长 17.2%,占社会消费品零售总额的 62.12%,县及县以下实现 755.91 亿元,占社会消费品零售总额的 37.87%,增长 10.7%,比上年增幅提高了 3.5 百分点,主要是由于国家扶持“三农”的各种优惠政策促进农民收入的增加,提高了农村居民购买力,也拉动了农村消费。

2、餐饮市场增势强劲,增幅位居榜首

全年餐饮业零售额达 252.65 亿元,比上年增长 19.6%,增幅提高了 13 个百分点。餐饮业零售额的增长拉动全省社会消费品零售总额增长 2.4 个百分点。餐饮业增幅较高的主要原因是:2003 年受“非典”影响,团体消费、旅游消费和商务消费均不高,严重影响了餐饮市场,而 2004 年餐饮业营业额增幅相

对较大,特别是5、6月份,分别增长54.6%和43.6%。且节目餐饮业生意火爆,“五一”期间福州聚春园四家酒店营业额比上年同期增长84.02%;

台江美食街7天的营业收入近1000多万元。5月份和10月份全省餐饮业分别增长54.6%和16.9%。



3、商贸企业规模效应明显,假日消费需求旺盛

随着城乡居民特别是城镇居民对消费环境要求的提高,我省大型商场特别是大型连锁商贸企业网点不断增加,商品销售增长加快,占社会消费品零售总额的比重不断上升。“五一”和“国庆”两个黄金周各地消费品市场都呈现货源足、品种多,档次高、价格稳、服务优的景象。由于客流量增加,大型商场商品畅销。厦门市11个主要大型商场“十一”黄金周销售额比上年同期平均增长110.5%,天虹商场、思文电器城销售额同比分别增长94.1%和1倍。与上年相比,全年限额以上批发零售业增长15.1%,比上年增幅提高了2个百分点。

4、消费结构升级,消费亮点频现

(1)住房的热销带动了建筑及装潢材料等相关商品销售的快速增长。居民住房条件不断改善,也带动了与住房消费密切相关的五金电料类、家具类、建筑及装潢材料类商品消费的增长。2004年五金电类实现零售额32925.5万元,比上年半长146.7%,家具类实现零售额31497.9万元,增长138.3%,建筑及装潢材料类实现零售额50358.1万元,增长106.3%。

(2)以移动电话为主的通讯器材类商品销售继续高速增长,2004年通讯器材类实现零售额124568.4万元,比上年增长169.3%,增幅比上年提高了48.3个百分点。近年来,随着各地手机价格及入网费的一再调低,手机销量激增,出现了城市消费者以更新换代为主、农村消费群体扩大的趋势。

(3)“暑期消费”是8月市场的一大亮点,学生消费的层次不断升级。2004年教师、学生出外旅游以

及家长休假带小孩出门旅游的人数增加,致使居民文化娱乐支出明显增加。8月份我省城镇居民人均文化娱乐支出36.38元,比上年同期增长1.4倍,与此有关的交通支出增长达29.7%。

5、食品类商品价格上升,零售稳中见旺

(1)食品类产品商品价格升幅较大,2004年我省市场粮价呈恢复性回升,下半年缓步回稳。全年粮食价格季度走势特征:一季度大幅上涨,早晚稻米价格一度上涨幅度达60%以上,二季度开始平稳回落,三季度随新粮上市粮价高开后逐步回落,四季度继续平稳小幅回落。2004年度全省粮食市场安全平稳运行,粮价恢复性上涨后整体运行正常,激活了粮食市场,也调动了农民种粮积极性,为全省经济平稳发展提供了保障,基本达到省政府有关粮食安全的目标要求。

(2)蛋品、油脂、肉禽及其制品价格随着粮食价格的上涨,分别有所上涨。我省自2003年第三季度粮食价格上涨以来,生猪价格持续上涨,2004年9月份全省鲜猪肉平均价格比年初上涨20.3%,进入第四季度每月都有所回落,年末鲜猪肉平均价格比年初上涨了10.7%。年末禽、蛋类产品价格也比年初有较大幅度上涨。主要原因:一是饲料、运费提价使成本上升;二是2004年禽流感对畜禽养殖业带来很大负面影响。

