

中国消费品市场发展预测

一、

2000 年消费品市场发展概况

2000 年，在扩大内需和积极的财政政策作用下，中国国民经济摆脱了连续几年持续减速运行的状况，出现了重大转机，经济增长速度达到 8%，预示着将进入一个稳定增长阶段。在这种宏观背景下，中国消费品市场也得到了进一步发展，全年消费品市场运行呈现出以下特征。

（一）消费品市场平稳增长

随着国民经济增长的加快和国家扩大内需政策的拉动，消费者信心进一步增强，国内消费品市场比较活跃。全年社会消费品零售总额 34153 亿元，比上年增长 9.7%，增幅比上年提高 2.9 个百分点（上年为 6.8%）考虑价格因素，实际增长 11.4%。其中，一季度增长 10.4%，二季度增长 9.8%，三季度增长 9.4%，四季度增长 9.2%，全年保持了平稳高增长的势头。

1. 各类商品销售均有不同程度的增长。2000 年国内消费品市场各类商品都有不同程度的增长。1~3 季度限额以上批发零售贸易业务中，食品类商品销售增长 14.2%；用的商品销售增

长 13.8%；衣着类商品销售增长 3.5%。增长较快的主要是食品、家用电器和电子产品。其中饮料增长 51%，通讯器材类增长 42%，空调增长 78.4%，家用电脑增长 156.1%。

2. 不同行业零售销售额有增有降。从消费品市场的行业来看，2000 年批发零售贸易业零售额 23042.31 亿元，比上年增长 12.1%；餐饮业零售额 3752.6 亿元，比上年增长 17.3%；其他行业零售额 7357.7 亿元，比上年下降 0.3%，这主要是由于农业生产产品零售额比上年有较大幅度的下降（比上年下降 4%）。数据中可以看出，餐饮业发展较快，反映出居民消费观念的转变。

3. 市场发展仍不均衡。2000 年城市社会消费品零售额实现 21110 亿元，比上年增长 10.6%，增幅比上年提高 3.5 个百分点；县及县以下社会消费品零售额实现 13043 亿元，比上年增长 8.3%，增幅比上年提高 1 个百分点。2000 年城市与县及县以下社会消费品零售额增长幅度差距为 2.3 个百分点，比上年扩大 1.5 个百分点，说明农村市场与城市市场消费品零售额增长幅度差距进一步扩大，城乡市场发展仍不平衡。其主要原因是：上年下半年以来城市职工工资增长并提高了社会保障“三条线”的水平；而农副产品价格，特别是粮食价格持续下降，农民增收困难，开拓农村市场问题始终未能得到有效的解决；同时由于一些刺激消费的政策主要针对对象是城市居民，因而对农村消费市场的拉动力相对较小。

（二）市场物价止跌回升

随着整体经济的回升，作为宏观经济运行的信号和“晴雨表”的市场价格形势也发生了积极的变化，物价总水平结束了长达 2 年多的下降趋势，开始止跌回升，进入缓慢上升的轨道。

1. 全国居民消费价格总水平缓慢回升。2000 年 2 月全国居民消费价格总水平在持续下降 20 多个月后首次出现 0.7% 的上涨，并逐渐起稳，全年累计平均总水平比上年同期上升 0.4%

(上年为 -1.4%)。从同比价格来看(见表 1), 第一季度各月比上年同期略有下降, 但降幅很小。9、10 两个月与上年同期持平。其余 7 个月都比上年同期上升, 且年末上升趋势明显, 反映出止跌回升的迹象; 分析居民消费价格总水平的构成, 8 类价格统计项目中, 医疗保健、居住和服务项目 3 项分别比上年同期上涨 0.3%、4.8%、14.1%, 其余 5 项价格指数仍然低于上年同期, 但下降的幅度小于上年, 从中可以看到居民消费价格的回升主要是居住、服务价格上升的作用, 商品类价格回升缓慢。

表 1
2000 年全国零售商品价格和居民消费
价格与上年同比分月变化趋势

项 目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	全年
零售 商品	-2.1	-1.4	-2.1	-2.4	-1.9	-1.3	-1.9	-1.3	-1.5	-1.7	-0.6	-0.4	-1.5
消费 价格	-0.2	0.7	-0.2	-0.3	0.1	0.5	0.5	0.3	0.0	0.0	1.3	1.5	0.4

