



中国人民大学研究报告系列

中国消费品市场监测与分析报告

2013

REPORT ON CHINA CONSUMER
GOODS MARKETS MONITORING
AND ANALYSIS

主 编 李 智



中国人民大学研究报告系列

中国消费品市场监测与分析报告

2013

REPORT ON CHINA CONSUMER
GOODS MARKETS MONITORING
AND ANALYSIS

主 编 李 智

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国消费品市场监测与分析报告. 2013/李智主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 9
(中国人民大学研究报告系列)
ISBN 978-7-300-17903-2

I. ①中… II. ①李… III. ①消费资料-市场-研究-报告-中国-2013 IV. ①F724.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 212806 号

中国人民大学研究报告系列
中国消费品市场监测与分析报告 2013
主编 李 智
Zhongguo Xiaofeipin Shichang Jiance yu Fenxi Baogao 2013

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司		
规 格	185mm×260mm 16 开本	版 次	2013 年 9 月第 1 版
印 张	17 插页 1	印 次	2013 年 9 月第 1 次印刷
字 数	360 000	定 价	49.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“中国人民大学研究报告系列”编委会

主 任 陈雨露

副主任 冯惠玲

委 员 (以姓氏笔画为序)

马 中	王孝群	毛基业	冯惠玲	刘大椿
杜 鹏	李路路	杨伟国	杨瑞龙	吴晓求
陈雨露	陈 岳	郝立新	贺耀敏	袁 卫
倪 宁	郭庆旺	董克用	韩大元	温铁军

总序

陈雨露

当前中国的各类研究报告层出不穷，种类繁多，写法各异，成百舸争流、各领风骚之势。中国人民大学经过精心组织、整合设计，隆重推出由人大学者协同编撰的“研究报告系列”。这一系列主要是应用对策型研究报告，集中推出的本意在于，直面重大社会现实问题，开展动态分析和评估预测，建言献策于咨政与学术。

“学术领先、内容原创、关注时事、咨政助企”是中国人民大学“研究报告系列”的基本定位与功能。研究报告是一种科研成果载体，它承载了人大学者立足创新，致力于建设学术高地和咨询智库的学术责任和社会关怀；研究报告是一种研究模式，它以相关领域指标和统计数据为基础，评估现状，预测未来，推动人文社会科学研究成果的转化应用；研究报告还是一种学术品牌，它持续聚焦经济社会发展中的热点、焦点和重大战略问题，以扎实有力的研究成果服务于党和政府以及企业的计划、决策，服务于专门领域的研究，并以其专题性、周期性和翔实性赢得读者的识别与关注。

中国人民大学推出“研究报告系列”，有自己的学术积淀和学术思考。我校素以人文社会科学见长，注重学术研究咨政育人、服务社会的作用，曾陆续推出若干有影响力的研究报告。譬如自2002年始，我们组织跨学科课题组研究编写的《中国经济发展研究报告》、《中国社会发展研究报告》、《中国人文社会科学发展研究报告》，紧密联系和真实反映我国经济、社会和人文社会科学发展领域的重大现实问题，十年不辍，近年又推出《中国法律发展报告》等，与前三种合称为“四大报告”。此外还有一些散在不同学科的专题研究报告也连续多年，在学界和社会上形成了一定的影响。这些研究报告都是观察分析、评估预测政治经济、社会文化等领域重大问题的专题研究，其中既有客观数据和事例，又有深度分析和战略预测，兼具实证性、前瞻性和学术性。我们把这些研究报告整合起来，与人民大学出版社资源相结合，再做新的策划、征集、遴选，形成了这个“研究报告系列”，以期放大

规模效应，扩展社会服务功能。这个系列是开放的，未来会依情势有所增减，使其动态成长。

中国人民大学推出“研究报告系列”，还具有关注学科建设、强化育人功能、推进协同创新等多重意义。作为连续性出版物，研究报告可以成为本学科学者展示、交流学术成果的平台。编写一部好的研究报告，通常需要集结力量，精诚携手，合作者随报告之连续而成为稳定团队，亦可增益学科实力。研究报告立足于丰厚素材，常常动员学生参与，可使他们在系统研究中得到学术训练，增长才干。此外，面向社会实践的研究报告必然要与政府、企业保持密切联系，关注社会的状况与需要，从而带动高校与行业企业、政府、学界以及国外科研机构之间的深度合作，收“协同创新”之效。

