



中国人民大学研究报告系列

中国零售业发展监测与分析报告

2012

REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
CHINA'S RETAILING

主 编 王 强



中国人民大学研究报告系列

中国零售业发展监测与分析报告

2012

REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
CHINA'S RETAILING

主 编 王 强

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国零售业发展监测与分析报告 2012/主编王强. —北京:中国人民大学出版社,2013. 5
(中国人民大学研究报告系列)
ISBN 978-7-300-16605-6

I. ①中… II. ①王… III. ①零售业-经济发展-研究报告-中国-2012 IV. ①F724. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 089845 号

中国人民大学研究报告系列
中国零售业发展监测与分析报告 2012
主编 王 强
Zhongguo Lingshouye Fazhan Jiance Yu Fenxi Baogao 2012

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 5 月第 1 版
印 张	25.5 插页 1	印 次	2013 年 5 月第 1 次印刷
字 数	548 000	定 价	75.00 元

“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”。此外还有一些散在的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。

目 录

第1章 绪 论

第1节 本报告的撰写	1
第2节 中国的人口、消费、商业与经济概览	2
第3节 中国的消费、商业与零售结构分析	3
第4节 中国零售业发展综述	9
一、中国零售业的综合零售业态发展	9
二、中国零售业的专业零售业态发展	10
三、中国零售业的管理、运营与综合事务	12

第2章 中国的宏观经济和社会消费发展分析报告

第1节 中国的宏观经济	14
一、国民经济持续平稳增长，增速呈下滑趋势	14
二、城镇化水平进一步提升，城市消费市场占主要份额，农村消费市场也有较大潜力	15
三、就业形势整体稳定，居民收入持续增加	16
四、物价水平明显上升，后期有所回落	18
第2节 中国的社会消费品零售	20
一、社会消费品零售：总额规模	20
二、社会消费品零售结构：城乡结构	21
三、社会消费品零售结构：地区结构	23
四、社会消费品零售结构：行业结构	25
第3节 中国的分类商品零售	26

一、基本生活消费品	26
二、衣着类消费品	29
三、选择性消费品	31
四、文娱商品	33
五、消费电子类商品	36
六、居住及其他类商品	38
第4节 中国的消费与景气指数	41
一、城镇家庭消费支出结构	41
二、农村家庭支出结构	41
三、宏观经济景气指数	44
四、消费者景气指数	45

第3章 中国零售业地区发展分析报告

第1节 中国各地区零售业发展环境	47
一、中国六大区域零售业发展环境	47
二、中国各省份零售业发展环境	51
三、中国各城市零售产业发展环境	55
第2节 中国各省份零售企业运营情况分析	60
一、各省份零售企业资产状况	60
二、各省份零售企业销售流转数据分析	61
三、各省份零售企业用工成本分析	62
四、各省（市、区）零售企业利润水平分析	63
五、各省份连锁企业经营情况	64
第3节 各地区重点零售企业动态监测	64

第4章 中国零售业业态发展分析报告：综合零售业态

第1节 中国百货店发展报告	108
一、百货店发展全景	108
二、百货店发展分析	109
三、代表性百货企业监测与分析	110
四、百货店发展的主要问题	111
第2节 中国超级市场发展报告	112
一、超级市场发展全景	112

二、超级市场发展分析	114
三、代表性超市企业监测与分析	114
第 3 节 中国购物中心发展报告	116
一、购物中心发展综述	116
二、代表性购物中心监测与分析	117
三、购物中心发展中的问题与思考	118
第 4 节 中国便利店发展报告	119
一、便利店发展全景	119
二、代表性便利店监测与分析	119
三、便利店发展中的问题与思考	120
第 5 节 中国仓储会员店发展报告	121
一、仓储会员店发展全景	121
二、代表性仓储会员店企业监测与分析	122
三、仓储会员店发展中的问题与思考	123