从全国各地价格水平的变动情况看, 价格总水平止跌转涨的地区逐步增多, 至 12 月份, 全国 31 个省、自治区、直辖市中有 25 个省、自治区、直辖市居民消费价格总水平处于上涨状态, 上涨面由上年的 26% 扩大到 81%。

2. 全国商品零售价格止跌起稳。全国商品零售价格总水平全年累计平均比上年同期下降 1.5%, 下降幅度比上年缩小 1.5 个百分点。从各月价格水平看, 从 6 月份以后下降幅度明显缩小, 在低位逐步走稳。在 14 类零售商品中, 中西药品、书报杂志、燃料比上年同期分别上涨 0.2%、4.8%、17.9%。其余 11 类商品零售价格虽然低于上年同期, 但其中食品、饮料烟酒、服装鞋帽、纺织品、日用品、首饰、建筑装潢材料、机电用品零售价格下降幅度已经比上年明显缩小, 分别比上年下降 2.3%、2.1%、0.9%、1.4%、1.9%、1.9%、1.3%、4.3%。

3. 农村居民消费价格回升缓慢。值得注意的是, 农村居民

消费价格全年累计平均总水平与上年同期相比仍然略降 0.1%，比上年同期回升 1.4 个百分点，远低于城市居民消费价格全年累计平均总水平上升 0.8% 的幅度，农村居民消费价格回升缓慢。

（三）买方市场格局仍未改变

2000 年，在国家宏观产业政策调整和企业市场竞争中增加适销对路的产品，主动进行产品结构调整的双重作用下，商品供求关系随着国内经济的逐步活跃也在悄然发生变化，但供求结构性矛盾依然十分突出。据 2000 年中华全国商业信息中心对 609 种主要商品下半年供求状况的跟踪排队分析和统计（见表 2），目前供求基本平衡的商品 112 种，占 18.39%，比上年同期减少了 3.25 个百分点；供过于求商品 485 种，占 79.64%，比上年同期增加了 1.28 个百分点；供不应求的商品 12 种，占 1.97%，比上年同期增加了 1.97 个百分点，供大于求的矛盾依然存在。

表 2 2000 年下半年 609 种商品供求总量排队情况

品 类	合计	供过于求	占该类%	供求平衡	占该类%	供不应求	占该类%
工业品	444	391	88.06	53	11.9	0	0.0
农副土特产品	111	63	56.76	45	40.54	3	2.7
农业生产资料	32	25	78.13	7	21.87	0	0.0
再生资源	22	6	27.27	7	31.82	9	40.91
合 计	609	485	79.69	112	18.39	12	1.97

资料来源：中华全国商业信息中心。

由于买方市场格局不可能在短期内根本改变，处在产业升级换代及消费结构转移的过渡期，生产能力的过剩和产品结构的趋同，使商业企业之间的竞争更为激烈，各种促销形式和降价竞争使企业利润率普遍下降。据统计，全国 600 家重点批发零售贸易企业商品销售增长 18.5%，而实现利润仅增长 4.5%，销售增长与利润增长不能同步。

（四）城乡居民消费结构发生质的变化

目前中国人均 GDP 已经超过 800 美元，在上海、北京等经

济比较发达的城市已达 3000 美元以上，全国人均 GDP 超过 1000 美元的人口已经约有 3 亿。居民的消费结构也由此发生了质的变化，由生存消费型逐步向发展型和享受型转变，其主要表现是：城镇居民的消费领域不断扩大，吃、穿、用的消费比重逐年减少，恩格尔系数逐年下降（见表 3）。文化教育、旅游、医疗保健、交通通讯、住房、保险等成为居民新的消费热点，消费比重不断增加。

新的支出结构有三大特征：（1）由过去以产品消费为主转变为以教育为龙头的服务消费为主；（2）产品消费中由过去中低价位产品为主转变为电脑、汽车、住房新三大件高价产品为主；（3）生活余款的使用由过去存入银行转变为风险投资。

表 3 城镇居民消费结构变化情况

年 份	食品消费支出 (恩格尔系数)	医疗保健支出	文化教育支出	交通通讯支出	居住消费支出
1995	49.9	3.1	8.8	4.8	7.1
1999	41.9	5.3	9.3	6.7	9.8
2000	39.2	6.4	12.6	7.9	10.0

