

主要统计指标解释

商品购进总额 指从本企业以外的单位和个人购进（包括从国外直接进口）作为转卖或加工后转卖的商品金额（含增值税）。本指标反映批发和零售业从国内外市场上购进商品的总价。

商品购进包括：(1)从工农业生产者、批发和零售业企业、住宿和餐饮企业、出版社或报社的出版发行部门和其他服务业企业购进的商口；(2)从机关团体、事业单位购进的商口；(3)从海关、市场管理部门购进的缉私和没收的商品；(4)从居民收购的废旧商品等。

不包括：(1)企业为本单位自身经营用，不是作为转卖而购进的商品，如材料物资、包装物、低值易耗品、办公用品等；(2)未通过买卖行为而收入的商品，如接受其他部门移交的商品、借入的商品、收入代其他单位保管的商品、其他单位赠送的样品、加工回收的成品等；(3)经本单位介绍，由买卖双方直接结算，本单位只收取手续费的业务；(4)销售退回和买方拒付货款的商品；(5)商品溢余。

商品销售额 指对本单位以外的单位和个人出售的商品金额（包括售给本单位消费用的商品，含增值税），本指标反映批发和零售业在国内市场上销售商品的总量。

商品销售包括：(1)售给城乡居民和社会集团消费用的商品；(2)售给农业、工业、建筑业、运输邮电业、服务业、公用事业等国民经济各行业用于生产、经营用的商品，包括售予批发和零售业作为转卖或加工后转卖的商品；(3)对国（境）外直接出口的商品。

商品销售不包括：(1)未通过买卖行为付出的商品，如随机构变动移交给其他企业单位的商品、借出的商品、归还受其他单位委托代保管的商品、付出的加工原料和赠给其他单位的样品等；(2)经本单位介绍，由买卖双方直接结算，本单位只收取手续费的业务；(3)购货退回的商品；(4)商品损耗和损失；(5)出售本单位自用的废旧物资。

期末商品库存额 对于批发和零售业法人企业和个体经营户，是指取得所有权的全部商品金额（含增值税）；对于批发和零售业产业活动单位，是指期末实际在库且归属法人具有所有权的全部商品金额（含增值税）。这个指标反映批发和零售业的商品库存情况，以及对市场商口供应的保证程度。

库存商品包括：(1)存放在本单位（如门市部、批发部、采购站、经营处）的仓库、货场、货柜和货架中的商口；(2)挑选、整理、包装中的商品；(3)已记入购进而尚未运到本单位的商品，即发货单或银行承兑凭证已到而货未到的商品；(4)寄放他处的商品，如因购货方拒绝付款而暂时存在购货方的商品；(5)委托其他单位代销（未作销售或调出）尚未售出的商品；(6)代其他单位购进尚未交付的商品。库存商品不包括：(1)所有权不属于本单位的商品，如商品已作销售但买方尚未取走的商品，代替他人保管、运输、加工的商品，代其他单位销售（未做购进或调入）而未售出的商品；(2)委托外单位加工的商品（包括本单位所属加工厂和其他生产单位加工生产尚未收回成品的商品）；(3)外贸企业代理其他单位从国外进口，尚未付给订货单位的商品；(4)代国家储备部门保管的商品。

社会消费品零售总额 指批发和零售业、住宿和餐饮业以及其他行业直接售给城乡居民和社会集团的消费品零售额。

批发和零售业零售额 指售给城乡居民用于生活消费和社会集团用于公共消费的商品金额。

住宿和餐饮业零售额 是指专门从事提供食宿服务、进行食品烹饪调制的住宿和餐饮业企业、产业活动单位和个体户，直接向居民和社会集团出售主食、菜肴、烟酒饮料和其他商品取得的餐费收入和商品销售额，包括各行业企业或单位附设的对外营业的旅馆、火车餐车、轮船餐车、轮船餐厅、机场餐厅的零售额，不包括机关、团体、学校、企事业单位不对外营业的职工食堂所出售的餐费收入。

