

# 总量规模稳健增长 内部调整亮点频现

## ——2016 年松江区商业运行分析

2016 年是“十三五”规划的开局之年。面对世界经济复苏乏力，国内经济总体平稳，但下行压力依然存在的复杂局面，我区商业发展呈现“稳中有进”态势，在总量规模保持稳健增长的同时，不断调整内部结构，展现发展亮点，释放积极信号。

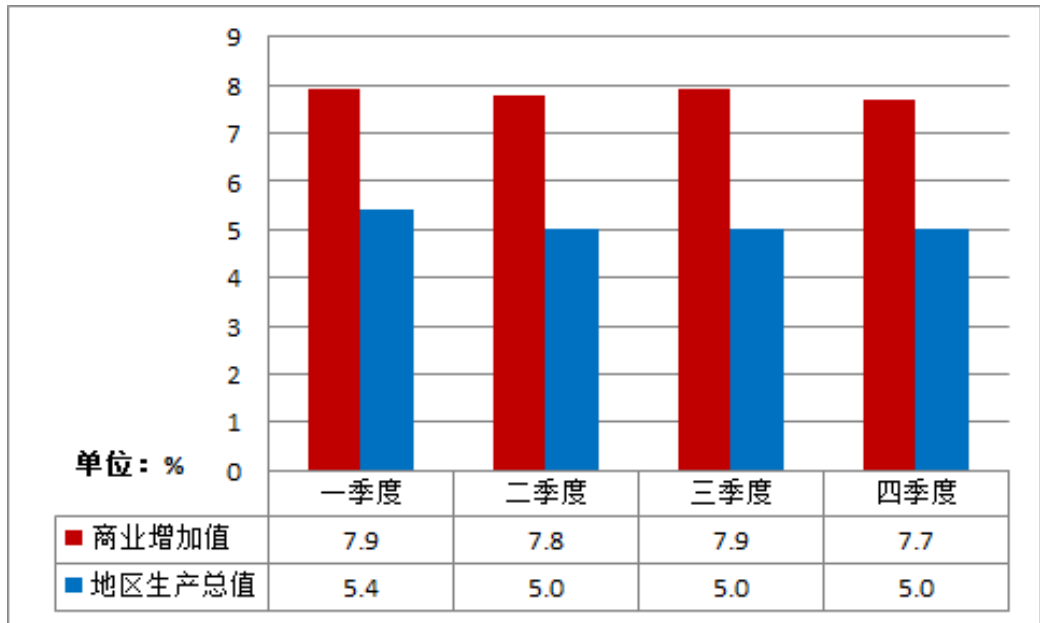
### 一、商业总量规模稳健增长

#### 1、从增加值看，支撑全区经济稳步回升

2016 年松江商业实现增加值 171.46 亿元，可比增长 7.7%。其中，批发和零售业实现增加值 159.38 亿元，可比增长 8.6%，快于全区增加值增速 3.6 个百分点；住宿和餐饮业实现增加值 12.08 亿元，可比下降 2.4%。

全年来看，一方面，商业增加值可比增速维持在 [7.7%，7.9%] 区间，波动幅度不超过 0.2 个百分点，呈现出比较稳定的态势；另一方面，商业增加值可比增速明显高于地区生产总值增速（见图 1），拉动地区生产总值增长 1.2 个百分点，对稳定及支撑全区经济发展起到了积极作用。

图 1 2016 年松江商业增加值与地区生产总值增速对比



## 2、从销售总额和社零额看，积极拉动全区经济稳健增长

2016 年松江商品销售总额、社会消费品零售总额分别达到 1635.37 亿元、538.47 亿元，同比增长 9.3%和 8.5%。两项指标增速分别快于出口总额增速 21.1 个和 20.3 个百分点。全年来看，相对于投资的高位运行、出口的低位徘徊，消费保持了非常稳定且较快的增长，在拉动全区经济增长的“投资、出口、消费”三驾马车中，发挥了积极的作用（见表 1）。

表 1 2016 年松江商品销售总额、社会消费品零售总额、固定资产投资额、出口总额增速对比

指标名称	单位：%			
	一季度 累计增速	二季度 累计增速	三季度 累计增速	四季度 累计增速
商品销售总额	9.3	9.6	9.5	9.3
社会消费品零售总额	8.7	8.4	8.5	8.5

固定资产投资额	14.6	16.3	8.7	25.3
出口总额	-6.5	-10.5	-14.6	-11.8

## 二、商业内部结构积极调整，亮点频现

### 1、从行业表现看，金属、医药及汽销支撑力凸显

2016年销售额排前20位的商业企业实现销售额总计566.22亿元，同比增长20.0%，占商品销售总额34.6%，拉动商品销售总额增长6.3个百分点。20家企业中，14家实现同比增长，主要分布在金属、医药、电子、家电、食品等行业。其中，销售额最高的前两家企业实现275.33亿元，同比增长60.5%，分属金属及医药行业，有力支撑了全区商业销售额的增长。

2016年社会消费品零售额排前20位的商业企业实现社零额总计112.31亿元，同比增长12.7%，占社会消费品零售总额20.9%，拉动社会消费品零售总额增长4.6个百分点。20家企业中，15家实现同比增长，主要分布在食品、能源、眼镜、汽销、医药等行业。其中，社零额同比增长最快的前五家企业中，有四家都属于汽销行业，总计实现社零额18.58亿元，同比增长44.6%，为全区社零额的增长注入了积极因素。