资料来源：根据《统计年鉴》数据整理。

城乡居民消费结构的变化，必然推动消费品市场发生相应的变化，新型消费领域发展迅速。环保产品、绿色食品、电子通讯、计算机与网络、家用轿车、住房等已经成为居民新的消费热点。

随着法定假日的增加，居民假日休闲、旅游消费成为时尚，带动相关商品热销，为商品零售市场带来了巨大商机。据统计，2000 年“十一”黄金周期间，21 个旅游中心城市重点商业企业零售额增长 28.7%，照相机、彩色胶卷、摄像机、旅游鞋等旅游用品旺销。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%，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。

（五）商品零售市场的新业态形式发展迅速

随着改革和对外开放进程的不断加快，国内商品零售市场的新业态形式也获得了较快发展，相对单一的传统百货店的销售形式被越来越多的连锁超市、大型综合超市、专卖店、仓储式商场、便利店，以及电视商场、邮购等直销形式、电子商务等新型销售形式所取代，信用消费也在逐渐兴起。

传统百货业进一步分化，中小百货走特、专、精之路，为大型综合超市、折扣店，大型购物中心所取代；大型百货店则进一步增加服务功能，逐步向高档化、精品化、休闲化发展。食品行业集中度进一步提高，市场份额基本为连锁超市、便利店所占领，大型超市也将进入成熟业态并向细分化方向发展。

各种经营形式中，商品交易市场和连锁超市发展最快。目前，商品交易市场已达 10 万家左右，年成交额达到 27000 亿元，初步形成多层次、多门类的交易市场体系；连锁超市也以其低廉的价格、便利的服务，受到消费者欢迎而迅速发展起来，中国现已有连锁企业 1800 多家，拥有店铺 26000 多个，年销售额达 1500 亿元。

1998 年以来，外商投资商业企业试点范围进一步扩大，各地中外合资、合作、独资商业企业数量不断增加，到 2000 年初，全国已有大中型外商投资企业 132 家，从业人员近 60000 万人；港澳台商投资商业企业 160 多家，从业人员 40000 多人。外商企业的进入，不仅促进了国内外市场的沟通，而且带来了国外先进的管理经验和营销理念，给国内商品市场即注入活力，也增加了压力，迫使国内商业企业提高经营水平和竞争能力。

虽然目前电子商务还未能与传统商业形成竞争之势，但电子商务正在以改变传统的商业模式，降低交易费用等优势引起人们的关注。大型商业企业普遍采用了计算机网络技术，提高了现金收付、物资配送的效率、促进了消费信贷的推广；网上购物虽在

收付、配送等方面存在困难，但代表了新经济的发展方向，不仅得到政府的大力支持，投资者也对电子商务有较大的投资热情。电子商务以其畅通的商流和信息流以及总体交易成本的降低，规模经营、快捷的服务等优势，必然导致一场流通革命的到来。

二、

2000 年消费品市场变化原因分析

（一）宏观经济形势向好，为消费品市场提供了良好的运行环境

1. 社会总需求结束了增长速度几年持续减缓的局面，投资、消费、出口三大需求都出现了积极的变化。全年全社会完成固定资产投资 32619 亿元，比上年增长 9.3%，增速提高 4.2 个百分点；全年进出口总额达到 4743 亿美元，比上年增长 31.5%。其中出口增长 31.5%，高出上年水平 21.7 个百分点。投资、出口需求的增长，很大部分转化成消费需求，必然带动消费需求的增长。

2. 工业生产的稳步增长，为消费品市场提供了充裕的商品。2000 年工业增长达到 1997 年以来的最高增幅，比上年增长 11.4% 增速比上年提高 2.5 个百分点，供大于求的商品超过 80% 以上，市场商品供应充足。工业企业在增加生产的同时，也在适应消费结构的变化，调整产品结构，推出环保型家用电器、家庭型轿车等新产品，努力为消费品市场提供更多的适销对路的商品，以满足居民的消费需求。