为适应信息化、数字化、网络化的发展趋势，中国人民大学的“研究报告系列”在出版纸质版本的同时将开发相应的文献数据库，形成丰富的数字资源，借助知识管理工具实现信息关联和知识挖掘，方便网络查询和跨专题检索，为广大读者提供方便适用的增值服务。

中国人民大学的“研究报告系列”是我们在整合科研力量，促进成果转化方面的新探索，我们将紧扣时代脉搏，敏锐捕捉经济社会发展的重点、热点、焦点问题，力争使每一种研究报告和整个系列都成为精品，都适应读者需要，从而铸造高质量的学术品牌、形成核心学术价值，更好地担当学术服务社会的职责。

前言

2012年，是“十二五”规划完成承上、开始启下的过渡之年，是巩固和扩大应对国际金融危机的成果，促进经济运行由政策支撑向自主回暖有序转变的关键之年，是十八大确立“五位一体”发展方式，宣告粗放式、非均衡的传统经济发展方式结束，开启以人为本，全面、协调、可持续发展的科学发展方式的转折之年。

2012年，也是包括中国在内的全球经济的纠结之年。

从全球视野看，世界经济最直观的纠结仍在于债务风险。2012年，全球债务总规模达到57.85万亿美元，全球负债率高达81.16%，南欧五国、美国以及日本的公共债务水平已超过GDP的100%。债务拖累下的政策应对引发了全球范围内的货币宽松，但以全球性通货膨胀为代价的货币宽松正日益面临经济肌体对政策刺激的麻木反应、各国货币竞相贬值引发的金融动荡以及大宗商品价格剧烈波动形成的资源错配三重折磨。更令人纠结的是，与独善其身的“货币政策”并发的以邻为壑的“贸易战争”。2012年全球贸易保护主义大规模抬头，世界贸易增长率不到4.5%，大幅低于1980年以来5.7%的平均增速。

从我国的情况看，为应对危机而设计的守成维稳型发展战略得到了全面执行并初见成效，但执行过程仍然充满了纠结。着眼于消费、投资、出口三大指标，最稳健的消费增幅回落3个百分点，投资不仅增幅回落而且波动加剧，出口更是在不稳定的外需干扰下呈现惊人的落差，三驾马车的同步乏力反而让GDP的逐季回落失去了悬念。至于物价水平，一方面承受着货币宽松引发的输入性通胀压力、投资释放引发的PPI传导性通胀压力、农民增收引发的结构性通胀压力，另一方面又承受着产业结构升级、出口贸易受阻、市场竞争加剧等因素造成的供给性通缩压力。另外，汇丰PMI（制造业采购经理人指数）连续12个月低于50，反映了中小企业的艰难困境；国家统计局PMI围绕50徘徊，则显示了大企业的进退维谷；发电量连续半年的逐月降低更让已经回落的经济增速前景未明。可以说，2012年中国经济的最大纠结在于对新老经济发展方式和荣枯经济发展态势的艰难取舍。

2012年，在国际经济形势充满变数、国内经济转型面临攻坚、产业存量矛盾亟待化解、商品供求态势波动频仍的背景下，中国消费市场没有像股市一般低位自甘沦落，也没有像楼市一般高位拒绝调整，而是在各种正负面因素的“纠结”之中以应变变、因势利导、寻求突破、稳健发展，为经济运行触底转暖积极创造良好的市场环境。

一方面,国内工业体系在激烈的竞争环境下保持了生产规模,农业体系在各种自然灾害后实现了粮食丰收,流通体系打破虚实渠道界限提升了流转效率,为消费品市场稳健运行提供了稳定的市场供给;另一方面,中央和地方大力推进社会保障普及,着力改善低收入群体生活,全面扩大中等收入者比重,实施积极的就业政策,让城乡居民收入增幅跑赢了GDP,让农村消费支出增幅跑赢了城市,让城镇化进程跑赢了人口红利萎缩,为消费品市场稳健运行注入了活跃的市场需求。此外,建材下乡、以旧换新、农村流通网络建设、城镇商业网点规划等政策措施进一步活跃了城乡消费市场,便利了城乡居民消费,规范了市场秩序,为消费品市场稳健运行创造了良好的政策环境。

