



第 2 部
各産業の現状・建議

第 2 部分
各产业的现状・建议

第1章 农林水产业·食品

2009年的回顾

食品安全法的实施

2009年食品产业最震撼人心的事件莫过于食品安全法的实施。

6月1日开始实施的食品安全法大幅修改了之前的食品安全相关法规及制度，其目的是全面加强食品安全，规范食品生产经营活动，加强对食品安全的有效监管，强化科学性，切实保障人民身体健康和生命。简言之，该项法规是“从田间到餐桌”整个食品安全流程的管理制度。为达到该法规的要求，企业自身在加强食品安全检查的同时，必须接受来自质量监督局的各项检查。

此后，为了顺利实施食品安全法，国务院于7月20日颁布并实施了“食品安全法实施条例”，该条例中详细规定了进一步落实企业作为食品安全第一责任者的责任，强化企业对事先预防机制及生产情况的把握，强化地方政府及各级监督管理部门的监管责任，启动食品安全风险评估工作及食品召回制度等。

但该条例实施后，详细的规定和具体的手续依旧不明确，一些项目需要进一步追加和完善，这使得生产商和流通部门出现了很多混乱的局面。

尤其是关于要强化监管的食品添加剂，出现了“使用食品添加剂的加工食品，其包装标签的信息应详细（分类）到何种程度”、“进口食品添加剂的标签信息应详细到何种程度”等疑问，一些企业指出政府部门相关法规不完善，此后通过发布相关通知，混乱的局面才被平息。

此外，食品安全法实施后，生产商的责任被

进一步强化，水货及仿造品问题成为日本企业的一大棘手问题。违法的水货在网上被大肆兜售，价格较正规途径的进口商品便宜。另一方面，巧妙仿造正品容器包装、装入劣质产品的仿造品依然存在。无论哪一种情况，一旦引发中毒事件，日本的正规生产商都无法对应。在这一方面希望政府能够加强取缔力度。

食品行业中的重大事件

以下参考了中国食品交易网“2009年中国食品业界重大新闻事件”。

2008年发生的三鹿奶粉事件（三聚氰胺掺入事件）给中国甚至全世界带来巨大影响，2009年1月对此事件下达了判决结果。被告田文华被判无期徒刑，其他事件责任人也被判处相应徒刑。一审判决后，田文华曾提起过上诉，但最终败诉一段落。但紧随其后，又发生了三聚氰胺掺入事件。4月，上海市质量管理局在上海熊猫乳品有限公司生产的奶粉及炼乳中再次检出三聚氰胺。管理局要求该企业全面停止生产，并查封该企业存在问题的成品及原料，同时追查已经进入市场流通环节的问题成品。这次事件明确显示中国的食品安全问题根深蒂固。

不过，此事件之后随着时间的推移，市场对乳制品的需求正在慢慢恢复。9月以来，国产牛乳原材料的收购价格持续上升，11月第一周的生鲜乳平均收购价格约为2.48元/千克，最近更是超过了3.00元/千克。

同时，7月中国最大的粮食、食品企业中粮集团有限公司与厚朴基金联手以每股17.6港元的价格购入蒙牛集团20%的股份，此次投资总额为61亿港元。中粮集团董事长表示，“入股蒙牛是

高起点进入乳制品行业的良好契机，有助于中粮集团发挥全产业链优势，做大食品品牌，实现价值链前移带来更大成长空间”。本事件是近年来、国企与民企之间相互合作潮流的典型案列。

此外，基于反垄断法而被阻止的可口可乐收购中国饮料制造商（汇源）的事件也成为社会议论的热点。2008年9月，可口可乐发布了欲以约179.2亿港元收购汇源的可换股债券及认股权的计划，2009年3月，中国商务部依据反垄断法禁止了该收购计划。这是自2008年8月反垄断法生效以来，首例适用案列。

2010年的展望

继续关注接下来出台的食品安全法的相关规定

预计尚未完善的食品安全法的相关规定会接连不断的陆续发布。例如，规定食品添加剂生产许可证申请条件的“食品添加剂生产监督管理规定（征求意见稿）”在2010年1月29日迎来了意见征求截止日。此前在1月22日先期召开的立法意见听取会上，出现了大量“在不透明的生产许可证申请过程中应明确安全标准”及“反对复合食品添加剂成分配比及含量的公开义务”等反对意见。该规定会对意见听取会等提出的意见进行综合研讨，追加必要的修改，预计将在年内完成制定。