（二）政策因素是国内消费品市场变化的主要推动力量
近几年来，国家出台的一系列鼓励消费的政策已经初见成

效，扩大了居民的消费范围，增强了消费者信心，对国内消费市场的活跃起到较大的推动作用。

1. 增加居民收入和实施社会保障。上年下半年国家出台了增加低收入居民的生活保障费用以及给国家工作人员提高工资的政策；在农村加强清理乱收费的力度、减轻农民负担，落实保护价收购粮食的政策，继续实施以工代赈等方式的“八七”扶贫攻坚计划。这使城乡居民生活继续改善，2000年城镇居民可支配收入比上年增长6.4%，农村居民人均纯收入比上年增长2.1%，提高了城乡居民消费能力和信心，在一定程度上刺激了2000年城乡居民的消费。

2. 出台刺激消费的一系列政策措施。1999年末国家开征存款利息税，2000年初实行了银行储蓄实名制，金融机构和销售机构纷纷推出了银行消费信贷和商业消费信贷，引导居民扩大即期消费；同时，2000年清理和取消了汽车、购房、物业管理等方面的不合理收费，降低了居民购车、购房的成本；进行城乡电网改造，实施农村接收电视工程，改善居民消费环境，刺激居民的家用电器等消费；延长法定假日，推动了居民假日休闲娱乐消费，带动了商品消费的热潮。使2000年消费市场形成了春节、“五一”、“十一”三个消费高峰，1月、5月和10月社会消费品零售总额比上年同期分别增长11.3%、11.5%和10.4%。

3. 拓宽居民消费范围。2000年通过高校扩大招生计划，推动教育消费。2000年居民用于子女教育方面的人均支出364元。这一消费活动由于其特殊性，会出现良性循环，最终反映在消费品市场的增长上；住房制度改革进程加快，大部分城市实现了住房货币化分配，开放住房二级市场，推动消费信贷住房改革，积极培育住房消费。2000年1~11月，居民购买商品住房数量比上年增长54.2%。2000年人均购房支出455元，人均居住支出500元。同时，也带动了水、电、燃气、家用电器、装修装饰领域的

消费。

4. 鼓励外商投资流通领域的政策促进了流通业的发展。2000年, 中国政府鼓励外商投资商业领域以及一些相关的政策和法律、法规出台, 为外资企业投资提供了良好的法律和政策环境。随着国内零售批发业合资试点的进一步扩大范围, 流通领域的市场化程度已普遍提高, 新兴的流通组织形式和营销方式发展加快, 先进的管理方法和物流科学不断被吸纳, 进一步刺激消费品销售。沃尔玛、麦德龙、万客隆等国际大型跨国连锁企业纷纷进入中国, 并以较快的速度发展; 国内的零售、批发企业为了生存、发展并适应加入 WTO 的要求也加快了整合、扩张、改革的步伐, 像上海华联、北京物美等企业都逐步走向整合发展之路。

(三) 商业企业加大了促销力度

由于市场竞争激烈, 特别是大型商场和外资连锁超市之间的竞争加剧, 迫使商业企业根据商场需求特点, 改进营销方式, 不断加大促销力度, 抓住商机促销。如各商业企业普遍采用延长营业时间、打折让利、季节性降价、提高售后服务质量等促销方式吸引顾客。甚至有的企业对个别商品以低于成本价让利出售的方式来营造销售气氛、激发人们的消费热情。一些地方市场曾出现大屏幕名牌彩电价格跌破 2000 元/台, 居民排队争购的现象。

三、

消费品市场中存在的问题及其成因

(一) 消费品市场需求不足, 农村市场仍难启动

消费品市场需求不足的主要原因是城乡居民收入短期内增幅不大, 虽然政府采取了一些政策措施以增加居民收入, 但这些措

施的主要对象是城镇居民，而且往往是本已脱离低收入群体的居民所在地、所在单位才能够按政策下发增加工资，至于仍处于最低生活线下的城镇居民所在地、所在单位根本无力发放这部分金额，只能是不发或拖欠，影响了消费弹性系数最大的中低收入者社会购买力的实现。同时城乡二元经济造成城乡居民收入差距的进一步拉大，特别是 2000 年，农作物价格下跌，粮食减产，农民收入增幅减缓至 2.1%（见表 4），已下降到历史最低点。农民收入的增长主要靠非农业，据农业部对全国 100 个县的调查，2000 年农民负担不仅没有减少，反而增加 15%，在这双重压力的作用下，农民购买力难以大幅度增加。2000 年城镇与农村的社会消费品零售总额增幅相比，相差 2.3 个百分点，与上年相比进一步扩大。