其它行业零售额 是指批发和零售业、住宿和餐饮业以外的其他行业的单位和个体户，从事生活消费用品零售活动或者提供住宿服务所取得的商品销售额和餐费收入。

批发和零售业营业面积 指批发和零售企业或产业活动单位按建筑面积计算的直接对顾客销售商品的固定场地的面积，不包括办公室、仓库、加工场地等面积。

批发和零售企业从业人员 指在批发和零售企业工作并取得劳动报酬的全部人员数。包括在岗职工、再就业的离退休人员、在该企业（单位）工作的外方人员、港澳台方人员、兼职人员、借用的外单位人员和第二职业者。不包括离开本单位但仍保留劳动关系的职工。

批发、零售、住宿、餐饮企业统计限额标准(外贸企业一律包括在批发企业中,其年销售额以外币计量的,应折合人民币)

行业类别	统计指标	单位	限额标准
批发业	年主营业务收入	万元	2000 及以上
零售业	年主营业务收入	万元	500 及以上
住宿业	年主营业务收入	万元	200 及以上
餐饮业	年主营业务收入	万元	200 及以上

经营网点 指批发和零售企业设立的从事经营业务的自然单位数。凡具有独立固定的营业场所,配备一定的业务人员,不论单位大小,不论是否单独核算,按自然点计算。

零售网点 指批发和零售企业单位从事商品零售业务的自然单位数。凡具有独立固定的营业场所,配备一定的业务人员,不论单位大小,不论是否单独核算,按自然点计算。包括固定的售货亭。不包括同一营业场所内柜组以及临时或经常性的流动推销小组、流动售货车等。

独立商店 指独立经营,未与其他商业单位建立连锁关系的商店。

连锁企业 指在核心企业或总店的领导下,由分散的、经营同类商品或服务的企业或产业活动单位,通过规范化经营,实现规模效益的经济联合组织形式。一般连锁店应由若干个分店组成。其经营特征:(1)经营同类商品;(2)使用统一商号;(3)统一采购配送,采购与销售相分离(部分商品可根据物流合理和保质保鲜原则由供应商直接送货到店,其余均由总部统一配送)。

直营连锁 也叫正规连锁。连锁门店均由总部独资或控股开设,在总部的直接领导下统一经营。

加盟连锁 也叫特许连锁。各连锁门店(被特许人)通过合同形式,取得使用总部(特许人)商标、商号、经营技术和销售总部开发的商品的特许权。各连锁门店大多为独立法人(不排除一些产业活动单位和个体经营户),但无自主经营权,统一接受总部指导。

连锁总店 负责连锁企业资源(商号、商誉、经营模式、服务标准、管理模式等等)的开发、配置、控制或使用等功能的企业核心管理机构。

连锁分店 指连锁总店所属各分散经营的企业或活动单位。

便利店 位于商业中心区、交通要道以及车站、医院、学校、娱乐场所、办公楼、加油站等公共活动区;商圈范围小,顾客步行5分钟内到达,目标顾客主要为单身者、年轻人、顾客多为有目的购买;营业面积一般在100平方米左右,利用率高;以即时食品、日用小百货为主,有即时消费性、小容量、应急性等特点,商品品种在3000种左右,售价一般高于市场平均水平;商品销售方式以开架自选为主,结算在收银处统一进行;营业时间一般在16小时以上,提供即时性食品的辅助设施,开设多项服务项目;信息管理系统程度较高。

折扣店 位于居民区、交通要道等租金相对便宜的地区;辐射半径2公里左右,目标顾客主要为商圈内的居民;自有品牌占有较大的比例,商品平均价格低于市场平均水平;以开架自选方式进行商品销售,并统一结算;用工精简,为顾客提供有限的服务;信息管理系统程度一般。

