商会信息

第16期(总第500期)

中国商业联合会办公室编 2019年8月25日

本 期 目 录

部委工作

 国务院办公厅下发全国深化“放管服”改革

优化营商环境电视电话会议重点任务分工

方案………………………………………………………（2）

商会动态

中国商业联合会党委制订所属党支部标准化

规范化建设工作方案………………………………………（4）

姜明会长出席2019（第二十五届）中国月饼

文化节开幕式………………………………………………（8）

傅龙成副会长出席中日养老服务标准化研讨

工作会议……………………………………………………（9）

2019第七届中国（泸州）西南商品博览会将

于9月5日举行………………………………………………（11）

张丽君副会长赴青海省进行“不忘初心、牢

记使命”绿色商场创建主题调研活动……………………（13）

 中国商业联合会在上海进行连锁企业统一纳

税专题调研…………………………………………………（14）

2019年度“价值、贡献、责任—商业企业践

行社会责任考察交流活动”在长沙举办…………………（15）

协会动态

中国蔬菜流通协会举办第二届中国生食蔬菜节

暨第二届中国生食蔬菜节…………………………………（17）

中国民族贸易促进会召开三届一次常务理事会……………（19）

信息传真

2019年7月份居民消费价格同比上涨2.8%……………………（22）

2019年7月份全国50家重点大型零售企业销售分析…………（23）

部 委 工 作

**国务院办公厅印发《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》**

2019年8月8日，国务院办公厅印发[《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》](http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-08/08/content_5419761.htm)（以下简称《意见》）。《意见》指出，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，持续深化“放管服”改革，围绕更大激发市场活力，聚焦平台经济发展面临的突出问题，加大政策引导、支持和保障力度，落实和完善包容审慎监管要求，推动建立健全适应平台经济发展特点的新型监管机制，着力营造公平竞争市场环境。为促进平台经济规范健康发展，《意见》提出了五个方面政策措施。

**一是优化完善市场准入条件，降低企业合规成本。**推进登记注册便利化，进一步简化平台企业分支机构设立手续，放宽新兴行业企业名称登记限制；清理和规范制约平台经济健康发展的行政许可、资质资格等事项，指导督促有关地方评估网约车、旅游民宿等领域的政策落实情况，优化完善准入条件、审批流程和服务；加快完善新业态标准体系，为新产品新服务进入市场提供保障。

**二是创新监管理念和方式，实行包容审慎监管。**探索适应新业态特点、有利于公平竞争的公正监管办法，分领域制定监管规则和标准，在严守安全底线的前提下为新业态发展留足空间；科学合理界定平台责任，加快研究出台平台尽职免责的具体办法；建立健全协同监管机制，积极推进“互联网+监管”，维护公平竞争市场秩序。

**三是鼓励发展平台经济新业态，加快培育新的增长点。**发展“互联网+服务业”，支持社会资本进入基于互联网的医疗健康、教育培训、养老家政、文化、旅游、体育等新兴服务领域；发展“互联网+生产”，推进工业互联网创新发展；推进“互联网+创业创新”，依托互联网平台完善全方位创业创新服务体系；加强网络支撑能力建设。

**四是优化平台经济发展环境，夯实新业态成长基础。**加强政府部门与平台数据共享，上线运行全国一体化在线政务服务平台电子证照共享服务系统；加大全国信用信息共享平台开放力度，支持平台提升管理水平；建成全国统一的电子发票公共服务平台，尽快制定电子商务法实施中的有关信息公示、零星小额交易等配套规则。

**五是切实保护平台经济参与者合法权益，强化平台经济发展法治保障。**抓紧研究完善平台企业用工和灵活就业等从业人员社保政策，开展职业伤害保障试点；加强消费者权益保护，督促平台建立健全消费者投诉和举报机制；完善平台经济相关法律法规。

《意见》要求，各地区各部门要按照职责分工抓好贯彻落实，压实工作责任，密切协作配合，切实解决平台经济发展面临的突出问题，推动各项政策措施及时落地见效。

（国务院办公厅）

商 会 动 态

协 会 动 态

**中国蔬菜流通协会举办第二届中国生食蔬菜节**

**暨第二届中国生食蔬菜节**

信 息 传 真

 **消费市场日益强大 流通方式创新发展
——新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告之十**一

新中国成立以来，我国消费领域发生历史性巨变，市场化改革成效显著，流通方式创新发展，市场在资源配置中的决定性作用逐步显现。消费品市场规模持续扩大，结构优化调整，消费成为经济增长的主要驱动力。