表 4 1996 ~ 2000 年农民收入增幅（%）

年 份	1996	1997	1998	1999	2000
涨幅	9	4.6	4.3	3.8	2.1

（二）城乡居民即期消费需求减弱

2000 年城乡居民未来生活的不确定因素增加，减弱了对消费品的即期需求。在经济体制加速转轨的过程之中，原来由政府和企业提供的就业、住房、医疗、养老、子女教育等保障，相继转变为由居民自己承担全部或部分，风险与费用导致城乡居民对未来生活产生忧虑。国有企业下岗分流、减员增效措施进一步落实及各地已经开始的政府机构改革和事业单位改革的出台，对居民的即期收入和预期支出产生较大影响，风险意识和自我保障意识明显增强，尽管目前利率较低并实行利息税，但增加储蓄仍是大多数城乡居民的必然选择。据相关部门对城乡居民储蓄用途的调查显示，用于子女教育、看病就医、养老、购房、建房等四项用途共占 66.5%，这些因素将直接导致购买力的巨大分流，从而减弱对日用消费品的即期消费。

（三）城乡居民的消费观念和消费习惯没有根本改观

传统消费观念和消费习惯还在一定程度上制约着国内消费品市场的发展，东方民族的消费特点是“量入为出”，由于未来收入难以确定，即便是利息率一再下调，以及加收利息税，但人们的储蓄热情还远高于消费热情；同时城乡居民不习惯于负债生活，使消费信贷发挥力度不大。

（四）消费政策仍在直接或间接地制约着消费

中国经济已由短缺走向相对过剩，但短缺时代的限制消费或惩罚多消费的政策还在沿用，扼杀了城乡居民的消费热情。例如汽车价格难以大幅度下降以适应目前中国的消费水平，而且税外费用过多过滥。据统计，有 200 余种电信业收费过高，制约了新兴市场的活力；电力过剩，电力部门却一直对各种超计划用电增收费用；商品房一面闲置，一面价格高居不下，收取各种物业管理等近百种费用，在一定程度上抵消了房改政策带来的购房需求。另外，在农村，农民收入和各种收费的问题无法改善，致使这一巨大市场难以启动。

（五）市场秩序混乱制约着市场拓展和消费的增长

市场秩序混乱、消费环境差、产品质量低等问题多年来一直影响着国内消费品市场的快速发展。假冒伪劣商品充斥市场，虚假广告，暴利行为，欺行霸市，缺斤少两，商业欺诈等在一些地区相当普遍，加之市场缺乏有效的规范化管理，消费者投诉有增无减。特别是一个时期以来直接危害消费者身心健康的有毒大米、黑心棉被、劣质食油和假酒等，令人触目惊心。混乱的市场秩序在一定程度上削弱了消费者的消费信心，妨碍了居民购买力的顺利实现；目前国内产品和服务大多属于中低档次，而高档消费如汽车，高档家电，高档服装、化妆品，休闲用品等，国内产品与进口甚至合资企业产品比较，质量差距极为明显。不尽人意的产品和服务质量对国内消费品市场发展已形成巨大障碍，产品

和服务的质量直接影响居民消费意愿的实现；同时，消费环境差是农村消费难以启动的主要原因。电网老化，电价高，电视接受信号弱，交通不畅，通讯不便，商品售后服务质量低下限制了农村耐用品消费。

四、

2001 年消费品市场发展前景分析

2001 年中国宏观经济已经出现明显的转机，扩大内需政策对即期生产的拉动作用将进一步增强，相当多的国有大中型企业效益好转，经济稳步增长，为 2001 年国民经济的健康发展奠定了良好的基础。在这样的背景下，2001 年消费品市场将继续保持稳步增长的态势。

1. 中国经济发展形势趋好为消费品市场的平稳发展提供了前提条件。2001 年作为“十五”规划实施的第一年，其经济发展速度不会低于 2000 年，经济发展前景总体向好，为国内消费品市场的平稳运行提供了前提条件和较大发展空间。