上海世博会孕育商机，但在贸易及物流方面会带来负面影响

随着5月上海世博会的开幕，来自中国各地及世界各国的旅游观光人士会涌入上海，为会场内餐厅及市内百货店带来巨大商机的同时，也可以预见在贸易及物流方面也会出现较大混乱。就算现在，在普通工作日申请与进口食品相关的卫生证书，从申请至颁发需要花费3~4周，这直接增加了企业的负担（食品保管费用增大、销售商机流失）。世博会举办期间势必与北京奥运会一样，进口检疫检验将花费更多时间，可以预想，某些稍被怀疑存在安全问题的食品进口会受到非常严格的控制。预计上海市内的食品物流也会因世博会周边设置禁止进入区域，出现配送延误等不良情况。

<建议>

① 贸易报关方面的问题点及希望

- 进口食品如未取得“进口食品卫生证书”则不能在中国国内销售。该卫生证书从申请至颁发通常需要3~4周时间，个别案例甚至花费了2个月，这期间不仅对企业造成负担（食品保管费用增大、销售商机流失），也为一些保质期较短的食品进口会带来实质性的困难。希望CIQ（中国出入境检验检疫局）能够缩短该卫生证书从申请到颁发所用时间。
- 网上正在大量兜售违法的水货，价格较正规途径的进口产品便宜。政府应强化对这些不法销售行为的取缔。

② 有关知识产权保护方面的问题点及希望

- 食品通过口腔直接进入人体内，如果假冒伪劣产品在市场出现会造成极大危害。为保证消费者放心安全的消费，必须严格管理，也希望地方工商管理局等能强化对此类行为的举报体系。

③ 与认证及其标准相关的问题点及希望

- 曾出现国家级、省级及市级的认证标准不一致，最终以国家标准为准，得到完全不同解释的案例。所以希望各级行政部门之间做好内部统一协调工作。（例：食品安全法实施后，关于加工类食品所含食品添加剂的标注问题，工商局与技术监督局之间标准不同，这对企业造成很大困扰，甚至某些企业还因此被迫提交罚金。）

第2章 矿业·能源

1. 煤炭

中国的煤炭状况

2008年，在中国的一次能源消费中煤炭所占比例为68.7%，比1995年的74.6%减少了5.9个百分点，但与日本当年的25.4%（BP统计）相比，仍保持着相当高的比例。

虽然GDP的增长率受从2008年下半年发生的世界经济危机的影响，时隔4年放慢到了一位数，但随着经济的稳步增长，能源的消耗量持续增加，本国埋藏量丰富的煤炭资源依然发挥着重要作用。

一次能源消费组成

年	GDP增长率变化%	总量	煤炭	石油	天然气	其他
		亿吨	%	%	%	%
1995	9.3	13.1	74.6	17.5	1.8	6.1
2000	8.6	13.9	67.8	23.2	2.4	6.7
2005	10.4	22.5	69.1	21.0	2.8	7.1
2006	11.6	24.6	69.4	20.4	3.0	7.2
2007	13.0	26.6	69.5	19.7	3.5	7.3
2008	9.6	28.5	68.7	18.7	3.7	8.9

出处：中国统计局

①中国的煤炭生产

煤炭产量变化（单位：亿吨）

年	2004	2005	2006	2007	2008	2009
煤炭产量	19.56	21.51	23.25	25.23	26.91	30.50

出处：中国煤炭网

中国的产量组成（单位：亿吨）

年	重点煤矿	地方煤矿	乡镇煤矿	合计
2007	12.40	3.24	9.59	25.23
2008	14.07	3.96	8.88	26.91
2009	15.25	3.66	11.59	30.50

出处：中国煤炭网

②煤炭生产概况

中国2009年的煤炭产量是30.50亿吨（比上一年度增加3.59亿吨），是世界上最大的煤炭生产国。

中国的煤炭生产在1996年达到了顶峰，从那以后陷入生产过剩，自1998年开始进入结构调整。中国通过关闭小型煤矿、非法煤矿和亏损煤矿，调整生产，使煤炭产量在2000年减少至9.5亿吨。其后，因为中国国内的电力、钢铁和水泥等的需求大幅增加，煤炭产量每年持续增加。