如果说2012年是中国经济乃至全球经济的纠结年,那么2013年将迎来由“纠结”向“解结”的转折年,诸多问题和矛盾似乎有了答案,又亟待寻求突破。从全球经济发展趋势看,美国在“财政悬崖”面前要协调好党派之争,日本在“经济零增长”面前要制定好外交政策,欧盟在“欧债危机”面前要完成好从“解救”向“解决”的转换,新兴市场国家在经济增速和份额双双超越发达经济体的“新旧转换”面前要应对好发达国家制造业回归和知识产权保护的潜在冲击,习惯了大手大脚的政府和习惯了高额福利的民众在“危机延伸”面前要处理好“由奢入俭”的转变。从中国经济发展方向看,中央经济工作会议明确了经济发展的战略不再是简单纳入全球分工体系、扩大出口、加快投资,而是倒逼扩大内需、提高创新能力、促进经济发展方式转变,用科学发展的增量去化解产能过剩的存量,用积极的财政政策和稳健的货币政策去引导经济体系的自主回暖,但实现上述经济发展战略,还需要政策体系、产业体系和市场体系的协同配合、探索突破。

在如上背景下,对中国消费品市场和重要产业进行密切监测和实时分析,思考消费品市场中供求态势的转换、产业结构的升级以及产业体系的梯度转移,其结论对于中国宏观调控政策的制定及中国经济发展战略的实施有着重要的指导意义。

《中国消费品市场监测与分析报告2013》如期发布了。这是《中国消费品市场监测与分析报告》的第九次发布,是中国人民大学贸易经济系、中国人民大学流通研究中心马龙龙、王强、李智、邵洪波、刘万超、崔光野、刘畅、杨静、丛子薇、胡乔文、李晓雪、陈成漳、程进文、江莹、唐娅、许春晓、高廷帆、王孟洋、钮璐昕、何俊男、窦帅卿、陈嘉庆、苟天蛟、冯卓、徐丝然等科研人员共同努力的结果,是一年艰辛的市场运行监测和四个多月紧张的数据汇总分析的结果。自2005年以来,该系列报告正逐渐成长为国内最系统、最实时监测中国消费市场和重要产业的深度研究报告。报告的顺利推出得到了来自商务部、国家发改委、国家统计局、国务院发展研究中心、中国社会科学院、各行业主管部门和行业协会组织、诸多专家和学者以及中国人民大学出版社所有同仁的关注和支持。撰写报告的研究人员在数据监测与搜集、研究方法选择、报告结论总结、趋势预测等方面也在不断改进,争取做到客观性、严谨性、科学性和权威性的统一。

报告力求数据翔实、图表清晰、分析合理且预测准确,旨在为国家决策部门提供客观的依据,为相关研究机构提供一个共同交流的平台,为中国市场建设和产业发展

献计献策。中国人民大学在产业经济和流通经济学科上具有深厚的研究基础，我们有使命也有能力见证并记录中国经济变革与市场演进的历史进程。报告作为中国人民大学的重要研究成果，承载着所有师生的荣誉和使命，希望它能引发广大有识之士的共鸣、思考和真知灼见。



2013年1月1日于明德楼

目 录

第一章 中国消费品市场形势分析与预测报告

一、中国消费品市场销售状况分析	1
二、中国消费品市场需求状况分析	5
三、中国消费品市场供给状况分析	16
四、中国消费品市场价格走势分析	41
五、2013 年消费品市场发展预测	52