(二)部分重要生产资料市场

1、煤电油等能源供应持续偏紧

由于2003年降雨量少,水电出力不足,火电满发,发电用煤供需矛盾突出,企业自备燃油机组发电增加导致成品油消费明显增加,限电期间企业发电

用柴油猛增,加上国际油价一度达到历史新高,油品持续旺销,资源偏紧,油价一直处于高位。火电满发造成煤源吃紧,货运交通运输持续紧张,特别是5月份后,铁路管理机构调整以及全国开展车辆超限载治理,在一定程度上加剧了我省运输紧张局面。

2004年年底,因冬季用煤进入高峰及社会运力紧张,煤炭供应偏紧,煤价狂涨,与11月相比,烟煤价格每吨上涨约50元,无烟煤价格每吨上涨百元左右,如永春无烟煤价格由每吨360吨涨至460元,龙岩无烟煤由每吨570元涨至670元,山西的烟煤由每吨650元涨至690元。并且个别品种货源偏紧,如永春天湖山无烟煤还暂时断货脱销。此外,与人民生活息息相关的民用蜂窝煤价格也是一天一个价,蜂窝煤每颗价格由11月0.27元狂涨到年底的0.37元。在煤价狂涨的冲击下,工业企业及种植业的成本负担加重,尤其是高耗煤的火电企业。其生产成本更是直线上升。此外,煤价上涨也增加低收入家庭的生活支出。对经营企业来说,煤价狂升,必然抑制需求数量,增加进货及库存风险。

2、工业原材料价格总体呈上涨趋势

第四季度,我省监测的300种主要生产资料商品中平销的有288种,占96种;热销的有11种,占3.7%;滞销的有1种,占0.3%。热销的商品主要是尿素、复合肥。平销的种类有黑色金属材料、有色金属、化工产品、建材、木材、汽车、轻工纺织原料、机电产品等。

钢材:全年炼铁产品出厂价比上年上升42.7%,炼钢产品及普通钢坯同比上升36.6%,线材上升31.2%,黑色金属矿冶炼及压延加工产品上升28.8%,普通小型钢材上升27.6%,普通中型钢材上升25.4%。工业品总体处于“高进低出”状况。

化工材料:受美国纯苯市场价格走低以及国际原油价格下跌的影响,苯类产品价格继续全线小幅下滑,而不饱和聚酯树脂出厂价比上年上升34.6%,聚苯乙烯上升23.8%,聚乙烯树脂上升22.6%,聚氯乙烯树脂上升22.6%,合成材料、酚醛塑料粉、聚丙烯、橡胶等产品,价格有较大幅度上涨。

3、农业生产资料销售上升,化肥价格持续高位运行

年初,因粮食价格上涨,调动了农民种粮积极性,对化肥等农资商品需求增加,而受能源、原材料、运输价格上涨的影响,化肥供给减少,化肥价格攀升

较快。针对这种状况,中央和我省相继出台多项稳定化肥市场的措施,4月中旬后化肥价格逐步回落,供应充足。下半年受煤、电、油、运价格大幅上涨及国际化肥市场价格持续走高的影响,化肥价格持续走高,甚至进入9月份供应淡季后,化肥价格不跌反涨。下半年尿素的平均价格从7月份的1740元/吨,一路上升到12月份的2100元/吨,是近六七年来最高价;国产复合肥的平均价格从7月份的1750元/吨上升到12月份的2000元/吨,进口复合肥的平均价格年底上升到2300元/吨。全年全省供销社系统农资商品销售总值28.76亿元,同比增长14.14%,其中销售化肥222.54万实物吨,增长4.26%,销售农药3.07万吨,增长0.92%,农膜3810吨,增长19.92%。

4、建筑材料市场价格呈波动走势

上半年,国内钢材价格经历了一轮剧烈波动。春节前后,钢材价格承接上年持续上涨势头,2月末价位创下历史高点,从4月初开始急剧下跌,6月份出现反弹。此次价格的大幅下跌,是对前期价格上涨过快、过猛的修正,是合理复归。水泥供大于求,因2003年底钢材、水泥价格高涨,建设业主和施工单位因成本上升被迫停业,并期待春节后水泥、钢材价格回落。春节后,水泥价格虽略有降低,但钢材价格仍然很高,为了减少损失,很多建设单位放慢了施工进度,水泥需求量比2003年大幅减少。