2009年的煤炭政策和实际情况

①产量：26.91亿吨（08年）→30.50亿吨（09年）

②出口量：4,543万吨（08年）→2,240万吨（09年）

③进口量：4,040万吨（08年）→12,583万吨（09年）

④2009年的概况

2月份，在山西省发生了重大煤矿事故，政府加强了对省内中小煤矿的安全生产管理，产量减少。受其影响，国内的市场供求紧张，煤炭价格坚挺。因此，国内的电力、钢铁等需求方鉴于因经济发展停滞而不景气的国际市场行情，进口煤的数量迅速增加。这种趋势维持了一整年，2009年的进口量比前一年大幅增加。相反，在国际行情中丧失了竞争力的中国煤炭的出口量大幅减少。结果，中国第一次成为煤炭净进口国。

作为煤炭相关的政策，仍执行从2008年8月开始对动力煤炭征收的出口关税（动力煤0→10%，原料煤5%→10%）政策。

⑤中国的煤炭需求变化表（单位：百万吨）

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
生产	2,151	2,325	2,523	2,691	3,050
需求	2,044	2,209	2,398	2,583	3,020
出口	72	63	53	45	22
进口	28	38	51	40	126
库存	140	105	149	188	172

出处：中国煤炭网

2010年的煤炭需求预测

①产量：32.8亿吨、需求量：32.6亿吨

②出口量：2,000万吨（比09年增加10%）

③进口量：15,000万吨（比09年减少20%）

④2010年的预测

在2010年，预计中国国内的旺盛的煤炭需求年中会减缓停滞，与2009年大幅增加了4亿多吨相比，增加幅度预计会减少。

在供应方面，仍将保持大型煤矿集中化、关闭小型煤矿和加强安全管理的趋势。通过开发新煤矿、扩大现有煤矿的生产能力，保障煤炭生产能力充足，从总体上看，供求大致保持平衡。

随着全球经济的复苏，国际行情开始上扬，但预计与国内市场的价格差距不会消失。所以会继续减少出口，增加进口。

与日本的贸易现状和期望

①日本从各国的煤炭进口量（单位：百万吨、%）

	澳洲	加拿大	印度尼西亚	中国	俄罗斯	美国	其他	合计
2006	103.2	8.8	31.6	20.7	9.2	0.4	3.3	177.2
2007	113.4	10.6	32.7	15.2	11.5	0.0	3.1	186.5
2008	117.7	10.5	35.5	13.3	10.0	1.6	3.1	191.7
2009	102.9	9.2	31.3	6.3	8.9	0.8	2.5	161.9
2009市场占有率	63.6%	5.7%	19.3%	3.9%	5.5%	0.5%	1.5%	100%

出处：财务省贸易统计

②中国的煤炭出口状况

中国有4家煤炭出口公司，分别是中国中煤能源集团公司、神华集团有限责任公司、山西煤炭进出口集团有限公司及中国五矿集团公司。

中国的煤炭出口量在2003年达到1亿吨后，每年都在减少，在2009年减少至220万吨。

③中日煤炭贸易的现状

在第一次石油危机之后，日本调整煤炭供应时，于1974年开始放松旨在保护日本国内煤炭生产的禁止进口措施，于是开始进口中国煤炭。

1978年，在中日两国政府的支持下，日本日中长期贸易协议委员会与中国中日长期贸易协议委员会签订了中日长期贸易协议（通称为LT贸易）。

去年，日本邀请陈健商务部副部长、中日长期贸易协议委员会主任一行访问日本，举行了中日长期贸易协议30周年纪念活动。在会谈中，双方一致认为长期贸易对中日两国至今的经济贸易关系起到了非常重要的作用，今后两国仍将本着平等互惠的精神，保持并发展稳定的贸易。2010年是第6次中日长期贸易协议(2006至2010)的最后一年。

日本从中国进口的煤炭量自2003年达到3,100万吨的峰值后，逐年下降，加之近期的煤炭出口关税的强化、煤炭出口许可证的颁发延迟而导致的派船空白期等等市场行情，更加剧了其下降趋势。