第 5 章 中国零售业业态发展分析报告：专业零售与无店铺业态

第 1 节 专业零售业态	155
一、专业零售业态发展全景	155
二、专业零售业态发展动态	157
三、专业零售业态代表性企业监测情况	158
第 2 节 无店铺零售和网络零售业态	173
一、无店铺零售综述	173
二、网络零售	174
三、其他无店铺零售方式	176

第 6 章 中国零售业公司管理分析报告

第 1 节 中国零售业公司兼并收购分析报告	239
一、2010—2011 年零售业并购特点分析	239
二、零售业并购中所存在的主要问题及趋势展望	246
第 2 节 中国零售业人事与组织分析	248
一、零售行业公司高层管理人员分析	248
二、中国零售行业的基层员工分析	254
三、中国零售行业的组织分析	256

四、对零售业组织人事的思考与展望	257
------------------------	-----

第7章 中国零售业公司运营分析报告

第1节 中国零售业公司营销活动分析	291
一、2010—2011年中国零售业公司营销活动特点	291
二、2010—2011年中国零售企业营销中存在的问题与思考	294
第2节 中国零售业公司公共关系分析	295
一、2010—2011年中国零售业公司公共关系的特点	296
二、2010—2011年中国零售业公司公共关系中所存在的问题与思考	299
第3节 中国零售业公司自有品牌分析	299
一、零售业公司自有品牌的发展现状	300
二、零售业公司自有品牌所存在的问题与思考	302

第8章 中国零售业政策法规及综合事务分析报告

第1节 中国零售业政策法规与行业标准	355
一、商务部出台扩大消费的政策措施	355
二、商务部出台标准和规划，支持医药流通企业兼并重组	356
三、扩大“农超对接”试点，获更多财政支持	356
四、商务部酝酿推出《市场流通基本法》	356
五、家电以旧换新政策增加19个实施省市，家电下乡流通网点管理实施细则 出台	356
六、首部《农产品冷链物流发展规划》出台	357
七、强化对零售业节能的政策引导和支持	357
八、国务院出台价格检查等16项措施稳定物价	357
九、商务部下发通知规范网络交易，网购或入立法计划	357
十、商务部：将在农村逐渐推广刷卡消费业务	358
十一、国务院办公厅出新通知，外资并购或将降温	358
十二、国务院：规范购物卡，实行实名登记	358
十三、商务部出手整治进场费	358
十四、国家食品药品监督管理局：餐馆自制饮料须明示添加剂	358
十五、国内首个团购监管法规酝酿出台	359
第2节 中国零售业案件与纠纷	359
一、零售企业内部矛盾	359

二、零售商与消费者之间的矛盾	360
三、零售商之间的矛盾	360
四、零供矛盾	361
第 3 节 中国零售业会议会展	361
一、中国零售业会议会展概况	361
二、中国零售业会议会展的主要问题	362
第 4 节 中国零售业培训教育	363
一、我国零售业培训以及培训机构发展分析	363
二、关于零售业培训的思考	363
三、零售与流通领域的代表性书籍	364
 后记	 396

第1章 绪 论

第1节 本报告的撰写

《中国零售业监测与分析报告2012》已经编写完毕，今年的这份年度产业监测报告，总体篇幅较大，一方面，由于2011年因故未能出版，今年改由中国人民大学出版社出版，所以本报告包含了2011和2010年两年的中国零售业信息和数据，但是，从明年开始将恢复正常的年度监测和篇幅；另一方面，本报告主体上仍然延续了以前由中国经济出版社出版的《中国零售业监测与分析报告2009》和《中国零售业监测与分析报告2010》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，监测思路和核心内容延续了前几年的整体设计，保证了监测报告主体的连续性。全书仍然是监测中国零售产业在当年的发展情况、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。

其次，今年的产业年度监测报告在体系结构上有了一定程度的调整。前两年的监测报告从篇章体系结构改为了直接的章节体系，数量有14章之多。但是，今年压缩为8章，各章的主题分别是：绪论、宏观经济和社会消费、地区发展、综合零售业态、专业零售业态、公司管理、公司运营、综合事务。