第二章 中国食品市场监测与分析报告

一、2012 年中国食品市场全景分析	58
二、2012 年中国食品市场分类监测	59
三、2013 年中国食品市场发展预测	80

第三章 中国服装市场监测与分析报告

一、2012 年中国服装市场全景分析	84
二、2012 年中国服装市场分类监测	98
三、2013 年中国服装市场发展预测	105

第四章 中国家用电器市场监测与分析报告

一、2012 年中国家用电器市场全景分析	108
----------------------------	-----

二、2012年中国家用电器市场分类监测	112
三、2013年中国家用电器市场发展预测	123

第五章 中国医药市场监测与分析报告

一、2012年中国医药市场全景分析	126
二、2012年中国医药市场分类监测	132
三、2013年中国医药市场发展预测	140

第六章 中国家具建材市场监测与分析报告

一、2012年中国家具建材市场全景分析	143
二、2012年中国家具建材市场分类监测	149
三、2013年中国家具建材市场发展预测	155

第七章 中国日化用品市场监测与分析报告

一、2012年中国日化用品全景市场分析	157
二、2012年中国日化用品市场分类监测	162
三、2013年中国日化用品市场发展预测	177

第八章 中国IT消费品市场监测与分析报告

一、2012年中国IT消费品市场全景分析	179
二、2012年中国IT消费品市场分类监测	184
三、2013年中国IT消费品市场发展预测	196

第九章 中国汽车市场监测与分析报告

一、2012年中国汽车市场全景分析	199
二、2012年中国汽车市场分类监测	205
三、2013年中国汽车市场发展预测	214

第十章 中国文体用品市场监测与分析报告

一、2012 年中国文体用品市场全景分析	217
二、2012 年中国文体用品市场分类监测	225
三、2013 年中国文体用品市场发展预测	238

第十一章 中国嗜好品市场监测与分析报告

一、2012 年中国嗜好品市场全景分析	241
二、2012 年中国嗜好品市场分类监测	242
三、2013 年中国嗜好品市场发展预测	258

第一章 中国消费品市场形势分析与预测报告

2012年,是“十二五”规划实施承上启下的一年,也是宏观经济形势异常复杂的一年。放眼全球,国际环境充满复杂性和不确定性,全球经济总体低迷,欧债危机加剧、蔓延,贸易保护主义抬头。从国内来看,出口增长大幅回落,投资和消费增长也出现不同幅度下降,经济增长率呈现持续下行态势,宏观经济政策继续兼顾稳增长、稳物价的目标。

在内外环境的制约下,国内经济运行不断寻求新的平衡点和增长点,并取得了一定成果。2012年国内生产总值(GDP)为519 322亿元,同比增长7.8%。其中,一季度增长8.1%,二季度增长7.8%,三季度增长7.7%,四季度增长7.8%,增速比较稳定。虽然国内生产总值增长率有所降低,但也实现了经济发展与“十二五”规划目标的逐步衔接,引导各方面把工作着力点放到了加快转变经济发展方式、切实提高经济发展质量和效益上来,对实现更长时期、更高水平、更好质量发展不无裨益。

在国内生产总值稳定增长的同时,物价调控也取得了一定成效。2012年,居民消费价格同比上涨2.7%,涨幅比上半年回落0.6个百分点,比2011年同期回落2.9个百分点。此外,城乡居民收入持续增加。2012年城镇居民人均可支配收入25 321元,同比增长16.1%,扣除价格因素,实际增长10.3%;农村居民人均现金收入为8 328元,同比增长19.4%,扣除价格因素,实际增长12.8%。

总体而言,尽管国内外经济形势复杂多变,中国消费品市场发展的基本面并没有受到实质性破坏。2012年国民经济总体呈现增长稳定、结构优化、物价趋稳、民生改善的发展态势。在此背景下,2012年消费品市场稳定发展,在规模和质量上均取得显著进步。

一、中国消费品市场销售状况分析

近五年来,中央始终坚持扩大内需的政策,高度重视消费对经济发展的带动作用。特别是2012年,中央牢牢把握扩大内需这一战略基点,把扩大内需的重点更多地放在保障和改善民生、加快发展服务业、提高中等收入者比重上。扩大内需政策成效显著,消费热点得到加强,城乡消费进一步平衡,国民的消费意识也明显提升,消费对我国经济增长的贡献率已从2007年的39.6%提高至2012年的55%左右。可见,消费对经济增长的驱动作用进一步增强,经济发展方式已经朝着由主要依靠投资拉动向消费、投资协同拉动转变迈出关键步伐。消费品市场在这一转变过程中也实现了可持续的扩容与升级。

第一，消费品市场发展高位趋稳，社会消费品零售总额两头活跃、波动攀升。

国家统计局公布的统计数据显示，2012年我国实现社会消费品零售总额207 306亿元，同比增长14.39%。2012年各月社会消费品零售总额较2011年同期实现了平稳的整体性提升。2011—2012年社会消费品零售总额的逐月演进趋势线（见图1—1）显示，2011年各月社会消费品零售总额在13 000亿~18 000亿元人民币的高位区间震荡运行，而2012年各月社会消费品零售总额则在15 000亿~21 000亿元人民币的高位区间震荡运行，2012年将2011年的震荡区间整体推高了2 000亿元以上。全年社会消费品零售总额最低的月份为2月，进入3月后，社会消费品零售总额变动呈现出稳中有升的趋势，到12月社会消费品零售总额达到全年峰值。需要特别指出的是，除“金九银十”传统消费旺季外，2012年“五一”、“国庆—中秋”、“圣诞—元旦”等节假日消费对我国社会消费品零售总额的影响依然显著，居民消费的逐月波动主要受此推动。