　**一、内贸流通体制改革成绩斐然，消费基础性作用不断**

　　（一）多种所有制共同发展，市场在资源配置中的决定性作用逐步显现

　　新中国成立70年来，我国商品市场发展大体经历了资本主义旧商业的社会主义改造、社会主义公有制商业的建立发展以及改革开放以来国内市场快速发展和加速扩张等阶段。特别是改革开放以来，我国非国有经济快速发展，打破了公有制商业“一统天下”的局面，流通领域呈现多种经济成分并存，多种所有制共同发展的良好格局。1952年我国全民和集体所有制实现的商品零售额占商品零售总额的比重超过三分之一，改革开放初期的1978年，全民和集体所有制实现的商品零售额占比超过90%。而2018年我国流通领域主要行业——批发和零售业中限额以上国有企业数量仅占该行业限额以上企业总数的1%左右，销售额约为该行业限额以上单位全部销售额的3%；私营企业数量占该行业限额以上企业总数的比重超过60%；港澳台投资和外商投资企业数量占比为15%左右。经过长期的市场培育和发展，多种经济成分共同发展的商品流通体系日益完善。

　　随着市场化改革的不断深化，市场在资源配置中的主体地位持续增强。国内商业作为我国开放最早、市场化程度最高的领域之一，已逐步形成主体多元、方式多样、开放竞争的格局，市场价格形成机制逐步完善。总体来看，我国商品价格形成过程主要分为计划经济时代农副产品“统购统销”和20世纪80年代“调放结合”“价格双轨制”“价格闯关”，以及放开价格、完善机制等几个阶段，基本实现了从政府定价向市场机制定价转变。20世纪90年代有关部门颁布了新的价格管理目录，放开了绝大多数商品的价格；当前97%以上的商品和服务价格实现市场调节，市场在资源配置中的决定性作用逐步显现，为消费市场较快发展提供有力支撑。

　　（二）消费品由数量短缺向供给充裕转变，零售市场规模持续扩大

　　生活资料类商品由短缺匮乏、种类单一向供给充裕、品种繁多转变，居民消费由基本生活型向发展享受型转变。新中国成立初期，我国生活资料严重短缺，农副产品以统购统销为主，消费品实行调拨分配，大多凭证定量供应，市场处于全面紧张状态。1978年以来，改革开放为国内市场发展开辟了前所未有的广阔空间，消费需求强劲，购销活跃，消费总量持续扩大。2018年限额以上单位粮油食品饮料烟酒、服装类商品零售额分别为19689亿元和13707亿元，分别是1952年食品和服装类商品零售额的133倍和270倍，年均分别增长7.7%和8.9%。2018年末我国城镇居民平均每百户电视机、洗衣机和电冰箱拥有量分别为121.3台、97.7台和100.9台，而1981年分别仅为0.6台、6.3台和0.2台。

　　消费品市场快速发展。社会消费品零售总额由1952年的277亿元增加到2018年的380987亿元，年均增长11.6%。其中“一五”至“五五”时期年均增长7.6%，“六五”时期年均增长15.0%，“七五”时期年均增长14.0%，“八五”时期年均增长23.3%，“九五”时期年均增长10.6%，“十五”时期年均增长11.8%，“十一五”时期年均增长18.1%，“十二五”时期年均增长13.8%，2016—2018年年均增长约10%。

　　（三）经济发展方式从投资驱动型向消费拉动型转换，消费对经济增长的拉动作用持续增强

　　随着消费市场持续较快增长，国内消费对经济增长的拉动作用增强，成为经济增长的第一驱动力。2018年最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率达到76.2%，比1952年和1978年明显提升。消费成为保持经济平稳运行的“稳定器”和“压舱石”。

　　在行业增加值方面，与居民消费紧密相关的批发和零售业等行业对经济增长的贡献明显增强。1953—2018年批发和零售业增加值按现价计算年均增速超过10%；批发和零售业增加值占国内生产总值的比重在2018年达到9.4%。

　　在就业方面，批发和零售业、住宿和餐饮业逐渐成为吸纳城镇就业和承接农村劳动力转移的主力军。2017年国有单位、城镇集体单位、私营单位和个体经营户中批发和零售业年末从业人员超过1.3亿人，是1952年零售商业机构的全部从业人数的18.8倍，年均增长约4.6%；2017年国有单位、城镇集体单位、私营单位和个体户中住宿和餐饮业年末从业人员超过2700万人，是1952年餐饮业机构的全部从业人数的18.7倍，年均增长约4.6%。

