

建立社会信用管理体系是整顿 规范市场经济秩序的治本之策

2001 年是全国整顿和规范市场经济秩序工作全面开展的一年。这一年中，中央政府和各级地方政府高度重视整顿规范市场经济秩序的工作，各地、各部门紧紧抓住直接关系广大人民群众切身利益、群众反映强烈、社会危害严重的突出问题，作为整顿和规范工作的重点和突破口，集中力量开展了打击销售假冒伪劣商品、整顿和规范文化市场秩序、打击传销活动、整顿和规范建筑市场秩序、强化税收征管等专项整治斗争。随着工作的不断深入开展，市场经济秩序各方面实现了不同程度的好转，主要表现在非法生产经营活动蔓延的势头得到明显遏制，群众反映强烈、影响恶劣的大案要案得到揭露和处理，严重破坏市场经济秩序的犯罪分子得到严厉惩处，整治工作取得了明显的阶段性成果。

在取得初步成效并进一步部署下一阶段工作的同时，整顿和规范市场经济秩序工作的重点将由“标本兼治”转向“着力治本”在继续保持重点整治的基础上 将工作着力点放到“着力治本”方面来。重点是要继续研究探索整顿规范市场经济秩序的治本之策。而加快建立我国社会信用管理体系正是整顿和规范市场秩序的重要治本之策，亟需提上重要的工作议程。

为什么在新世纪初，在我国进入“十五”计划发展的重要时期和加入 WTO 的背景下，建立信用体系被提到这样的高度来认识？这需从国内外经济发展的大背景进行分析。

一、加快建立社会信用体系的重要性 and 迫切性

1. 这是完善社会主义市场经济体制的客观要求。在我国长达几十年的计划经济体制下，社会各主体之间的信用关系实际上非常淡薄。工厂生产什么、商业销售什么、往来资金如何结算、生产经营资金如何获得，都已由各种计划安排好。银行与企业的关系并非是严格意义上的信用关系，而只是完成财政拨款的一种出纳形式。经过 20 多年改革和开放，我国经济已基本上步入了社会主义市场经济的轨道，市场交易关系和交易行为更多地表现为信用关系，不仅银行信用关系日益广泛，而且工商企业之间的商业信用规模也不断扩大。适应其需要，与市场经济信用关系发展紧密相连的“社会信用”的作用机制也开始发挥重要作用，成为维系市场经济中各主体之间经济关系的重要纽带。从一定意义上说，现代市场经济就是信用经济，市场化程度越高，客观上对社会信用体系的发育程度的要求也越高。但是由于我国信用体系发育程度低，信用秩序相当混乱，信用缺失现象大量存在，如大量银行贷款逾期收不回来，成为呆账、死账，使得商业银行不良资产不断增加；企业之间资金相互拖欠、三角债盛行、坑蒙拐骗、假冒伪劣等层出不穷。据有关资料显示，1998 年企业之间相互拖欠的三角债约

为 11000 亿元，比 10 年前增加了近 1 万亿元。企业信用的缺失和不足严重破坏了市场秩序，大大提高了市场交易的成本，降低交易效率，直接影响市场体系的健康成长，成为制约市场机制发展基础性配置资源作用的障碍。因此，要规范市场经济秩序，完善社会主义市场经济体制，就必须尽快建立社会信用体系。