再次，今年的产业年度监测报告在各章的内容上进行了一定程度的调整。基本上每章都可以大致分为两个部分，即监测分析报告部分和附录数据表格部分。监测分析报告部分是针对中国零售业发展的具体章节内容分工进行的监测分析，一般包含该领域的基本情况、发展动向、重点企业监测和问题与思考等几个方面。附录数据表格部分是本报告的核心内容。我们根据研究的需要，设计了相关的统计数据表格和企业动态监测表格，以反映年度内中国零售业发展的全景。本报告所有的资料信息均通过公开信息渠道获得，数据来源主要包括国家商务部、国家统计局、中经网统计数据库、国研网统计数据库等政府权威网站发布的相关统计资料，中国零售业代表性企业官方网站公布的有关该企业的基本情况介绍和经营动向等信息，同时还参照了“中国连锁经营协会”、“中国商业联合会”、“联商网”、“零售网”等行业协会和专业网站的信息，以及国内外多种新闻媒体的新闻报道资讯信息。

最后，应该指出的是，编写零售业年度监测报告是一个比较庞大的工程，既要全面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,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。

第2节 中国的人口、消费、商业与经济概览

由于统计数据发布的原因,2011年的数据我们只能采用国家统计局发布的“中华人民共和国2011年国民经济和社会发展统计公报”数据,其中仅有全国层面的基本总体数据。

2011年,中国大陆总人口134 735万人,其中城镇人口69 079万人,乡村人口65 656万人。全部就业人员76 420万人,约占全国15~59岁人口(94 072万)的81%,其中城镇就业人员35 914万人。

国内生产总值为471 564亿元,其中第一产业增加值47 712亿元,第二产业增加值220 592亿元,第三产业增加值203 260亿元。平均每天创造的GDP约为1 292亿元,全国人均GDP约3.5万元。

在此过程中,全中国全年投入的全社会口径固定资产投资311 022亿元,平均每天约852亿元,全国人均约2.3万元。其中,不含农户的部分301 933亿元,平均每天约827亿元,全国人均约2.24万元。实现全年公共财政收入103 740亿元,平均每天约284亿元,全国人均约7 699元。其中,税收收入为89 720亿元,平均每天约246亿元,全国人均缴纳税款约6 659元。税收约占全国城乡可支配收入与纯收入总量的45.67%。

城镇居民人均可支配收入21 810元,按照城镇人口总量估算约15.1万亿元,农村居民人均纯收入6 977元,按照乡村人口总量估算约4.6万亿元,合计全国约为19.65万亿元。全年实现了183 919亿元社零额(以下简称社零额),其中,按经营地统计,城镇消费品零售额159 552亿元,约占86.75%;按消费形态统计,商品零售额163 284亿元,约占88.78%。

按照上一年度支出法国内生产总值中政府消费占最终消费支出约28.69%的比例估算,社零额中,政府消费部分约为52 758亿元,居民消费部分约为131 161亿元,约占全国城镇居民可支配收入和农村居民纯收入合计总量的66.76%。

从货币流通和信贷角度看,每元货币(流通中的现金M0)所拥有的社零额约3.61元,所拥有的商品零售额约3.2元。每元货币(货币M1)所拥有的社零额约0.63元,所拥有的商品零售额约0.56元。每元全部金融机构人民币消费贷款所拥有的商品零售额约1.84元,每元个人短期消费贷款所拥有的商品零售额约12.05元。

全年的基本数据详见表1—1。

表 1—1 中国的人口、消费、商业与国民经济数据一览表 (2011 年)