　　**二、消费结构逐步优化，升级类商品和服务消费快速增长**

　　（一）城乡市场协同发展，区域结构优化重塑

　　新中国成立初期，我国城镇化水平较低，城镇人口占总人口的比重仅为10.6%。随着改革开放以来我国城镇化进程不断推进和城镇化率稳步提高，城乡消费品市场均保持良好发展势头。一方面，城市人口增多必然带动衣食住行等诸多方面消费需求增加和消费升级，对消费快速增长有明显的促进作用。特别是在居民消费能力不断增强和消费环境持续优化等多因素带动下，城镇消费品市场保持较快增长。2018年我国城镇消费品零售额325637亿元，是1952年的2593倍，年均增长12.6%，占社会消费品零售总额的比重由1952年的45.4%提高至2018年85.5%。另一方面，为解决我国消费品市场发展进程中城乡不平衡等问题，国家在流通基础设施建设、消费政策和收入分配政策等方面加大对农村地区的支持力度。一系列支农惠农政策的贯彻落实，增强了农民的购买能力和消费意愿。同时，城乡统筹、以工补农、以城促乡等新农村建设政策措施的出台使农村经济迅速发展，特别是“万村千乡市场工程”和“双百市场工程”的实施以及近年来电子商务等销售渠道向农村地区下沉，极大地改善了农村流通状况和消费环境，为农村消费品市场发展创造了良好的外部条件。2018年我国乡村消费品零售额55350亿元，是1952年的366倍，年均增长9.4%。党的十八大以来，农村消费品市场发展明显加快，乡村市场占比逐年提高。2013—2018年，乡村消费品零售额年均增长11.8%，增速比城镇消费品零售额高2个百分点；乡村消费品零售额占社会消费品零售总额的比重由2012年13.2%提高至2018年14.5%，占比提升1.3个百分点。

　　在城乡结构不断改善的同时，地区发展向总体均衡转变。随着国家西部大开发、东北老工业基地振兴、中部崛起等发展战略的不断推进，不同地区之间的消费品市场发展速度和结构发生较大变化。“一带一路”建设、京津冀协同发展和长江经济带发展战略的提出与实施，带动了我国部分地区的消费增长。2018年我国东、中、西部和东北地区社会消费品零售总额分别是1952年的1484倍、1466倍、1387倍和806倍，年均分别增长11.7%、11.7%、11.6%和10.7%。从各区域占比情况看，呈现出东部地区先行发展、中西部和东北地区后期跟进的态势。东部地区消费品零售额占社会消费品零售总额的比重由1952年的47%左右逐年提升，至“十五”末期的2005年达到最大值54.3%，从“十一五”时期开始逐年回落，至2018年为51.4%。与之相应，中、西部和东北地区占社会消费品零售总额的比重与东部地区的差距分别由1952年的27.2、28.9和33.4个百分点，扩大至2005年的34.9、37.3和45.2个百分点，而2018年分别缩小至29.8、32.7和43.2个百分点。

　　（二）商品结构进一步优化，消费升级类商品快速增长

　　新中国成立初期，我国居民商品消费主要以满足吃、穿等基本生活需求为主。在居民收入水平稳步提高以及消费观念转变的带动下，居民消费从注重量的满足转向追求质的提升，消费结构不断改善。从商品类别看，满足基本生活需求的消费品零售额占全部零售额的比重明显下降，反映消费升级的耐用品类消费品占比提升。一是吃、穿等基本生活类商品占社会消费品零售总额的比重明显降低。2018年限额以上单位商品销售类值中，粮油食品饮料烟酒、服装鞋帽针纺织品类商品占比分别为14.5%和10.1%，分别比1952年食品、服装类商品零售额占社会消费品零售总额的比重降低39.1和8.3个百分点。2018年全国居民恩格尔系数为28.4%，比1978年下降35.5个百分点；全国农村居民恩格尔系数为30.1%，比1957年下降35.6个百分点。二是部分耐用品消费增长较快。2018年汽车类商品零售额为4.2万亿元，比1998年增长超过150倍，近20年来年均增长速度近30%。2018年末全国民用汽车保有量超过2.4亿辆。汽车销售快速增长的同时，车型结构不断优化。代表汽车消费升级方向的运动型多用途乘用车（SUV）和新能源汽车销售增势强劲。据中国汽车工业协会统计，2018年，我国运动型多用途乘用车（SUV）销售近1000万辆，占全部乘用车销量的比重超过40%；新能源乘用车销售超过100万辆，比上年增长60%以上，增速明显高于狭义乘用车，而且市场占有率不断提高。三是信息消费快速增长。互联网特别是移动互联网的普及率逐年提高，以手机、计算机为代表的信息产品消费实现了从无到有、从零星到普遍的跨越式发展。2018年限额以上单位通讯器材类商品零售额达到4372亿元，2000—2018年年均增长29.3%。2018年末城镇居民平均每百户拥有移动电话和计算机数量分别达到243部和73台，分别是2000年的12.5倍和7.5倍，2001—2018年年均分别增长15%和11.9%。另据工业和信息化部统计，2018年我国移动电话总数达到15.7亿户，比上年净增近1.5亿户，移动电话用户普及率达到每百人112.2部，全国已有24个省（区、市）的移动电话普及率超过每百人100部。