2. 这是扩大内需，保持经济持续、稳定增长的迫切要求。从 1998 年后，中央政府将宏观调控的着力点迅速调整到扩大内需方面来，出台了一系列相关的政策。而扩大内需，对社会信用体系的建立提出了更高的要求。因为，一方面，在买方市场条件下，依靠扩大本国信用交易总额来扩大市场规模、拉动经济增长是许多发达国家的成功经验。在良好的市场信用环境下，一国的市场规模会因信用交易而成倍增长，从而拉动经济增长和扩大就业。为促进信用交易的发展，许多国家的信用管理体系不断完善，新的信用工具不断被研发出来，各种形式的信用卡和商业票据被广泛使用。例如，美国 80 年代中期的商业票据年结算量已是企业活期存款年末余额的 3300 倍。同时，在买方市场条件下，企业之间的赊销现象大量增加，对企业之间的信用度要求更高。而我国目前不仅信用交易总量少，而且已经发生的信用交易也往往受到失信行为的破坏；另一方面，在扩大内需，调整产业结构和产品结构中，企业需要大量的资金投入，需要通过银行信贷、证券市场操作和债券的发行等方式筹集大量的生产发展和技术改造资金。但是由于信用缺失行为大量存在，使得商业银行不敢轻易放贷，由于大量的违规行为和虚假包装上市、欺骗投资者的虚假审计报告等事件不断被

揭露出来，证券交易也出现了严重的信誉危机，影响了企业通过正常的信用渠道获取生产发展资金。另外，要扩大市场消费需求，拉动经济增长，就需要更多地启动信用消费。特别是目前我国城市居民的消费结构出现明显的升级趋势，家庭消费逐步向住房、汽车、教育等消费转移，这种消费水平仅通过家庭的现金积累显然需要相当长的时间，在客观上要求信用消费的增长。但是由于我国尚未建立起较为完善的个人信用体系，目前信用消费的规模还相当小，住房、汽车等长期消费信贷不仅起步晚，而且还存在许多制约因素，在商业银行的信贷总规模中还只占很小的比例。在信用工具方面，也只有吸收储蓄功能的借记卡而没有真正意义上的信用卡，提供消费信用的功能非常有限。而商业机构向消费者提供的消费者信贷规模就更小。这些因素都在信用制度方面阻碍着扩大内需的程度和规模。因此，要扩大内需，拉动经济增长，实现现代化建设的第三步战略目标，就必须加快建立社会信用体系。

3. 这是经济全球化及中国更快地融入国际经济社会的客观要求。在世纪之交，经济全球化进程加快，其本质是在世界范围内重新配置资源。我国经济将在全球经济分工中占有什么位置？拥有多少市场份额？加入 WTO 后如何更有利地参与国际竞争？这些都与我国信用体系的建设有直接关系。信用环境不良，企业整体信用程度低，将严重制约我国企业在国际市场的竞争力，市场份额会越来越小，信用关系会进一步恶化，在参与国际竞争中就会处于非常被动的地位。同时，国内信用秩序混乱也将恶化我国吸引外资的环境，直接影响投资需求的增加，进而影响经济的发展。

4. 这是整顿和规范市场经济秩序的迫切要求。在市场经济体制下，社会经济活动的正常运行，有赖于规范的市场经济秩序来维护。而我国目前的市场秩序显然不能适应市场经济发展的要求，需要很好地规范和完善。但是，规范市场秩序不能简单地依靠一次又一次的突击大检查或严打等形式来解决问题，而必须要靠规范的市场经济规则和相应的制度建设来实现。建立规范的社会信用体系就是最基本的市场规则和制度之一，是规范和整顿市场经济秩序的治本之策。

二、建立我国社会信用体系的主要制约因素

现代市场经济条件下所指的狭义信用，是指受信方向授信方在特定时间内所作的付款或还款承诺的兑现能力（也包括对各类经济合同的履约能力）。因受信对象性质的不同，信用可分为公共信用（Public Credit）、商业信用（Business Credit）和消费者信用（Consumer Credit, Personal Credit）；在现代市场经济中的大部分交易都表现为信用交易，在我国向市场经济转轨的过程中，信用交易的规模不断扩大，信用就成为现代市场交易的一个必备要素。普遍的守信行为才使信用交易能够顺利进行，经济得以健康运转。同时，信用交易的特点又使其较之传统的现金交易具有较大的风险。除政治风险和战争风险等不可控风险之外，当授信人（债权人）授信失当或受信人（债务人）回避自己的偿付责任时，就会产生信用风险。为了控制这种风险，任何现代社会都需要一整套严格的信用管理体系。只