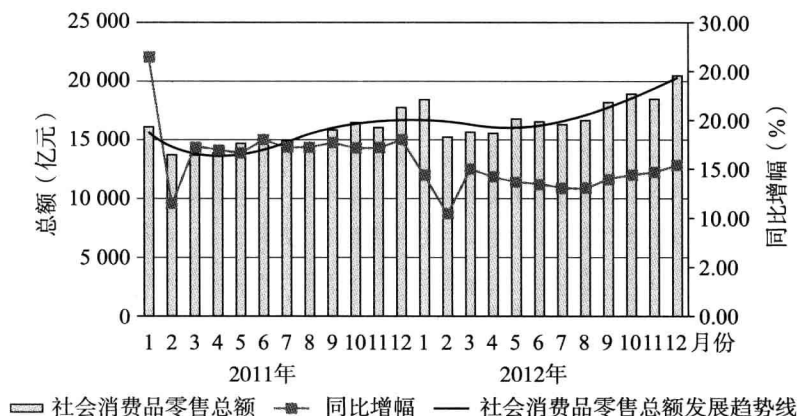


图1—1 2011—2012年社会消费品零售总额增长状况比较

第二，消费品市场增速领先于国民经济产出，市场先导地位全面巩固。

2012年，面对复杂多变的国际形势和国内经济运行出现的新情况、新问题，党中央、国务院以科学发展为主题，以转变发展方式为主线，坚持实施积极的财政政策和稳健的货币政策，不断加强和改善宏观调控，国民经济继续朝着宏观调控预期的方向发展，实现了“十二五”时期经济社会发展良好开局。虽然2012年GDP增长率和社会消费品零售总额增长率均略低于2011年的水平，但社会消费品零售总额全年增速稳定在了14%左右，全面领先国内生产总值8%左右的增速，流通在社会再生产中的作用和消费在促进国民经济增长中的作用不断显现（见图1—2）。对比我国GDP和社会消费品零售总额同比涨幅的历史数据，可以发现，在2004年之前相当长的时期，销售增长与生产增长相比总是基本同步甚至略有落后的。进入2004年之后，这一传统格局已经被打破并延续至今。到2012年，在GDP持续增长的前提下，社会消费品零售总额的领跑优势已经从2005年的1个百分点扩大到6个百分点以上，这不仅是2005年开始的消费带动经济增长格局的延续，更是持续买方市场态势下凸现的市场先导地位的巩固。

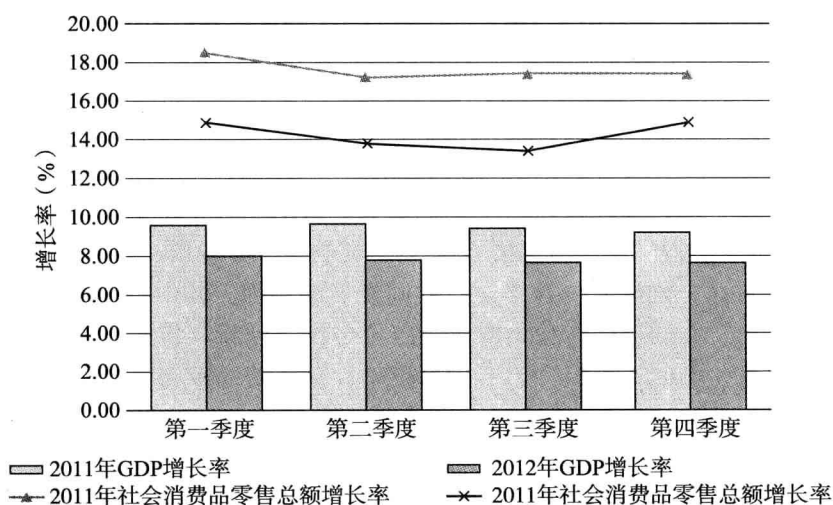


图 1—2 2011 年和 2012 年社会消费品零售总额与 GDP 增长对比

第三，批零商业稳定发挥，新兴业态发展迅猛，商品零售领跑餐饮。

进入 2012 年，在城乡居民收入水平持续提升的推动下，批发零售业和餐饮业零售额持续走高，同比增幅基本保持在 13% 以上的高位。其中，批发零售业的商品零售同比增长 14.3%，高出同期社会消费品零售总额涨幅 0.1 个百分点，高出同期餐饮业零售总额涨幅 0.9 个百分点，成为了消费品市场的领跑行业（参见图 1—3）。