超市 位于市、区商业中心、居住区;辐射半径2公里左右,目标顾客以居民为主;营业面积在6000平方米以下;经营包装食品、生鲜食品和日用品。食品超市与综合超市商品结构有所不同;采用自选销售,出入口分设,在收银台统一结算;营业时间12小时以上;信息管理系统程度较高。

大型超市 位于市、区商业中心、城郊结合部、交通要道及大型居住区;辐射半径2公里以上,目标顾客以居民、流动顾客为主;实际营业面积在6000平方米以上;以大众化衣、食、日用品为主,品种齐全,注重自有品牌开发;采用自选销售方式,出入口分设,在收银台统一结算;设不低于营业面积40%的停车场;信息管理系统程度较高。

仓储会员店 位于城乡结合部的交通要道;辐射半径5公里以上,目标顾客以中小零售店、餐饮店、集团购买和流动顾客为主;营业面积一般在6000平方米以上;以大众化衣、食、日用品为主,自有品牌占相当部分,商品在4000种左右,实行低价、批量销售;采用自选销售,出入口分设,在收银台统一结算;设相当于营业面积的停车场;信息管理系统程度较高并对顾客实行会员制管理。

百货店 位于市、区级商业中心、历史形成的商业集聚地;目标顾客以追求时尚和品位的流动顾客为主;营业面积一般在6000平方米以上;综合性商品结构,门类齐全,以服饰、鞋类、箱包、化妆品、家庭用品、家用电器为主;采取柜台销售和开架面售相结合方式进行商品销售;注重服务,设餐饮、娱乐等服务项目和设施;信息管理系统程度较高。

专业店 位于市、区级商业中心以及百货店、购物中心内;目标顾客以有目的选购某类商品的流动顾客为主;营业面积根据商品特点而定;以销售某类商品为主,体现专业性、深度性、品种丰富,选择余地大;采取柜台销售或开架面售方式进行商品销售;从业人员具有丰富的专业知识;信息管理系统程度较高。

专卖店 一般位于市、区级商业中心;专业街以及百货店、购物中心内;目标顾客以中高档消费者和追求时尚的年轻人为主;以销售某一品牌系列商品为主,具有销售量少、质优、高毛利等特点;采取柜台销售或开架面售方式进行商品销售,商店陈列、照

明、包装、广告讲究;注重品牌声誉,从业人员具备丰富的专业知识,提供专业性服务;信息管理系统程度一般。

家居建材商店 位于城乡结合部、交通要道或消费者自有房产比较高的地区;目标顾客以拥有自有房产的顾客为主;营业面积一般在6000平方米以上;经营商品以改善、建设家庭居住环境有关的装饰、装修等用品、日用杂品、技术及服务为主;采取开架自选方式销售商品;提供一站式购足和一条龙服务,停车位一般在300个以上;信息管理系统程度较高。

厂家直销中心 一般远离市区;目标顾客多为重视品牌的有目的的购买;单个建筑面积在100-200平方米左右;品牌商品生产商直接设立,商品均为本企业的品牌;采用自选式售货方式进行商品销售;各个租赁店使用各自的信息管理系统。

门店总数 指该连锁企业所拥有的全部门店(包括直营店和加盟店,下同)数量。其中,总店(如总公司有门店的话)作为一个直营店处理。此外,有的地区分出控股店,控股店按直营店统计。

直营店 由连锁企业总部投资开设,按连锁经营管理模式,由总部统一管理的店铺。

加盟店 特许连锁中,被特许人获得特许人授权后,使用其商标、商号、经营模式、专利和专有技术等经营资源建立的店铺。也包括自愿连锁的成员店。系统内企业,如新华书店、烟草公司、石油公司等,应注意是否具备连锁经营特征,如果不具备连锁经营特征,则不能纳入连锁统计范畴。