　　（三）消费结构转型调整，服务消费快速增长

　　随着居民生活水平的稳步提高和市场供给端的长足进步，消费热点由满足人民群众物质生活需求的实物消费向体现人民美好生活需要的服务消费转变。大众餐饮、文化娱乐、休闲旅游、教育培训、健康养生等服务消费成为新的消费热点。服务消费市场总体规模持续扩大，第三产业增加值占国内生产总值的比重从1980年的20%左右增加到2018年的52.2%。

　　在餐饮消费方面，国家鼓励发展大众化餐饮、优化餐饮业营商环境以及减税降费等政策效果在各个时期均有不同程度的显现，餐饮行业发展方式由外延扩张型向内涵集约型转变，由规模速度型向质量效率型转变，我国餐饮市场保持较快增长。2018年社会消费品零售总额中餐饮收入超过4万亿元，是1952年的3029倍，年均增长12.9%，比社会消费品零售总额年均增速高1.3个百分点；餐饮收入占社会消费品零售总额比重由1952年的5.1%提升至2018年的11.2%。

　　在旅游消费方面，居民出行方式多样化程度不断提高，旅游市场环境日趋改善，相关消费需求旺盛。据文化和旅游部数据显示，2018年我国人均出游已达4次，国内旅游人数超过55亿人次，是1994年的11倍，年均增长10.3%；国内旅游收入超过5万亿元，是1994年的50倍，年均增长17.7%。据测算，2017年全国旅游及相关产业增加值为37210亿元，比上年增长12.8%，比同期GDP现价增速高1.9个百分点，占GDP的比重为4.5%，比上年提高约0.1个百分点。分行业数据来看，旅游出行服务、旅游餐饮服务、旅游娱乐服务增长较快，增加值增速分别为15.3%、15.1%和17.2%。

　　在文化娱乐消费方面，相关市场建设不断完善和市场供给能力日益增强等因素带动文化消费持续增长。据国家广播电视总局统计，2018年我国有线数字电视实际用户超过2亿户，年末广播节目综合人口覆盖率为98.9%，电视节目综合人口覆盖率为99.3%。据国家电影局统计，2018年生产故事影片902部，科教、纪录、动画和特种影片180部，总票房超过600亿元，比1991年增长超过25倍，年均增长约12.7%。2012年以来我国电影市场规模稳居世界第二，特别是国产电影市场发展良好，产量稳中有升。从2013年起，国产电影市场份额均保持在50%以上，其中2018年超过60%。

**三、流通方式加速创新，市场供给多元发展**

　　（一）市场建设成效显著，流通渠道不断拓宽

　　新中国成立70年来，我国市场主体数量大幅增长，从业人员大量增加，对促进就业、提高居民收入起到积极作用。2018年批发和零售业、住宿和餐饮业法人和个体经营户数超过4000万个，是1957年的近20倍，年均增长约5%。另外，经过几十年的培育和发展，商品交易市场已成为日用消费品和生产资料的重要集散地，在活跃商品流通、方便居民生活、推动国民经济发展等方面发挥了积极作用。全国亿元以上商品交易市场数量由2000年的3087个增长至2018年的4296个，摊位数由212万个增长至318万个，营业面积由8262万平方米增长至近3亿平方米，年均分别增长1.9%、2.3%和7.3%。