有在这一体系的基础上建立起稳定可靠的信用关系，现代市场经济才有可能存在。

社会信用体系的建立是一个庞大的社会系统工程，涉及的面相当广。建立社会信用管理体系，当然包括广义的信用，这是建立整个社会信用体系的基础和必要条件。不能想象在一个讲信誉、守信用尚未成为一国企业和民众的基本道德规范和行为准则的条件下，这个国家能够建立起完善的信用体系。然而，建立社会信用体系又不能单纯地建立在诚实守信的道德规范之上，更重要的是要建立对市场主体之间的信用关系管理的整套法律、法规、准则、制度和有效的信用市场形式。从一些发达国家的经验看，基本上都已形成了比较完善的信用管理体系。这种管理体系，实际上是一种社会机制，它把各种与信用相关的社会力量和制度有机地组合起来，共同促进信用的完善和发展，制约和惩罚失信行为，从而保障社会秩序和市场经济正常地运行和发展。这些国家普遍具有良好的全民信用教育和信用意识，有完善的管理信用立法和失信约束惩罚机制，有发达的商业化、社会化运作的信用中介服务机构，有信用管理行业的自律组织，共同构成了社会信用管理体系。而我国目前在这些方面还相当缺乏，建立社会信用管理体系还存在着许多制约因素。

1. 社会普遍缺乏现代市场经济条件下的信用意识和信用道德规范。在中国，虽然诚实守信始终是几千年传统文化的主流，是备受推崇的美德。但是，由于中国近代市场经济发育不充分，信用经济发育较晚，市场信用交易不发达，建国后又长期处在计划经济体制之下，真正的社会信用关系十分淡薄，因

此，无论是企业还是消费者个人，都普遍缺乏现代市场经济条件下的信用意识和信用道德观念的培养。加上国家信用管理体系不完善，相关的法律法规和失信惩罚机制不健全，导致社会上信用缺失行为盛行，使得很多企业对于信用关系其生死攸关的重要性体会不深、认识不足。不讲信用的企业照样可以生存和发展，坑蒙诈骗者也有一定的市场。所以，赖账、逃废债务和三角债拖欠成为普遍的企业行为，在社会上没有树立起以讲信用为荣，不讲信用为耻的信用道德评价和约束机制，信用的失衡就成为社会普遍的现象。

2. 企业内部普遍缺乏基本的信用管理制度。作为国民经济中最基本的“细胞”，我国企业内部普遍缺乏信用管理制度。企业内部办公室、人事部、销售部门似乎一个都不能少，但很少有企业设立专门进行内部信用管理的部门、机构或人员，因此，因授信不当导致合约不能履行以及受信企业对履约计划缺乏管理而违约的现象频繁发生，因对合作客户的信用状况缺乏了解也使许多企业受骗上当，导致经济纠纷大量出现。目前，我国每年订立的经济合同大约有 40 亿份左右，但合同的履约率仅有 60% 左右。企业“三角债”现象大量发生，据统计，1998 年全国法院受理的经济纠纷和债权债务民事纠纷案件为 289 万件，约占法院全部受理案件的 51%。企业内部的信用管理是财务管理的一个专门组成部分，包括对应收账款和商品销售的管理；与企业发生业务关系的所有主要客户信用状况的调查、征信和管理，是企业财务会计部门连接各业务部门的桥梁，也是企业筛选客户、“去伪存真”，并与诚信客户保持长期联系的纽带。这一重要管理环节的普遍缺乏，必然导致社会失