正餐 指提供各种中西式炒菜和主食,并由服务员送餐上桌的餐饮服务。包括各种中式正餐和西式正餐。

快餐 指服务员不送餐上桌,由顾客自己领取食物的一种自我服务的餐饮活动。包括各种中式快餐和西式快餐。

茶馆 以现场提供现场消费茶饮料为主,兼卖各式点心和食品。包括各种茶艺馆、茶楼、茶铺等。

咖啡馆 指现场制作现场消费咖啡饮料为主,兼卖各式点心和食品。包括各种咖啡馆、咖啡厅、咖啡屋等。

酒吧 以出售各种酒及酒精饮料为主,兼卖各式点心和食品。

餐饮业营业面积 指餐饮企业(单位)按建筑面积计算的直接供顾客用餐的餐厅营业面积及从事食品加工、烹饪、调制的厨房面积,不包括办公用房、仓库等面积。

餐饮业营业总收入 指餐饮业和从事餐饮活动的单位的全部营业收入,包括商品零售额、服务费、卡拉OK收入等。

餐饮业商品零售额 指餐饮企业直接对居民和社会集团零售的各种商品。包括:经烹饪、调制加工后出售的各种食品、不经加工直接转卖的各种外购商品,附设非独立核算的专门销售商品的小卖部出售的各种食品及其他商品。

餐饮业网点数 指住宿和餐饮企业设立的从事餐饮业务的自然单位数(包括本企业自身)。凡具有固定的营业场所,配备一定的业务人员,不论单位大小,不论是否单独核算,均按自然点计算,即有一个营业点就算一个网点。不包括派出的流动饮料、流动饮食货车等,不论临时性还是经常性的均不作为网点统计(固定的饮食售货亭应作为网点统计)。

餐饮业从业人员数 指在该餐饮企业(单位)工作并取得劳动报酬的全部人员数。包括在岗职工、再就业的离退休人员、在该企业(单位)工作的外方人员、港、澳、台方人员、兼职人员、借用的外单位人员和第二职业者。不包括离开本单位但仍保留劳动关系的职工。

配送中心 是连锁企业的物流机构,承担着各门店所需商品的进货、库存、分货、加工、集配、运输、送货等任务。配送中心主要为本连锁企业服务,也可面向社会。

统一配送比重 指统一配送的商品金额(按购进价计算)与全部商品购进总额之比。

配送中心面积 指配送中心的仓库面积和操作场的建筑面积,不包括办公区面积。

运输车辆 指该配送中心拥有的机动车数量,不包括平板车、人力三轮车等非机动车辆。

门店数 指该连锁店所拥有的全部连锁门店数量,包括总店(如果总公司有门店的话)和全部直营分店、加盟分店数。其中,总店作为一个直营店处理。

亿元以上商品交易市场 指年成交额在亿元及以上的商品交易市场。商品交易市场是指经有关部门和组织批准设立,有固定场所、设施,有经营管理部门和监管人员,若干市场经营者入内,常年或实际开业三个月以上,集中、公开、独立地进行生活消费品、生产资料等现货商品交易以及提供相关服务的交易场所,包括各类消费品市场、生产资料市场等。

市场成交总额 指商品交易市场所有摊位商品交易总额之和。

市场管理费总额 指市场管理部门收取的各种管理费金额合计数。包括向工商管理部门缴纳的工商管理费、向摊主收取的水、电、卫生、治安等费用。

市场营业面积 指市场营业用地、仓库等营业性建筑面积。不包括为市场经营服务的办公室和附设的旅馆、招待所、餐馆、停车场的面积。

摊位出租率 为实际出租摊位数占全部摊位数的比率。

摊位租金总额 指市场出租场地或摊位而得到的租金收入。

税金总额 指摊主向当地税务部门缴纳的税金。

市场累计固定资产投资额 指市场建立之日至今,累计专门用于市场建设的固定资产投资总额,不含用于市场附属设施(如附设的旅馆、招待所、餐馆、停车场等)的投资额。