<建议>

为了能在2011年之后签订第6次中日长期贸易协议之后的协议，日本希望中国能排除各种贸易壁垒。

2. 石油

中国是“亚洲最大的石油消费国”（当然，一次能源的总消费量也是排名第一，预计在2030年将超过美国，成为世界第一），拥有“亚洲最强的精炼能力”，是“除中东以外的亚洲最大产油国”、“仅次于日本的第二大原油进口国（世界排名第三）”。

石油和石化产业与军需工业、国防和电力并列“原则上限制外资进入的行业”。即使获得了国家的批准，也只允许以不超过50%的出资比例进入。外资可以进入石油以外的“润滑油、柏油以及乙烯之后的化工品加工”行业。从2007年开始，中国还出台了明文法律，虽然进入条件的限制较严格，但外资可以以独资形式进入接近石油流通终端的石油加油站及经营不超过30个加油站的领域。目前日本的石油公司在中国经营的事业以制造和销售汽车用润滑油为主。

2009年的行业概况和未来的展望

2009年的中国原油及主要石油产品的供需状况如【图表1】所示。

石油产品的总需求为4亿吨。比前一年增加了约4%。按桶换算，则是830万B/D，是日本需求的1.8倍。下面列举3个2009年中国引人注目的石油形势。

【图表1】4种合计差按顺序为石脑油，液化石油气，沥青及焦炭。

图表1：2009年中国原油及主要石油产品的供需状况（2009年1至12月合计）（单位：百万MT）

	生产		进口		出口		需求 (生产+进口-出口)		
	实际	与上一年的差异	实际	与上一年的差异	实际	与上一年的差异	实际	与上一年的	
								差异	(%)
原油	189.5	+0.7	198.6	+24.8	5.1	+1.5	383.0	+24.0	+6.7
汽油	71.9	+8.3	0.0	-1.9	4.9	+2.9	67.0	+3.5	+5.5
JET	14.7	+3.1	6.1	-0.3	5.9	+0.6	14.9	+2.1	+17.0
柴油	141.2	+8.0	1.8	-4.4	4.5	+3.8	138.6	-0.2	-0.2
重燃料油	18.5	-4.3	24.0	+2.4	8.6	+1.3	33.9	-3.3	-9.0
4种合计	246.3	+15.1	31.9	-4.2	23.9	+8.6	254.4	2.1	+0.8

出处：新华社、世华财讯&海关总署快讯，数字均按快讯数据计算

“原油的海外依赖程度超过了50%”

这从历史上看也具有重大的意义。也有看法认为在安全保障方面，这是一个危险水域，在保证海外的原油资源方面，中国特别可能进一步加速对风险高的国家进行石油上游投资。同时，中国认识到大部分进口原油都要通过的、人称石油之路的印度洋和马六甲海峡的地理政治性风险也是一个应该研究的课题。

关于GDP的增长，从年初就一直在谈增长，结果实现了8.7%的增长率。在这一年，能源弹性系数对GDP的提高显现了很大的作用。不过，从煤炭占有一次能源的70%，也就是一大半的消费结构来看，还很难说评说其好坏。

“更改国内石油产品价格的决定方法”

从2009年年初的1月1日起，中国将“8年来由石油成品国际市场价格决定石油产品价格的定价方式”改变为由原油国际市场价格来定价，同时停止征收车检时的养路费，增收燃油附加税（每1L汽油0.2元→1元，每1L柴油0.1元→0.8元）。在前年“WTI原油价格高达145.29美元/桶的超高价时代”中，大约有两年时间，中国不顾市场原则，极力控制国内石油产品价格上涨。为了减少对经济的影响，政府提供补助支持那些承担过高成本的炼油部门。也许这么做最后会得到社会的好评，但这种“政策的随意性”需要进行修改，应该更多的利用市场机制促进经济发展，利用价格机制引导企业“节能能源”。

“通过新建炼油厂充实精炼能力和出口定位”