二、消费需求增长主要原因

(一)开拓市场,扩大城乡消费,拉动了消费增长

2004年,全省各级商贸流通部门积极贯彻省委、省政府关于扩大内需、开拓国内市场的战略决策,坚持“政府搭台,企业唱戏”和“走出去”与“请进来”相结合的办法,在省内以举办对国内影响力大、实效性强的大型展会为重点,协助企业做好产品宣传推介,引导企业拓展市场,拉动消费需求,扩大闽货的市场占有率。2004年全省经贸系统办展及组织企业参展参会共113场次,参展展位10669个;参展参会企业8743家,零售额23.7608亿元,合同额达152.0262亿元;其中在省内组织办展参展62次,合同额104.3885亿元。

(二)全面开展治理“餐桌污染”工作,建设“食品放心工程”,增强消费信心

年初,按照国务院食品安全专项整治工作方案

要求,根据省政府年度治理“餐桌污染”工作方案,细化补充全省治理工作目标和任务,认真落实部门分工,分解目标任务。一是开展食品安全专项整治。重点是开展了对畜禽产品、劣质奶粉、儿童食品、散装食品、保健食品及水果市场、散装酒市场的专项整治,加大查处力度。二是加大源头治理工作力度。重点是抓好无公害畜禽、蔬菜、水产品基地建设,强化对动物及动物产品的检验检疫,加强对生猪“瘦肉精”、牛奶和禽类抗生素、蔬菜、水果、茶叶、水产品的药残检测;开展二次供水设施检查,开展矿泉水、纯净水的抽验,抓好“千万农民饮水工程”建设;实施食品质量安全市场准入制度,加强对儿童食品企业的抽查;加强全省餐饮业卫生量化分级管理,以学校食堂和餐饮业为重点,对公共场所及学校周边饮食摊点食品安全卫生进行监管。三是在全省范围内开展了以“食品安全关系你和我”为主题的食品安全宣传周活动,以召开食品安全研讨会、现场咨询、实物演示、发放宣传小册子、曝光一批企业和产品“黑名单”等方式的市场宣传,取得了良好效果,增强消费者信心。

(三)加强市场体系建设,带动商品流通

根据推进商品交易市场升级改造要求,对各类商品交易市场的设置条件和升级改造重点提出了指导意见,引导市场改造升级,提高市场指标化、规范化水平。进一步推动和督促地级城市制订商业网点规划;以现代流通方式,特别是通过改造提升批发市场、农改超等方式,带动农产品流通;抓好一批大型专业批发市场的新建项目和升级改造项目,推动专业批发市场创新交易方式,增加服务功能,提高经营管理水平。省里确定下达了福州海峡糖酒副食品批发市场等 18 个市场升级改造重点项目。根据省领导有关指示精神,对 2003 年省财政专项扶持的重点市场建设项目资金投向作了较大调整,加大对大中型批发市场的建设与升级改造的扶技力度;并向大中型项目倾斜,建立了三种资金安排机制;一是无息回收滚动使用,二是奖励性使用,三是贴息性的使用,大大促进了市场建设。

(四)流通业态的发展,城乡居民收入增加,促进消费增长

随着流通业态稳步增长,以连锁经营、物流配送、电子商务为重点的新型流通方式在市场销售中的比重日益提高,以莆田市为例,2004 全市 10 家大

型连锁企业的监测销售额同比增长 21%,比上年增提高了 3.3 个百分点。同时,物流配送发展迅速,以涵江小商品批发城为例,配送能力同比提升 1 倍以上,方便了城乡居民的消费,促进了消费增长。据统计,2004 年人民币储蓄存款保持大幅增长,12 月末储蓄存款余额达 3322.26 亿元,比年初增长 13.6%,比上年多增 19.72 亿元。随着居民收入的增长和生活水平的提高,居民购买力不断增长,促进了社会消费品零售总额的较快增长。

三、2005 年市场运行预测及建议

2005 年,我国扩大内需政策的滞后效应将日益显露,消费需要总体上稳步攀升的势头仍将延续。但是,一些不利于商品市场快速增长的因素仍然存在,农村居民收入增长过慢、城乡收入差距拉大,不利消费水平的提高;消费需求对经济的拉动作用还未得以充分发挥,整体消费水平迈上新台阶尚须时日。