信行为的大量发生。

3. 作为“非征信国家”，我国信用中介服务的市场化程度很低。具备较为完善的国家信用管理体系，有信誉且公正的征信中介服务在全国普及，信用管理行业的市场化程度较高，在市场交易中可以快速取得资本市场、商业市场上的绝大多数企业和消费者个人的真实资信背景报告的国家称之为“征信国家”。在征信国家，信用中介服务行业的市场化、社会化程度相当高，征信业十分发达。征信服务的主要业务包括受客户委托，在资本市场、商业市场和消费市场对金融机构和上市公司、中、小型企业以及国内公民和境内外国人进行资信调查、授信评级、保理和商账追收等。这些信用服务完全是在国家法律法规和政府监督范围内，对商业活动中各种客户所面临的信用风险提供商业化和规范化的规范管理服务。征信服务与国家法律和政府监督的作用有机的结合起来，在全国范围内形成有效的信用信息沟通渠道和合理的失信约束惩罚机制，对有信用不良记录的公司和个人通过市场化的征信手段将其列入失信的“黑名单”，并对其不良记录通过正常渠道传播，在法律允许的期间内影响其市场交易能力和受信能力，且在法定期限内不能注册新的企业。而且这些处罚不会简单地随着个人和公司的破产、停业而消失，使得他们无法在各种市场上生存，从而达到规范市场信用秩序、净化市场环境和减少犯罪的目的。目前，发达国家的征信业不仅成为一种重要的服务行业，而且也正在作为一种国家商业规范而被越来越多的国家和地区所借鉴。在征信国家，征信调查咨询行业和资信评级行业都有较快的发展，美国有许多专门从事征信、信用评级、商账追收、信用管

理等业务的信用中介服务机构。经过长期的竞争，已形成一些规模大、业务覆盖面广、信用数据库完备的大型跨国信用管理公司。如在企业征信领域，邓白氏（Dun&Bradstreet）是全世界最大、历史最悠久和最有影响的公司，在很多国家建立了办事处或附属机构。在资信评级行业，美国国内主要有穆迪投资者服务公司（Moody）、标准普尔公司（Standard and Poor's）、菲奇公司（Fitch）和达夫公司（Duff&Phelps），他们基本上主宰了美国的资信评级市场。穆迪和标准普尔两家公司实力雄厚，国际声誉好，其他国家在建立本国的评级制度和评级机构时大多受到他们的影响。

目前我国仍是“非征信国家”，因此，信用社会中介服务业发展滞后。我国虽然也有一些为企业提供信用服务的市场运作机构（如征信公司、资信评级机构、信用调查机构等）和信用产品，例如信用调查报告、资信评级报告等，但不仅市场规模很小，经营分散，而且行业整体水平不高，市场竞争基本处于无序状态，没有建立起一套完整而科学的信用调查和评价体系，导致了企业的信用状况得不到科学、合理的评估，市场不能发挥对信用状况的奖惩作用，企业也缺乏加强信用管理的动力。我国信用中介服务市场还存在严重的供需双重不足的局面：一方面信用服务行业的社会需求不足，社会和企业对信用产品的需求还十分有限，企业普遍缺乏使用信用产品的意识；社会其他主体在经济交往中未能利用信用产品来保护自己的利益；国家有关部门对信用的需求不够。另一方面，从信用服务的供给来看，国内有实力提供高质量信用产品的机构或企业还很少。同时，我国整个信用中介服务行业缺少健康发展的市场

环境。社会相关的信用数据的开放程度很低，很多涉及企业的信用数据和资料服务企业无法得到，从而无法依靠商业化、社会化的、具有客观公正性、独立性的信用调查、征信、资信评估和信用专业服务等方式，提高社会信用信息的对称程度，导致了失信现象愈演愈烈。消费者个人信用调查市场更是一个被严格控制的领域，开放度更低。已经试点的上海资信有限公司在个人资信管理方面是一个探索和突破，但是，目前也仍是在较小的范围内试行，而尚未形成市场共享的信用资源。