中国石油政策的原则和日本一样，坚持“消费地精炼主义”。为了打消人们对石油产品的需求随着经济的高速增长而飞跃性地增加的担心，面向未来3年的炼油设备扩张计划也频频出台，据说2012年的炼油能力将达到1300万B/D，比目前增加约400万B/D。原来炼油能力过剩的日本向中国出口石油产品，主要出口柴油产品。因为石油产品是一种联产品，所以中国产品进出口基本上是“汽油过剩，柴油不足”，去年下半年，随着世界金融危机的发展，需求增长迟缓和新增炼油设备的启用，在柴油出口方面，中国南部的炼油厂也因为国内市场价格低迷而出口国外。不过，无论哪方面的发言都绝不肯定“有出口意向的炼油厂”的说法，而是说在这方面，必须对国内的供需和新建设备的动向观察一段时间再做定论。

关于未来的石油需求预测，如【图表2】所示，随着经济的发展，到2030年预计会有大幅的增长，增加到目前的2.5倍左右。

图表2：未来的石油需求预测（单位：千BD）

	2009	2020	2030
需求	8,300	13,250	18,390
生产	3,800	5,000	4,030
进口	4,500	8,250	14,380

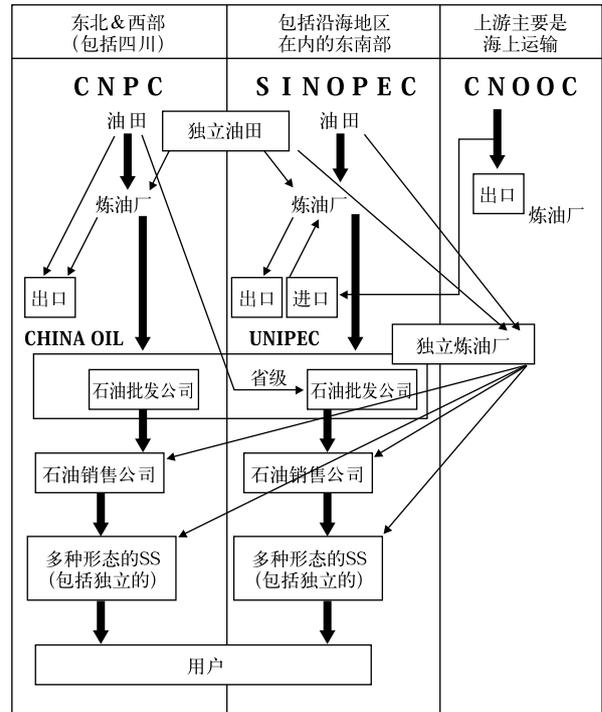
出处：北京山益公司（咨询公司）

2010年的关注点是上述的国内价格决定体系的运用情况，但由于1月末已经决定成立以温家宝总理为首的“国家能源委员会”。就有关石油的行政政策将越来越由接近中央行政的部门决定，预计政府掌控的色彩会进一步增强。期待鸠山民主党内阁提倡的东亚经济圈一体化，包括石油的价格、储备等在内的合作构想能取得成效。

流通的概况

下面是1999年刚刚实施了国营企业改革后的流程图。从这个结构可以看出，包括行政部分在内，中国天然气石油总公司（CNPC、Petro China）和中国石油化工总公司（SINOPEC）两大国营石油公司掌控了大部分的流通过程。

图表3：中国原油石油产品流通流程图（1998年7月石油组织改革后）



专项供应除外部分：军事（解放军）·铁路·航空
出处：（财团法人）石油产业活性化中心1998年“中国的石油产业改革”

【图表4】表示两大国营石油公司在流通中的市场份额。

与在中国国内经营事业的日资企业有关的是：

- 购买公司车辆的燃料（主要是汽油）
- 购买工厂动力、热能来源的燃料（主要是柴油，有时是重燃料油）

图表4：两大国营石油公司在流通中的市场份额（单位：千B/P）

	CNPC	Sinopec	其他	合计	其中的外资企业
09年末炼油能力	3,508	4,648	1,918	10,074	(500)
09年汽油加油站数	17,000	28,000	40,000	85,000	(3,000)