　　党的十八大以来，在传统“生产—分销”模式转型创新的同时，体现绿色发展理念的旧货专业市场快速发展，成为传统商品生产和流通渠道的重要补充。以二手汽车为例，2018年全国亿元以上二手车交易市场超过80家，成交额超过2000亿元。另据中国汽车流通协会统计，2018年全国共交易二手车1382万辆，大约是新车交易量的一半，同比增长11.5%；二手车交易额大约是新车的五分之一，超过8000亿元。从近几年发展趋势看，二手车交易量逐年增加，2012—2018年的平均增速超过10%，我国二手车市场仍有较大发展空间。

　　（二）市场供给主体多元化发展，小微企业成为重要支撑

　　大中型企业较快增长，小微企业借助国家相关政策支持和自身经营“短、平、快”等优势，保持良好发展势头。20世纪80年代，大中型商业企业的经营承包责任制逐步全面推广，为各类“龙头企业”发挥引领带动作用提供了制度保障；小型商业企业通过“改、转、租、卖”等形式进一步放开搞活。党的十八大以来，“简政放权、放管结合、优化服务”成为全面深化改革特别是供给侧结构性改革的重要内容，对激发市场主体活力的关键性作用日益显现。据国家市场监督管理总局统计，2018年全国实有市场主体已超过1亿户，日均新设企业由改革前每天0.69万户提高到2018年的1.84万户；每千人企业数从商事制度改革前2013年的11.4户提高到现在的23.9户，增加了1倍多。

　　小微型企业成为消费较快增长的重要支撑力量。在大众化消费增速加快，网络购物火爆，消费需求向多样性和个性化方向迈进的背景下，众多小微型企业由于自身经营方式灵活，顾客群体广泛、经济实惠等优点保持较快增长，对消费品市场平稳增长起到了重要支撑作用。2013—2018年，限额以上单位消费品零售额年均增速为8.5%，低于社会消费品零售总额增速2.4个百分点，而限额以下单位消费品零售额对社会消费品零售总额增长的贡献明显提高。

　　（三）新兴业态方兴未艾，商业模式创新发展

　　随着互联网技术的进步和网络覆盖范围的扩大，尤其是国家对农村地区网络建设的支持力度加大，网上零售持续扩容，成为消费增长的重要因素。2018年底，我国网民规模超过8亿人，互联网普及率达59.6%，其中农村网民规模达2.2亿人，互联网普及率为38.4%。2018年全国网上零售额90065亿元，比2014年增长2.2倍。其中，实物商品零售额70198亿元，增长1.9倍，年均增速约30%。2018年实物商品网上零售额增速比同期社会消费品零售总额高16.4个百分点，占社会消费品零售总额比重为18.4%，比2014年提高9.6个百分点；实物商品网上零售额对社会消费品零售总额增长的贡献率由2014年的27.5%提升至2018年的45.2%，对社会消费品零售总额增长的拉动由2014年的3.3个百分点提升至2018年的4.1个百分点。

　　在新兴业态快速发展的同时，城市商业综合体等新模式不断涌现。以现代服务业为主导，融合了商业零售、餐饮、休闲娱乐、文化、教育等多项城市功能活动并提供综合性服务的大型商业综合体数量逐年增加。特别是2011年以来，城市商业综合体以每年新开业过百家的速度不断增加。截至2017年底，全国共有城市商业综合体1339家，比2016年底增加108家。其中，2011—2017年新开业近1000家，占全部综合体的74.2%。代表城市经济发展水平的商业综合体等新模式日益成为消费领域新动能的重要载体。

　　纵观新中国成立70年，我国消费市场规模持续扩大，消费结构转型升级，对满足人民美好生活需要起到重要作用。党的十八大以来，改革开放进一步深化，供给侧结构性改革持续推进，新业态继续快速增长，新商业模式蓬勃发展，国内市场发展的活力持续释放，未来消费仍将是我国经济迈向高质量发展的重要支撑。　 　（国家统计局贸经司）

报：国资委，商务部，国家发改委，财政部，工业和信息化部，民

政部社会组织管理局，国资委直管协会。

送：会领导、兼职副会长，各省、市、自治区、计划单列市、副省级城市商业主管部门和商业联合会（协会），本会各理事单位。

发：本会各部门、分支机构、事业单位、代管协会。

联系电话、传真：010—85295021

联 系 人：温照红

本刊邮箱：shxxc@vip.sina.com

商会网址：[www.cgcc.org.cn](http://www.cgcc.org.cn)