序号	项 目	2011 年总量 (按照当年统计 公报口径)		全年日均值 (按照 365 天/年计)		全国人均值 (按照中国大陆 134 735 万人口计)	
1	国内生产总值	471 564	亿元	1 291.96	亿元/天	34 999.37	元/人
	全年全部工业增加值	188 572	亿元	516.64	亿元/天	13 995.77	元/人
	全年公共财政收入	103 740	亿元	284.22	亿元/天	7 699.56	元/人
	税收收入	89 720	亿元	245.81	亿元/天	6 659.00	元/人
2	全年全社会固定资产投资	311 022	亿元	852.12	亿元/天	23 083.98	元/人
	固定资产投资 (不含农户)	301 933	亿元	827.21	亿元/天	22 409.40	元/人
	批发和零售业	7 322	亿元	20.06	亿元/天	543.44	元/人
	住宿和餐饮业	3 916	亿元	10.73	亿元/天	290.64	元/人
3	城镇居民人均可支配收人 (元)	21 810	元	59.75	元/天	21 810	元/人
	农村居民人均纯收入 (元)	6 977	元	19.12	元/天	6 977	元/人
4	全年社零额	183 919	亿元	503.89	亿元/天	13 650.42	元/人
	按经营地统计: 城镇消费品零售额	159 552	亿元	437.13	亿元/天	11 841.91	元/人
	乡村消费品零售额	24 367	亿元	66.76	亿元/天	1 808.51	元/人
	按消费形态统计: 商品零售额	163 284	亿元	447.35	亿元/天	12 118.90	元/人
	餐饮收入额	20 635	亿元	56.53	亿元/天	1 531.52	元/人
5	货币供应量: 货币和准货币 (M2)	85.2	万亿元			63 235.24	元/人
	货 币 (M1)	29.0	万亿元			21 523.73	元/人
	流通中现金 (M0)	5.1	万亿元			3 785.21	元/人
	全部金融机构存款中住户存款	351 957	亿元			26 122.17	元/人
6	全部金融机构人民币消费贷款余额	88 717	亿元			6 584.55	元/人
	个人短期消费贷款余额	13 555	亿元			1 006.05	元/人
	个人中长期消费贷款余额	75 162	亿元			5 578.51	元/人

第 3 节 中国的消费、商业与零售结构分析

由于统计数据发布的原因, 每年的统计年鉴发布较晚, 我们只能采用国家统计局发布的上年 (即 2010 年) 数据来分析中国的消费、商业与零售结构。

2010 年中国大陆总人口 134 100 万人, 创造了 401 202 亿元的国内生产总值, 平均每天创造 GDP 约 1 100 亿元, 全国人均 GDP 约 3 万元。

在此过程中, 全中国全年投入的全社会口径固定资产投资 278 122 亿元, 平均每天约 762 亿元, 全国人均约 2.1 万元。其中, 批发和零售业约 6 032 亿元, 城镇零售业约 2 914 亿元。税收收入 73 211 亿元, 平均每天约 201 亿元, 全国人均缴纳税款约 5 460 元。税收约占全国城乡可支配收入与纯收入总量的 43.65%。

城镇居民人均可支配收入 19 109 元, 按照城镇人口总量估算约 12.8 万亿, 农村居民

人均纯收入5 919元,按照乡村人口总量估算约3.97万亿,合计全国约为16.77万亿。

全年实现了156 998亿元社零额,其中,按经营地统计,城镇消费品零售额为136 123亿元,约占86.7%;按消费形态统计,商品零售额为139 350亿元,约占88.76%。

按照支出法国内生产总值中政府消费占最终消费支出约28.69%的比例估算,社零额中政府消费部分约为45 035亿元,居民消费部分约为111 963亿元,约占全国城镇居民可支配收入和农村居民纯收入合计总量的66.76%,约占估算的全国城镇居民消费性支出和农村居民生活消费支出合计总量的93.59%。

批发零售业以占全国22.45%的单位,提供了至少占全国42.99%的就业岗位,但是就业人员平均工资未能达到全国平均水平;批发和零售业的固定资产投资规模仅占全国的2.17%,利用外资比例也较低,年度外商直接投资实际使用金额仅占全国的6.24%,外商投资企业投资总额仅占全国的3.81%,外商投资企业注册资本仅占全国的3.84%;但是,批发和零售业对外投资相对较高,其中对外直接投资净额占全国的9.78%,对外直接投资存量占全国的13.24%。