出处：CNPC年报

这是一种对价格进行了某种程度保护的石油产品流通结构，价格比日本国内便宜。问题是在商品紧缺时，黑市价飞涨，商品停止供应。

日资企业购买石油产品

在沿海地区及大城市周围，石油产品的质量和价格很值得信赖。特别是挂有两大国营石油公司的标牌的加油站，供应也很稳定。但是用作锅炉燃料的柴油，两大国营石油公司以外的企业常以低价促销，难以抉择。在国内的华北以北地区，春季因为农业、建设和禁渔期结束的渔业的需求同时激增，为了防止价格飞涨和供应中断，设法预备库存很重要。

<建议>

希望能继续保持各地稳定的石油产品供应体制，以方便在华日资企业购买燃料。

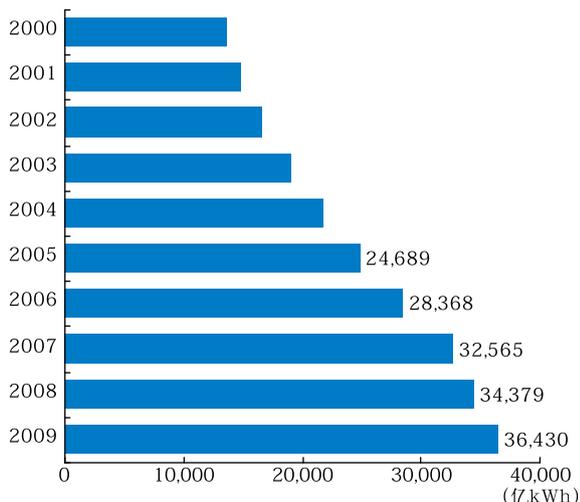
3. 电力

中国的电力供需状况

中国的电力需求受2008年金融危机的影响，增长率降低，2008年、2009年增长率分别是5.6%、6.0%，虽然增长率从两位数跌落到了一位数，但因为内需扩大政策产生了效果，电力需求比其他国家恢复得更快（参考图-1）。

在供应方面，中国稳步建设发电设施，截至2009年末，总装机容量约为8.7亿kW，其中火力发电占了近7成，几乎全是煤炭发电（参考图2、表1）。在2006年实施的可再生能源法的推动下，非化石燃料发电的增长率提高。虽然2004年前后因为装机容量不足引起的电力严重不足的问题已经解决，但从2008年至2009年间，受地震和冬季严寒、雪灾的影响，出现了电力不足的情况。

图1：用电量的变化



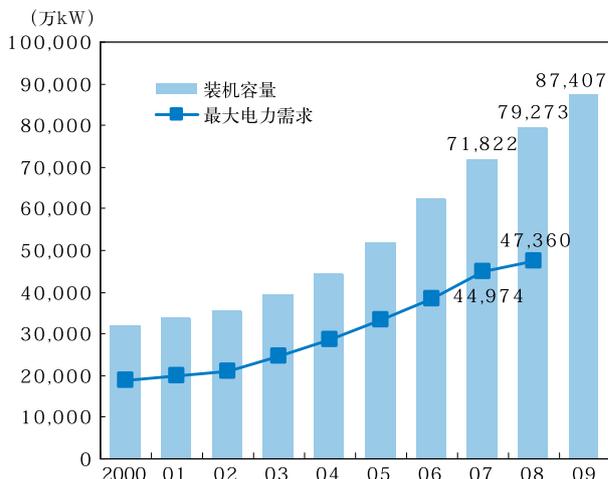
出处：中国统计年鉴

表1：各种发电的装机容量（万kW）

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
水力	7,935	8,300	8,607	9,490	10,524	11,556	13,029	14,823	17,260	19,679
火力	23,754	25,314	26,555	28,977	32,949	37,357	48,382	55,607	60,286	65,205
核能	210	210	447	619	684	685	685	885	885	908
风力						126	207	420	839	1,613
其他	33	25	48	54	82	1,994	67	87	3	2
发电合计	31,932	33,849	35,657	39,140	44,239	51,718	62,370	71,822	79,273	87,407

出处：中国电力年鉴、2009年数据来自国家能源局HP和中国电力企业联合会HP

图2：装机容量和最大电力需求的变化



出处：中国电力年鉴

电力事业的政策方向

中国能源围绕着电力事业的发展方向，正如“第十一·五规划（2006年）”和“能源发展第十一·五规划（2007年）”等的内容所示，以“推进节能”和“加快发展替代煤炭的能源”为主要支柱，实施下列活动。