2. 2001 年世界经济仍处于增长期。加入 WTO 之后，中国经济可以更好地融入世界经济，这将对中国消费品市场产生积极影响。首先，将促进消费品市场按照市场机制的要求和国际市场的规则更加规范有序地运行和发展；其次，消费品市场的进一步开放，将引入更加丰富的商品和先进的营销方式，为满足中国人民日益提高的消费需求提供更多的选择空间；最后，国内、国际消费品市场之间的深入交流和相互开放，将为中国消费品市场拓展更为广阔的空间。

3. 2001 年中国将继续实行积极的财政政策。2001 年中国将

继续发行国债 1500 亿元，这将带动社会总需求的增长和经济增长，为国内消费品市场的繁荣奠定基础。

4. 2001 年中国将进一步采取措施，扩大消费需求。政府将千方百计提高农民收入，适当提高公务员的工资水平，并要求地方上确保工资发放；继续清理和取消在用电、买房、购车和通信方面抑制消费的规定，出台有利于这些方面的消费政策；积极推进消费体制改革，促进合理消费的增长；改善消费环境，加大打假力度和增强基础设施建设；进一步放开市场，放开价格，充分发挥市场机制的积极作用。

五、

2001 年消费品市场发展的政策建议

（一）增加城乡居民收入，增强居民消费信心

收入是影响消费的决定性因素，提高居民收入，增强居民支付能力，是扩大居民消费的有效途径。首先要努力提高农民收入，使大有潜力的农村购买力尽快转化为实际消费。在当前农产品结构性供过于求的条件下，应在引导农民调整种植结构、扶持非农产业发展、加快小城镇建设、促进农业人口转化方面努力，以开拓农民致富门路，提高农民的整体收入水平。其次，提高城镇居民最低收入水平，使这部分消费弹性系数较高的购买力尽快实现。开拓就业门路、扩大就业量，严格执行最低工资标准，提高社会最低保障线，是提高这部分人收入的有效办法。第三，扩大中等收入阶层的收入，不仅可以提高这一阶层的消费需求，还可以带动低收入阶层收入的增加。在国家法律和政策允许的条件下，为有技能的个人发展提供条件，扶持和鼓励私营经济的发

展，鼓励城里人带着资金、技术到农村发展具有较高技术含量，高附加值的新兴农业。第四，尽快完成社会保障领域的改革。进一步落实和完善社会保障制度，建立可靠的社会保障体系，增加居民的安全感，稳定居民的消费预期，增强居民的消费信心。

（二）发挥政府的功效，改善消费环境

农村消费之所以启动不起来，一个重要原因是因为农村消费环境太差。农村电网老化、电价高、通讯接受信号弱，不通自来水等因素，限制了农村对耐用消费品的消费，如果国家加大对农村水、电、路、通讯等基础设施的投资，下大力气改善农村居民消费环境。那么，农村耐用消费品的消费将会迅速增长，从而全面启动农村消费品市场。因此，国家应下大力气做好这方面的工作。从而为消费需求的增长创造条件。

（三）创造新的供给方式和供给制度

消费品供需结构不适应也是抑制居民消费增长的重要因素。要促进消费需求的增长，除了在消费领域下功夫外，在供给方面，要创造出新的供给方式和供给制度。伴随消费结构的升级，进行供给结构的自我调整，为城乡居民消费需求的增长创造条件。其中关键的就是打破垄断，充分竞争。让市场而非政府来选择经营主体，促使生产企业按照市场规律调整产业结构和产品结构，为消费者提供适销对路的商品，不断满足消费者的需求，促进消费需求得以稳定增长。

（四）规范市场秩序，保护消费者合法权益

中国消费品市场上商品质量低劣、交易行为不规范的现象还很严重，这在一定程度影响了消费者对市场的信任程度，阻碍了一部分消费行为，破坏了国内消费品市场的发展。因此，在2001年必须下大力气整顿中国消费品市场的秩序，否则，消费者的合法权益不能得到保护。首先，应加强市场规范化管理的水平 and 力量，做到依法治市，执法必严、违法必究，严厉打击违法

违规行为，保护消费者的合法权益。其次，充分发挥媒体、群众等社会监督的力量，形成多层次的市场监管网，将经营者的行为控制在公共监督之下。第三，检查、制止、严肃处理地方保护主义，彻底打击假冒伪劣商品，保护优质产品。