### 2、从商品结构看，消费升级类商品增势不减

**刚需类商品销售稳中有降。**2016年限上企业刚需类商品销售额涨跌情况与去年同期基本一致。“服装、鞋帽、针纺织品类”及“日用品类”商品销售额实现同比增长，增幅分别为2.2%和13.2%；“煤

炭及制品类”及“石油及制品类”商品销售额继续下降；但“粮油、食品、饮料、烟酒类”商品销售情况与去年同期不同，未能延续增长态势，同比小幅回落，一定程度上反映出刚需类消费需求有所压缩。

**消费升级商品增势不减。**一是家居相关商品持续热销。在房价大幅上涨，购房、换房需求进一步释放等因素影响下，装修、家居、电器等相关领域的消费也受到显著刺激。2016年限上企业实现“建筑及装潢材料类”商品销售额9.06亿元，同比增长20.5%；实现“家用电器和音像器材类”商品销售额49.67亿元，同比增长15.6%。合计拉动限上商业销售额增长0.6个百分点。二是汽车类商品销售继续增长。得益于较大的汽车保有量、旺盛的置换需求等因素，2016年松江汽车销售保持增长态势，限上企业实现“汽车类”商品销售额83.81亿元，同比增长0.9%，拉动限上商业销售额增长0.3个百分点。三是药品类、文化类商品需求趋旺。收入的上涨、生活水平的提升，刺激了民众对自身健康及娱乐休闲的需求，带动药品类、文化类消费不断增长。2016年限上企业实现“中西药品类”商品销售额133.28亿元，同比增长6.9%；实现“书报杂志类”商品销售额0.95亿元，同比增长9.4%。合计拉动限上商业销售额增长0.9个百分点（见表2）。

**表2 2016年松江限上企业刚需类及消费升级类商品销售额情况**

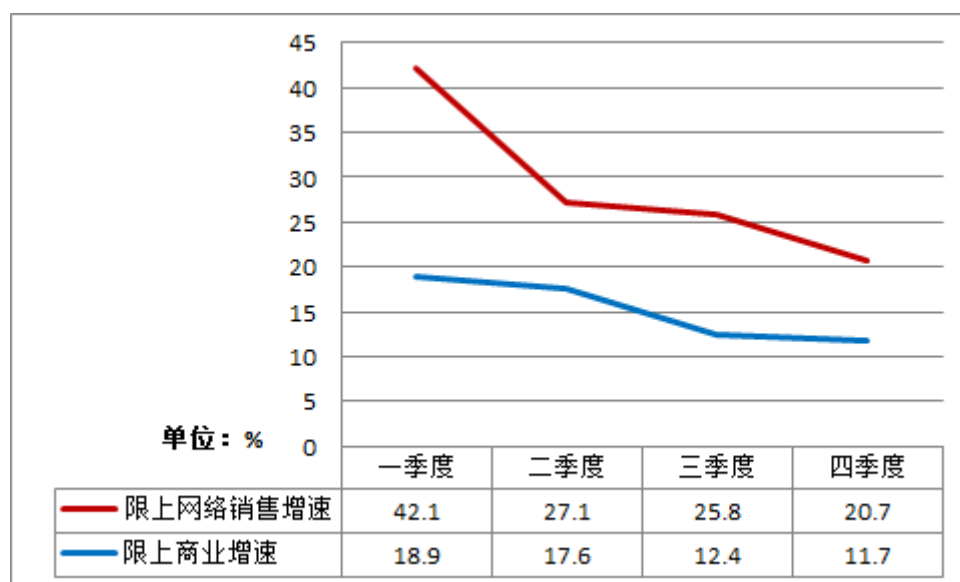
	具体分类	销售额（亿元）	增速（%）
刚需类商品	粮油、食品、饮料、烟酒类	141.56	-2.8
	服装、鞋帽、针纺织品类	19.41	2.2
	日用品类	7.72	13.2

	煤炭及制品类	0.07	-36.4
	石油及制品类	15.76	-12.0
消费升级类商品	建筑及装潢材料类	9.06	20.5
	汽车类	83.81	0.9
	家用电器和音像器材类	49.67	15.6
	中西药品类	133.28	6.9
	化妆品类	11.88	-13.7
	文化办公用品类	3.18	-8.2
	书报杂志类	0.95	9.4

### 3、从销售方式看，电子商务增长方兴未艾

我区电子商务产业在经历了去年的快速增长后，2016 年仍然保持着良好涨势，限上网络销售额增速明显快于限上商业总体销售额增速（见图 2）。电子商务日益成重要的消费引擎之一。

图 2 2016 年松江限上企业网络销售额与限上商业总体销售额增速比较



2016 年限上商业企业通过公共网络实现销售额 34.82 亿元，同比增长 20.7%，快于限上商业销售额 9.0 个百分点，拉动限上商业销售额增长 0.6 个百分点。其中，限上批发零售业通过公共网络实现销

售额 34.71 亿元，同比增长 20.7%；限上住宿餐饮业通过公共网络实现销售额 0.11 亿元，同比增长 38.1%。2016 年“双十一”单日，注册在松江的 78 家电商企业实现交易额 15.63 亿元。其中，永丰电商园区实现 10 亿元，广富林电商园区实现 2.51 亿元，中山电商园区实现 2.64 亿元。

#### 4、从企业效益看，发展质量稳中向好

2016 年我区限上商业经济平稳增长、稳中向好，企业质量效益显著提高。

从效益指标看：我区限上商业企业实现利润总额 19.02 亿元，同比增长 37.5%，实现营业利润 16.45 亿元，同比增长 36.9%。

从财务能力看：我区限上商业企业资产负债率为 71.9%，比去年同期更接近适中值（60%）4.5 个百分点，长期偿债能力明显提高；成本费用利润率为 2.9%，比去年同期提高 0.3 个百分点，获利能力略有提高。

撰稿：廖屹蔓