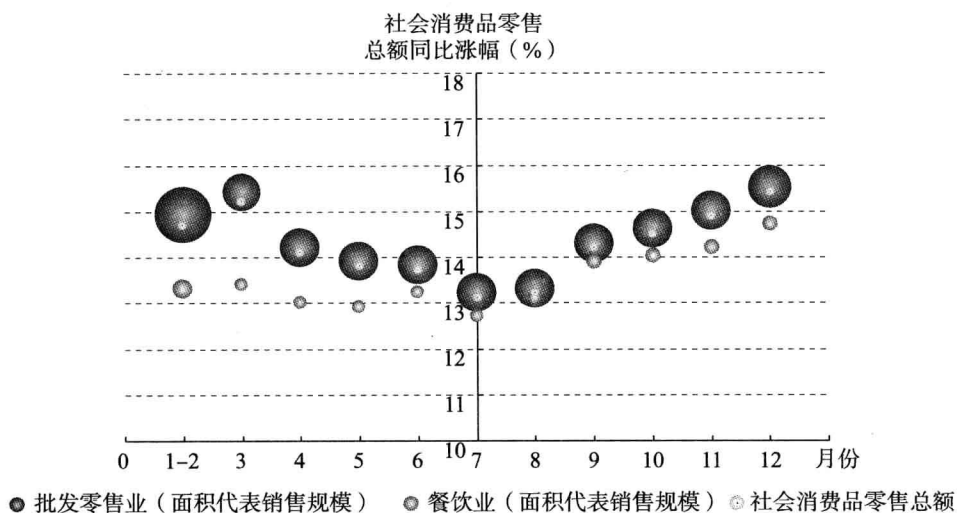


图 1—3 2012 年分行业社会消费品销售规模和增长幅度对比

经过此前多年的高速增长，餐饮业占社会消费品零售总额的比重大致稳定在 11% 的水平；2012 年对社会消费品零售总额增长的贡献率为 10.68%，拉动社会消费品零

售总额增长了 1.52 个百分点。批发零售业则凭借其处于绝对优势的销售规模和领先的增长速度,继续决定着整个消费品市场的增长基调。批发零售业商品零售对社会消费品零售总额增长的贡献率高达 89.31%,拉动社会消费品零售总额增长了 12.68 个百分点。

批发零售业的强势发展是与零售业态特别是新兴零售业态的快速崛起相关联的。近年来伴随社会经济的迅速发展,超市、购物中心、便利店等新业态在城市中纷纷涌现,目前已经形成包括百货店、大型综合超市、便利店、专业店、专卖店、购物中心、折扣店、仓储会员店、网络零售等多业态共同发展的局面。其中,网络零售、购物中心、大型综合超市、仓储会员店和大型专业店更是作为创新零售业态实现了跨越式发展。新兴业态市场份额的不断提升,不仅会推动社会消费品零售总额持续攀升,更会对居民生活水平提升和城市商业空间布局带来深远影响。

第四,城镇市场持续活跃,农村市场活力凸显,城乡市场延续渐进性重组。

2012 年,实现持续活跃的城市市场依然凭借其规模优势引领并决定着社会消费品零售总额增长的总体发展态势,全年 14.2% 的同比涨幅对社会消费品零售总额同比涨幅贡献率高达 86.6%。但是,2012 年城市市场社会消费品零售总额同比涨幅出现了极强的波动性,在传统销售旺季之间的 7—8 月,涨幅回落较为明显。相对应地,农村市场虽然总体规模较小,但发展的稳定性极高,全年各月基本保持了 14% 以上的同比增幅,全年累计同比涨幅首次超过城市市场,达到 14.4%;在城市市场增幅回落之际,适时扮演了消费品市场的企稳和支撑因素,为 2012 年快速扩张、高位稳定的中国消费品市场注入了新的活力。

2003 年之前城乡之间保持多年的 3:1 的销售增长比(如 2002 年城市消费品零售总额涨幅为 13.8%,农村为 4.3%)已经被彻底打破,延续了多年的城市领跑农村市场的格局 2012 年也被改写,农村市场正以前所未有的发展态势强势崛起(参见图 1—4)。经过多年城乡市场的渐进性重组,中国消费品市场的成长已不再过度依赖城市市场的一枝独秀,城乡市场的双活跃正成为中国市场启动内需的现实依托。