从商业内部结构看,限额以上批发零售业规模较大,法人企业数量仅占全国的5.69%,但提供了12.31%的就业岗位,创造了41.27%的全国商品零售额。

从商业和工农业的比例关系来看,商品零售额和农林牧渔业总产值的比例大约为1:0.5,商品零售额和规模以上工业企业工业总产值的比例大约为1:5.01,商品零售额和全年全部工业增加值的比例大约为1:1.15。

从货币流通和信贷角度看,每元货币(流通中的现金M0)所拥有的社零额约3.52元,所拥有的商品零售额约3.12元。每元货币(货币M1)所拥有的社零额约0.59元,所拥有的商品零售额约0.52元。每元全部金融机构人民币消费贷款所拥有的商品零售额约1.89元,每元个人短期消费贷款所拥有的商品零售额约14.53元。

从商业发展的地区结构看,国内的省会城市和计划单列市作为国内的一线城市和二线城市的代表,仅用占全国18.55%的人口,贡献了45.59%的社零额;国内地级城市的全市辖区,即一般意义上的中国全部城市市区,拥有占全国28.98%的人口,创造了61.31%的GDP,实现了61.68%的社零额。

中国零售业表现出很强的地域性差异,一方面体现在东部地区一直是中国零售业的主战场,基本上占到全国的60%,人均社零额排名前10的基本上都是东南沿海省份和城市,而且从全国层面来看,排名前10的城市乃至排名前20的城市与广大的普通地级城市差距也较大,普遍在3~6倍之间;另一方面,从各省的区域层面来看,基本上所有省份都存在较为突出的核心城市(含省会城市),它们占有全省区域社零额的40%~60%,省域范围的极化现象比较普遍。

根据2010年的统计年鉴数据,我们制作了3个数据分析表,包括:中国的人口、消费、商业与国民经济数据一览表(2010年);中国的消费、商业、零售与国民经济重要比例分析表(2010年);中国的消费、商业与零售结构分析表(2010年),见表1—2、表1—3和表1—4。

表 1—2 中国的人口、消费、商业与国民经济数据一览表 (2010 年)

序号	项 目	2010 年总量 (按照 2010 年统计 年鉴口径)		全年日均值 (按照 365 天/年计)		全国人均值 (按照中国大陆 134 100 万人口计)	
1	国内生产总值	401 202	亿元	1 099.18	亿元/天	29 920.13	元/人
	第一产业	40 534	亿元	111.05	亿元/天	3 022.84	元/人
	第二产业	187 581	亿元	513.92	亿元/天	13 989.11	元/人
	第三产业	173 087	亿元	474.21	亿元/天	12 908.17	元/人
	农林牧渔业总产值	69 320	亿元	189.92	亿元/天	5 169.61	元/人
	规模以上工业企业工业总产值	698 591	亿元	1 913.95	亿元/天	52 098.24	元/人
	全年全部工业增加值	160 030	亿元	438.44	亿元/天	11 934.43	元/人
	全年公共财政收入	83 102	亿元	227.68	亿元/天	6 197.40	元/人
	税收收入	73 211	亿元	200.58	亿元/天	5 459.78	元/人
2	全年全社会固定资产投资	278 122	亿元	761.98	亿元/天	20 741.29	元/人
	批发和零售业	6 032	亿元	16.53	亿元/天	449.86	元/人
	住宿和餐饮业	3 367	亿元	9.22	亿元/天	251.08	元/人
	建设总规模: 城镇零售业	6 111	亿元	16.74	亿元/天	455.76	元/人
	在建总规模: 城镇零售业	3 898	亿元	10.68	亿元/天	290.73	元/人
	在建净规模: 城镇零售业	2 155	亿元	5.91	亿元/天	160.74	元/人
	投资额: 城镇零售业	2 914	亿元	7.98	亿元/天	217.33	元/人
	本年资金来源: 城镇零售业	3 153	亿元	8.64	亿元/天	235.13	元/人
	新增固定资产: 城镇零售业	2003	亿元	5.49	亿元/天	149.41	元/人
	固定资产交付使用率: 城镇零售业	68.8%					
	50 万以上施工项目: 城镇零售业	10 480	个	28.71	个/天		
	全部建成投产项目: 城镇零售业	7 938	个	21.75	个/天		
3	国家外汇储备	28 473	亿美元	78.01	亿美元/天	2 123.41	美元/人
	外商直接投资合同项目批发零售	6 786	个	18.59	个/天		
	外直投实际使用金额批发零售	659 566	万美元	1 807.03	万美元/天	4.92	美元/人
4	最终消费支出	186 905	亿元	512.07	亿元/天	13 938.69	元/人
	居民消费支出	133 291	亿元	365.18	亿元/天	9 940.33	元/人
	农村居民消费支出	30 897	亿元	84.65	亿元/天	2 304.18	元/人
	城镇居民消费支出	102 394	亿元	280.53	亿元/天	7 636.15	元/人
	政府消费支出	53 614	亿元	146.89	亿元/天	3 998.36	元/人
5	城镇居民人均可支配收入	19 109	元	52.35	元/天	19 109	元/人
	农村居民人均纯收入	5 919	元	16.22	元/天	5 919	元/人
6	全年社零额	156 998	亿元	430.13	亿元/天	11 708.32	元/人
	按经营地统计: 城镇消费品零售额	136 123	亿元	372.94	亿元/天	10 151.54	元/人