4. 信用数据的市场开放度低，缺乏企业和个人信息的正常获取和检索途径。在征信国家，企业和消费者个人信用信息数据的开放和市场化运作是信用管理体系的重要内容。许多国家通过相应的法律或法规对信用数据的开放作出明确规定。一般来说，采集和共享的信息包括银行内的借贷信息和政府有关机构的公开记录等。征信服务机构可以通过公开和正常的渠道取得和检索法律规定可以公开的信息。但我国在征信数据的开放与使用等方面没有明确的法律规定，政府部门和一些专业机构掌握的可以公开的企业资讯没有开放，如公安、工商、人事、税务、统计等部门掌管着大量的企业的信息资源很多没有公开，增加了征信和企业信息获取的难度。对于征信国家而言，功能完善的信用数据库成为建立社会信用体系必备的基础设施，各国的征信中介机构一般都建有自己的信用数据库，记录企业或个人的相关信用信息。美国的邓白氏公司所建数据库，涵盖了超过全球 5700 万家企业的信息；目前我国的信用中介机构有些没有自己的信用资料数据库，建有数据库的规模也普遍偏小，信用信息不完整，在这种情况下，无法对企业的

信用作出公正、客观、真实的评估。

5. 国家信用管理体系不健全，缺乏有效的失信惩罚机制。在一些征信国家，大都有比较健全的国家信用管理体系，这一体系包括国家关于信用方面的立法和执法（包括银行信用方面的立法、非银行信用方面的立法和失信惩罚机制）；政府对信用行业的监督管理；政府对全社会的信用教育和信用管理的研究和开发。目前我国在这些方面都存在严重不足。在立法方面，我国的《民法通则》、《合同法》和《反不正当竞争法》中虽然都有诚实守信的法律原则，《刑法》中也有对诈骗等犯罪行为处以刑罚的规定，但这些仍不足以对社会的各种失信行为形成强有力的法律规范和约束，针对信用方面的立法仍然滞后。同时，有法不依和执法不严的问题也相当严重，在一些失信和诈骗案件的审理中，还存在严重的地方保护主义倾向。某些基层执法部门受当地企业与政府的影响，在司法过程中有意偏袒本地企业而损害债权人利益。社会上更是缺乏严格的失信惩罚机制。尚未达到刑事犯罪程度的失信行为得不到相应的惩罚，不讲信用的企业法人和个人也不能受到社会的谴责和唾弃。政府对信用市场的监督管理薄弱，对从事企业信息服务的中介机构（包括会计、审计、法律服务和征信中介、资信评估等）缺乏监管，造成虚假信息盛行、社会反映强烈。

三、加快我国社会信用体系的相关建议

作为“非征信国家”，我国信用体系的基础还相当薄弱，建立和完善社会信用体系是一项艰巨的任务，还有很长的路要

走。但是我国经济健康稳定发展的客观要求和国际竞争格局的变化，迫切要求我们必须从现在开始，加快信用体系建设，强化国家对社会信用活动的管理。为此，提出如下建议。

第一，通过多种方式强化市场主体的信用观念和信用意识。社会信用体系建设固然需要法律体系和必要的制度安排，但是，信用的基础在很大程度上是基于社会主体之间的信任和诚信的理念来维系，靠市场经济条件下的信用道德规范来维系。讲信用应成为社会经济生活中的一种基本公德。在市场经济环境下，市场主体的行为准则首先应是讲信用，无论是法人主体或公民个人，都应树立守信的公众形象，树立以讲信用为荣，不讲信用为耻的社会意识。信用度高实际上是一种财富，在全社会应形成这样的共识和理念。这种意识和理念要通过各种宣传、教育、典型示范来进行，通过加强全社会范围内的信用教育、科研和培训来实现。从基础教育到大学教育，对信用观念、信用意识、信用道德的宣传和教育应贯穿始终。信用管理本身是一门综合性的学科，涉及的专业门类广，技术性较强，需要很好地进行研究和开发，更需要培养一大批专门人才。

第二，尽快制订信用管理的法律制度，加强信用方面的立法和执法。参照发达国家的经验，建设社会信用体系必须立法先行，加以规范。当立法条件尚未成熟时，也必须出台相关的法规或部门规章，对市场进行信用规范。当务之急，是制订公平使用信息法，并修改商业银行法和反不正当竞争法等相关的法律。欧、美等发达国家和部分发展中国家有些立法可以借鉴。立法的目的是创造一个信用开放和公平享有、使用信息的