(一)市场运行预测

1、国内成品油价格走向还不很明朗

专家认为,虽然近期内国际油价有所回落,国内的石油生产企业也降低了其出厂价格,但高速增长的经济对资源的需求还会进一步加剧。国内油价涨落主要受制于国际油价,成品油零售价下调与否最终取决于国际原油价格走向。而国际原油价格走势又和中东政治环境有关,如果中东国家政局稳定,国际石油压力将减轻,但目前中东局势还不明朗,国内成品油价格走向也不是很明确。

2、钢材市场行情将在高位基础上保持相对平稳运行状态

2004 年中国钢材市场需求旺盛,资源供应充足,价格行情剧烈振荡。预计新一年需求形势依然看好,新增资源可以满足消费需求,供求关系拉动价格进一步上涨的空间不大;另一方面,全球性原料价格居高不下,持续抬高钢材生产成本,整体钢材市场价格坚挺,深幅下跌的可能性不大。此外,种种迹象表明,国际钢材市场价格已近峰顶,今后有可能向下调整,但由于目前国内钢材价格已经低于国际水平,因此,国际市场钢材价格的跌落,不会对国内行情产生太大的压力。由此可见,2005 年全国钢材市场行情将在高位基础上保持相对平稳运行状态。

3、生产成本上扬将促使消费品价格有所上涨

从2003年开始,生产资料持续上涨,上游产品的生产成本不增加,而迫于市场竞争压力,许多下游企业不敢提价,只得通过压低上游产品购进价,把价格下降的部分损失转嫁给上游产品企业。由于传导途径出现阻碍,这一现象在家电行业中体现得最为淋漓尽致。家电产业是用钢和塑料的大户,成本上涨,家电厂商要想保证利润,就得提价,但下半年以来关于空调等家电涨价一直都没有实现。目前很多国内厂家通过推出新品等策略,在不提高成本的情况下,变相涨价。

4、原料涨价将拉动价格指数上涨

据专家分析,目前,我国经济增长主要依靠高消耗(能源)产业带动,属于粗放式的经济增长方式,而去年一年国际原油等原材料价格又大幅上扬。预计今年整个物价指数将会上升,而其中原材料价格上涨将会拉动价格指数上升。去年钢材、水泥等原材料价格上涨,但生活用品价格上涨不明显,今年生活用品将会上涨。生活用品价格上涨的原因:一是生产成本长期持续上涨,二是国家实行宏观调控政策,开发项目已经得到控制,因而今年供需矛盾会趋于缓和,如家电行业,去年供大求的现象在今年会有所改变。

5、粮价和农副产品价格会稳定在一定的水准

粮食价格会稳定在一定的水平,大幅下降的可能性不大。原因:一是长期以来,粮食价格偏低,工农存在“剪刀差”,政府有意缩短工农产品的价格差别;二是近年国家强调保护农业,保护农民利益,为刺激农民生产,粮价和农副产品价格不会大幅下降。化肥等农用物资价格上涨,增加了农副产品的生产成本,同时,国家以粮食作为突破口,对农产品不实行政府限价,这给农产品价格带来了上升空间。

由于去年底全国的冬种形势普遍良好,而且国家有关的农资政策得到了进一步落实,如果没有出现特殊的情况,今年的粮食价格应该会趋于平稳,其他农副产品在粮价的带动下,估计也不会产生太大的波动。

(二)对策建议

1、坚持扩大内需,进一步发展消费品市场。继续坚持并完善扩大内需,特别是扩大城乡居民消费的政策。采取有效措施,促进第三产业快速发展。要进一步落实支持和发展第三产业的各项措施,并把支持社区服务业的发展列为重点。简化第三产业

特别是社会服务企业的开办手续,减免各种经营管理税费,加强对第三产业的服务和引导。要把第三产业的发展,作为与经济增长速度、增加就业同样重要的指标纳入各地的经济发展计划。完善促进农民增收的政策措施,提高农民收入。尽快落实工资阶层加薪计划,进一步增加社会保障支出,加强低收入者、下岗职工、离退休职工的各项保障政策的落实,以提高收入预期。

2、营造良好的消费环境。要调整和完善消费政策,抓紧制定有关鼓励消费的政策措施,更好地发挥价格杠杆和市场信息对扩大消费的作用。增加对企业技术改造、改善农村生活生产条件和消费环境等方面的投入,积极发展现代流通业和服务业,拓宽消费领域。抓紧建立健全个人信用体系,规范发展消费信贷,扩大居民在住房、汽车、助学等方面的消费贷款。继续大力整顿和规范市场秩序,为扩大消费创造好的条件。