（五）消费品市场要积极应对 WTO

我们必须在市场未完全开放的过渡期，在政府管理、行业管理、企业改革等多方面进行积极调整，为中国消费品市场发展创造有利空间。一是政府应充分发挥其“看得见的手”的功能，完善其间接调控职能，加强立法与执法工作，为国内企业的发展创造一个公平有序的竞争环境。同时注重加强政府规划，许可证管理、商品价格、质量、安全管理等方面法律法规的制定。二是商会、协会应加强其行业的协调管理功能。由于加入 WTO 后，政府干预市场的作用将明显减弱，因此，我们应逐步培育行业协会的发展，将行业管理职能赋予行业协会。这就要求我们推进行业规范的制定，加大行业协会改革力度，加大行业协会的人才与队伍培训力度。三是面对加入 WTO 的挑战，中国流通企业要抓住市场机遇，树立信心，做好新形势下企业发展规划，走规模化、多元化发展之路，提高企业的竞争力与适应力。

中国劳动力市场发展预测

一、

2000 年中国劳动力市场发展概况

（一）就业仍处于低迷状态，城镇失业人数缓慢增加

到 2000 年末，全国从业人员共 71150 万人，比上年末增加 564 万人。其中，城镇从业人员 21274 万人，增加 260 万人。全国从业人员增加的数量，较 1999 年减少了 65 万人。

据国家统计局企业调查总队的最新资料显示，尽管 2000 年以来，劳动力景气指数呈逐季增长趋势，第一季度劳动力景气指数为 77.1，第二季度为 88.0，第三季度为 88.8，三季度比上年同期提高了 15.5 点，但仍然处于不景气范围 100 以下（景气指数为 0 ~ 200 之间）。

第三季度末的数据印证了上述情况。全国城镇单位从业人员 11852.5 万人，比上年减少 277.7 万人。其中，国有单位 8427.5 万人，减少 144.6 万人；集体单位 1626 万人，减少 85.8 万人，其他单位 1799 万人，减少 47.3 万人。

城镇单位从业人员减少的直接原因主要是受企业深化改革和产业结构进一步调整的影响，相当部分的企业特别是国有中小型

企业破产、兼并、转制，部分职工提前终止或解除合同或转为城镇私营、个体企业从业人员，以及企业职工买断工龄现象增多等。一些生产经营困难的企业大量辞退农民工和临时工，不再与合同到期职工续签合同，以及不在岗人员增多也是职工人数减少的原因之一。

三季度末，全国在岗职工人数 11489 万人，比上年末减少 284.4 万人。其中，国有单位 8189.7 万人，减少 146.4 万人；集体单位 1563.2 万人，减少 88.7 万人；其他单位 1736.1 万人，减少 49.3 万人。

在岗职工人数减少主要集中在国有单位和城镇集体单位，这两类单位减少人数占城镇单位减人总数的 82.7%。从国有单位分行业看，主要是制造业减少 79.3 万人，批发和零售贸易业减少 19 万人，采掘业减少 15.3 万人。这三个行业共减人 113.6 万人，占国有单位减人总数的 77.6%。

三季度末，全国不在岗职工人数 2173.1 万人，比上年同期增加 134.7 万人，比上年末增加 18.5 万人。其中，国有单位不在岗职工为 1367 万人，比上年末增加 28.3 万人。

就业的不景气在劳动力市场上的表现也很突出。2000 年第二季度，上海等 20 个城市劳动力市场求职人员总数为 285111 人，招聘单位用人总需求为 222206 人，供求比例为 1:0.79。即便在北京，2000 年需要就业的劳动力为 41 万人，但就业机会只有 20 万个，供求比例为 2:1。这种状况导致城镇失业人员有所增加。9 月末，全国城镇登记失业人数 585 万人，比 6 月末增加 20 万人，与上年同期比也有所增长。到年末，全国城镇登记失业率为 3.1% 左右，其中，有 19 个地区城镇登记失业率在 3% 以上。

（二）国有企业下岗职工继续增加

2000 年，全社会下岗职工总量大体稳定，但国有企业下岗职工人数继续增加。上半年新增下岗职工 196 万人。至 6 月末，