环境。立法包括多个方面，如银行信用方面的立法，非银行方面的立法，规范商业信用和消费者信用行为的立法，规范商业授信行为的立法，规范信用中介服务行业行为的立法，等等。尤其应强调的是要尽快建立和完善失信惩罚机制，明确在市场经济中，失信的法律边界是什么，失信到什么程度将给予何种程度和形式的制裁。通过这种失信惩罚机制的设立，做到“闯红灯者受罚”，加大企业或个人失信的成本，迫使其行为趋向守信，让守信成为守信者的通行证。

第三，促进信用中介服务行业的市场化发展。信用信息的市场化是信用服务行业发展的客观基础，是建设信用体系的必由之路。因此，对信用数据的开放和促进信用管理行业的更快发展应是当务之急。为了配合 WTO 对信用公开化的要求，以及建立信用管理体系对公共信息和征信数据对全社会开放的要求，需以法律的形式规范公共信息、征信数据的取得和使用程序。即使对于那些不宜在全社会公开的信用信息，政府也应有一套信用管理和获得信息的规范有效的渠道。建议对此应加快立法步伐。我国对信息数据开放的立法应包括两方面：一方面是明确信用数据的开放程度，很多可以公开开放，以及能够通过一定正规的方式和渠道获得的信息应通过一定的渠道和途径尽快开放，增强社会信用信息的透明度；另一方面，在涉及到消费者个人信息的采集和共享方面应有相关的法律约束。根据一些国家的经验，对消费者个人信用信息的采集和公布应采取相对审慎的原则。这两个方面的立法都应尽快提上议程。同时，由于对信用的评价主要是建立在企业和个人信用历史记录基础上，建议一方面要鼓励信用中介机构注重自身信用数据库

建设，另一方面政府有关部门要建立行业或部门的数据库，待条件成熟时，可将自建数据库中的部分内容提供给信用中介机构或与信用中介机构共享，为我国信用行业的发展提供支持。当然，信用中介服务行业的发展必须在政府的有效监督和管理之下，对其机构的准入、资质条件加以规范，使其真正成为体现公平公开公正原则和品格的社会信用管理服务机构。

第四，建立并逐步完善政府的信用监督和管理体系。政府应积极建立失信约束和惩罚机制并监督信用行业的规范发展，而不参与主办信用管理服务机构，否则就失去了信用管理服务的中立、公正性质。政府有必要大力扶植和监督信用中介服务行业的发展，积极推动这方面的立法，并保证政府各部门的公共信息向社会开放，让大家平等地取得和使用，同时监督市场经济主体间依法公平、公正地披露信息和取得使用信息的义务和权利得以实现，保护公平竞争。对与信用活动相关的注册会计师、审计师和律师等专业服务领域的机构和人员也必须加强监督管理。从我国资本市场的发育来看，上市公司的经营和信用状况的真实披露在很大程度上依赖于证券注册会计师的审计报告。这些中介机构的虚假信息会导致证券市场失信于广大投资者。因此，必须加强管理，维护证券市场的公正、公平和公开的原则。同时，政府必须有效地解决信用执法过程中的地方保护主义的问题，维护市场执法的公正性。

第五，加强行业协会等民间机构的自律管理。在美国，信用管理协会、信用报告协会、美国收账协会等一些民间机构在信用行业的自律管理和代表行业进行政府公关等方面发挥了重要作用。行业协会的主要功能在于联系本行业或本分支的从业

者，进行行业自律方面的建设，同时为同业者提供交流的机会和场所，进行政府公共或议会的院外活动，替本行业争取利益。行业协会还提供信用管理的专业教育，举办从业执照的培训和考试，举办会员大会和各种学术交流会议，发行出版物，募集资金支持信用管理研究课题等。我国信用服务行业在逐步发展过程中，也应适时成立行业协会，主要是进行行业自律，制订行业规划和从业标准以及行业的各种规章制度；开展信用管理与应用研究；提出立法建议或接受委托研究立法和提出有关信用管理法律草案；协调行业与政府及各方面的关系；进行国际交流活动等。