续前表

序号	项 目	2010 年总量 (按照 2010 年统计 年鉴口径)		全年日均值 (按照 365 天/年计)		全国人均值 (按照中国大陆 134 100 万人口计)	
	乡村消费品零售额	20 875	亿元	57.19	亿元/天	1 556.78	元/人
	按消费形态统计:商品零售额	139 350	亿元	381.78	亿元/天	10 392.20	元/人
	餐饮收入额	17 648	亿元	48.35	亿元/天	1 316.12	元/人
7	按主要行业分的法人单位数合计	875.46	万个			65.29	个/万人
	批发和零售业	196.51	万个			14.65	个/万人
	住宿和餐饮业	16.48	万个			1.23	个/万人
8	限额以上零售业商品购进额	48 891	亿元	133.95	亿元/天	3 646.09	元/人
	限额以上零售业商品销售额	57 515	亿元	157.57	亿元/天	4 289.22	元/人
	限额以上零售业期末商品库存额	5 105	亿元	13.99	亿元/天	380.68	元/人
	限额以上零售业年末零售营业面积	26 190	万平方米			1 953.15	平方米/ 万人
9	城乡人民币储蓄存款余额	303 302	亿元			22 619.13	元/人
	货币供应量:货币和准货币 (M2)	725 774	亿元			54 125.49	元/人
	货 币 (M1)	266 621	亿元			19 883.61	元/人
	流通中现金 (M0)	44 628	亿元			3 328.20	元/人
10	全部金融机构人民币消费贷款余额	73 914	亿元			5 512.23	元/人
	个人短期消费贷款余额	9 590	亿元			715.19	元/人
	个人中长期消费贷款余额	64 324	亿元			4 797.04	元/人

表 1—3 中国的消费、商业、零售与国民经济重要比例分析表 (2010 年)

序号	项 目	按照 2010 年统计 年鉴口径		比例测算公式说明
1	本年度政府消费占比	28.69%		政府消费/最终消费支出
	估算本年社零额政府消费部分	45 035	亿元	本年度政府消费占比×本年社零额
	估算本年社零额居民消费部分	111 963	亿元	(1—本年度政府消费占比)×本年社零额
	估算全国居民收入合计	167 715	亿元	估算全国城镇居民可支配收入+估算全国农村居民纯收入
2	估算全国城镇居民可支配收入	127 991	亿元	城镇人口×城镇居民人均可支配收入
	估算全国农村居民纯收入	39 724	亿元	农村人口×农村居民人均纯收入
	估算居民社零额占收入合计比例	66.76%		估算本年社零额居民消费部分/估算全国居民收入合计
	税收收入占居民收入合计比例	43.65%		税收收入/估算全国居民收入合计
	估算全国居民消费支出合计	119 637	亿元	估算全国城镇居民消费性支出+估算全国农村居民生活消费支出