3、多方缓解煤、电、油和运力紧张供给。按照错峰、避峰、限荷的先后顺序做好限电工作;对国家产业政策规定属于淘汰类的钢铁、铁合金和水泥应停止供电;同时开展节能宣传,普及节能知识,提高全社会节能意识;尽快建立煤炭调运及采购协调机构,实施电煤应急调度和储备预案,努力保证电煤供应。建立燃料油储备制度,发挥企业自备燃油机组的发电潜能;加强运输协调,建立铁路运输信息沟通制度,加强跟踪和运输协调工作。

4、尽快出台《福建省商品交易市场管理办法》。因为目前在市场管理的法规只有国务院1983年颁布的《集贸市场管理条例》,此条例已严重滞后,不适应市场经济下新形势,需要新的法规或规章来取代。根据省领导批示精神和治理餐桌污染建设食品放心工程的需要,加快拟制《福建省商品市场管理条例》,建议省政府尽快研究通过,颁布实施。

5、建议将扶持流通现代化资金列入2005年财政预算。2002年省政府《关于大力推进流通现代化的意见》明确要求“对推进流通现代化建设和重要农产品市场检测、信息系统建设等重点项目,‘十五’期间省计划、财政部门安排一定资金作为引导资金予以支持”。但这两年财政均未列入预算,建议2005年从省财政预算安排2000万元,予以支持。

6、搞好市场运行监测调控。继续做好重要消费品和生产资料的市场监测工作。按照商务部的要

求,坚持城市生活必需品市场监测、重要生产资料市场监测、重点流通企业监测统计报表制度。充分利用商务部的监测平台,根据本省市场监测需要,适当增加样本企业和监测品种,认真指导、督促各设区经贸部门及有关企业准确、及时做好市场运行监测数据采集及上报工作,分别以周报、半月报、月报、季报、半年报、年报等形式向上报送和对外发布。组织好主要商品(600种)供求情况和主要生产资料商品(300种)供求情况的填报工作。加强重要节日市场监控,重点关注肉禽蛋菜等副食品的市场供求情况,及早安排,确保节日市场繁荣稳定。按照《福建省人民政府突发公共事件总体应急预案》的要求,继续落实好《福建省商品市场异常波动应急工作预案》中明确的信息通联、运行分析、商品储备等相关制度和措施,督促有关部门和各市制订、完善重要商品的分析预案,同时,具体抓好全省副食品异常波动预警系统的建立健全,落实储备基地项目,分解应急储备任务增强应对副食品市场异常波动和突发事件的调控能力。

7、加强成品油市场监测与监管。继续实行成品油购、销、存的月报制度,并将监测范围扩大到社会成品油批发企业。分析形势,加强预警,及时化解供需矛盾。必要时启动《福建省成品油市场异常波动

应急工作预案》,妥善、及时处置成品油市场供求的紧急事件。继续实施并进一步完善油品储备与使用制度,关注两大集团油品的购、销、存,鼓励社会批发企业更多地从省外采购油品。按照《福建省2005—2010年成品油仓储规划纲要》,鼓励各方面力量加大成品油仓储设施建议,增强成品油库存能力和保有量,重点放在福州外港、龙海、三都澳、湄洲湾等油库建设。

继续加强成品市场管理方面的法律法规的制定与完善工作。密切关注国家《成品油市场管理办法》的制定进度,以规范成品油市场秩序、优化企业布局为目标,把好成品油经营企业市场准入关,按照《中华人民共和国行政许可法》规定程序,继续对成品油零售、仓储企业的市场准入和退出严加管理。适应我国成品油零售市场对外开放的新形势,指导组建福建省成品油流通行业协会,并充分发挥其沟通、自律、监督等作用。继续做好成品油市场监管的基础工作,公布实施《福建省加油站及仓储企业发展规划纲要》。进一步完善我省成品油管理信息系统,完成做好与商务部的信息系统的对接。继续实施本省信息系统的开发计划,逐步实现政务公开、决策辅助、分级管理、数据编辑、综合查询、汇总打印等系统功能,建立全省成品油地理信息系统。