第六，强化企业内部的信用管理。企业内部加强信用管理，是提高我国市场交易信用程度的前提和基础。加强企业信用管理，不仅可以大幅度减少因授信不当导致合约不能履行以及受信企业对履约计划缺乏管理而违约现象的发生，而且可以形成对失信企业和机构的市场约束机制，使信用记录不良的企业在各企业的客户管理中被筛选掉，使其没有市场活动的机会和空间。而且，企业内部信用管理制度的规范化，还会进一步加大对信用调查咨询和评估产品的需求，促进信用中介服务行业的发展。

中国消费品市场发展与预测

2001 年以来，我国消费品市场发展呈现出稳中趋旺的运行态势，日渐旺盛的消费需求成为国民经济快速稳定发展的重要基础。展望 2002 年，消费品市场发展仍将保持快速稳定的发展态势。

一、2001 年消费品市场发展的基本特征

（一）消费品市场发展稳中趋旺

2001 年，社会消费品零售总额为 37595.2 亿元，比上年增长 10.1%，增速比上年提高 0.4 个百分点。考虑价格因素，实际增长 10.7%。从全年的增长势头来看，除一季度增速出现较大幅度波动外，其余各月增速基本保持在 9.6%~11% 的高位运行空间上（如图 1）。其中，一至四季度增长分别达到 10.3%、10.3%、9.8% 和 10.0%，除一季度与上年同期增长速度基本持平外，二、三、四季度的增速分别高于上年同期各 0.5、0.4 和 0.8 个百分点。

值得注意的是，在商品零售价格持续低位的背景下，全社会消费品零售总额增长速度已连续两年超过 GDP。2001 年全社会消费品零售总额增长高于 GDP 增长 2.8 个百分点，比上年

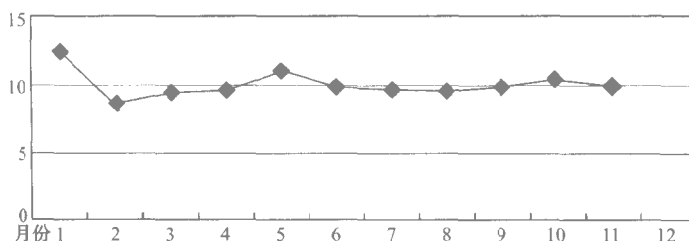


图 1 2002 年全社会消费品零售额各月增长速度

资料来源：国家统计局《中国经济景气月报》 2001 年 1~12 期。

又扩大了 1.1 个百分点（上年为增速差距为 1.7 个百分点）。据国家信息中心测算，2001 年国内消费需求的贡献率将达到 51%。这一现象说明，我国近年来采取的以扩大内需为主的经济政策已经显示出明显的政策效果，消费品市场稳定快速发展已成为我国经济增长的主要支持因素。

（二）消费品市场价格继续保持低位稳定运行格局

2001 年全国居民消费价格总水平比上年上涨 0.7%，涨幅略高于 2000 年 0.4% 的水平；全国零售商品价格总水平比上年同期下降 0.8%，下降幅度比上年缩小 0.7 个百分点（2000 年为 -1.5%）。2001 年价格运行的主要特点如下。

第一，价格走势呈现前涨后降特点。从全国居民消费价格总水平各月的运行趋势来看，年初全国居民消费价格总水平在上年的基础上缓慢上行至 5 月，5 月比上年同期上涨 1.7%，1~5 月份累计比上年同期上涨 1.1%。从 6 月份开始，价格水平出现反转，开始逐步下滑，9 月、11 月、12 月三个月价格水平出现负增长，12 月份比上年同期下降 0.3%，全年价格呈现前涨后降的走势（见表 1）。