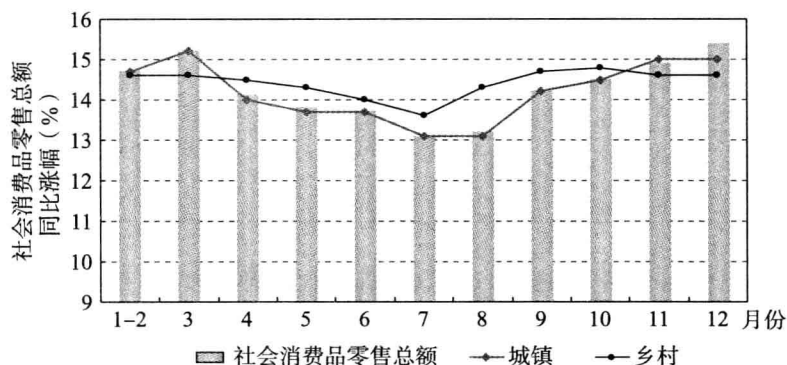


图 1—4 2012 年城乡社会消费品零售总额涨幅对比

二、中国消费品市场需求状况分析

2012年中国消费品市场实现了总量规模的稳定扩张,全年实现社会消费品零售总额207 306亿元,扣除价格因素,比2011年实际增长9.7%。按经营地统计,城镇实现消费品零售额180 266亿元,增长13.0%;乡村实现消费品零售额27 040亿元,增长11.0%。按消费形态统计,商品零售额184 066亿元,增长12.7%;餐饮收入额23 240亿元,增长12.6%。社会消费品零售总额只能反映消费品市场的运行结果,而要深入了解中国消费品市场的运行效率和内在发展动力,则要具体分析市场的需求和供给态势。2012年,受到复杂多变的国际形势影响,国内经济增速放缓,消费品市场虽稳定扩张,但增幅相对减小。具体而言,2012年消费需求领域的基本情况主要体现在城乡居民的收入水平、消费倾向、消费信心和消费结构四个方面。

(一) 居民收入水平

2012年,在世界经济步履蹒跚的大背景下,我国经济步入了新一轮调整期,呈现出经济增速趋于放缓、物价水平基本稳定、结构调整力度加大、民生继续改善、社会不断进步的独特风景。面对国内外复杂的经济形势,国家实施了一系列经济刺激政策和民生工程:积极挖掘内需潜力,充分发挥内需对经济增长的拉动作用,促进经济平稳较快发展;坚持把解决好“三农”问题作为各项工作的重中之重,完善政策,增加投入,提升农业科技创新能力;认真落实“十二五”节能减排综合性工作方案,出台合理控制能源消费总量的实施方案,完善节能减排评价考核机制和奖惩制度,加快建立节能减排市场机制;不断完善助学政策体系,大幅增加助学经费投入等。这些政策和民生工程的实施,保障了城乡居民就业稳定和可支配收入水平的稳步提高,并为国民经济的复苏创造了良好的社会环境和经济环境。

首先,经济增长促进就业增加,中国经济增长为拉动就业提供了基本保障,这两年经济增长速度虽然有所减缓,但增速仍然比较高,这是保证就业增长最根本的原因。就业机会稳定增长,失业率得到有效控制,避免了失业人口大规模增长局面的出现。2012年全国城镇新增就业达到1 270万人,年末从业人员达到76 705万人,其中城镇年末从业人员达到37 184万人,城镇年末登记失业率4.1%,维持在较低水平。

其次,社会保障制度进一步完善,城乡居民抵御疾病等社会风险的能力增强。2012年年末全国参加城镇职工基本养老保险人数30 946万人,比2011年年末增加了2 554万人。参加城镇基本医疗保险的人数为56 160万人,增加了8 817万人。参加失业保险的人数为15 358万人,增加了1 041万人。截至2012年9月底,2 646个县(市、区)开展了新型农村合作医疗工作,新型农村合作医疗参合率达97.5%;新型农村合作医疗基金支出总额为1 114亿元,受益8.4亿人次。全国列入国家新型农村社会养老保险试点的地区参保人数为32 643万人。2012年年末全国领取失业保险金人数为185万人。2012年,国家将农村扶贫标准提高到年人均纯收入2 300元,按照新标准,年末农村扶贫对象为12 838万人。