火力发电的效率化

2010年，要实现关闭5,000万kW的小规模火力发电设备，逐渐转变成为（上大压小）以大规模火力发电设备为主的发电结构。2009年累计关停了6,000多万kW的发电设备，提前完成目标，但这主要是5大资金雄厚的电力公司的成绩，今后将继续在全国4000多家小型电力公司中，推广展开。

减少污染物排放

在“节能减排实施方案”等中，制定了截至2010年，在总发电量为4亿kW以上的火力发电站，安装使用脱硫装置的目标。

从2006年开始，每年安装了约1亿kW的脱硫装置，截至2009年9月末的运转中脱硫装置达4.05亿kW，提前完成了2010年的目标。

另外，中国还在研究实施类似于美国制度的“二氧化硫排污权交易管理办法”，重庆市、黑龙江省、山东省、江苏省和陕西省已经开始试行示范项目交易。

可再生能源的发展目标

《可再生能源中长期发展规划（2007年9月发布）》等明示截至2020年的可再生能源的发展目标。另外还将公布2009年的《新能源产业振兴规划（草案）》。其中根据实际情况及今后重点实施政策，大幅调高了风力及太阳能发电的目标值。（表2）

表2：各领域主要可再生能源的发展目标

	2008年 (实际)	2010年	2020年	2020年 (产业计划草案)
可再生能源发电量占总发电量的比例 (除水力发电)	—	10%	15%	—
可再生能源发电量占总发电量的比例 (除水力发电)	—	1%	3%	—
可再生能源发电配额义务比例 (除水力发电)	—	3%	8%	—
水力发电装机容量	1.73亿 kW	1.9亿 kW	3亿 kW	3亿 kW
风力发电装机容量	839万 kW	1,000万 kW	3,000万 kW	1~1.5 亿kW
生物质能发电装机容量	300万 kW	550万 kW	3,000万 kW	3,000万 kW
太阳能发电装机容量	14万 kW	30万 kW	180万 kW	2,000万 kW

出处：可再生能源中长期发展规划、可再生能源发展第十一个五年计划

特别是风力发电每年翻一番，截至2009年末，发电量约为1,613万kW。政府又计划建设7个1,000万kW级的风力发电站，其中酒泉风力（甘肃省）已开工建设。同时也出现了运送电力至消费地的设备建设迟缓的问题、系统并网方面的技术性问题。

促进建设核能发电

2007年11月国务院批准了《核电中长期发展规划(2005—2020年)》”，其规定了到2020年的核能发电装机容量为4,000万kW，2020年的建设中装机容量为1,800万kW。截至2009年装机容量为908万kW，在三门、台山及海阳各地开工建设，建设中的装机容量已达到20座，超过2,192万kW（能源局HP）。2010年以后还计划在多个地方开工建设，可能调高目标值。

促进建设智能电网

电力公司为了提供“安全电、放心电”的服务，致力于发展智能电网，并开始实际的验证试验。天津市已开始实施运用了通信技术和配电自动化技术的配电网级的验证试验。

加强输变电设备

中国为了应对可再生能源急增需求，使电力系统稳定运行，还实施推进了广域电力网级的智能化。2009年1月，山西省到湖北省之间的中国第一个1,000kV交流输电线示范工程开始运行，直流输电工程也即将在四川省和云南省运行。2009年，对输变电设备的投资首次超过了对发电设备的投资。

2010年的展望、重点措施

继2009年之后，中国将以“开发核能”、“节能”、“加快发展替代煤炭的能源”为支柱，在发电和输配电领域继续开展活动。特别是已经加速对核能项目的计划批准和建设，在“可再生能源”方面主要发展风力发电，预计中国会调高可再生能源的发展目标。为了确保这些煤炭以外能源的并入系统时，系统能够稳定运、高效运转，中国将继续推进智能电网的开发与验证。

中国电力事业中的问题和改善要求

输配电设备

- 加强送变电设备：为了满足可再生能源、大型核能发电设备的发展需求，并确保在发生自然灾

害时稳定供电，有必要加速建设以超高压输电设备为主的高效的送电网。2010年输电设备建设投资计划中，虽然已减少金额，但总投资额仍然巨大。但因为电网公司的财务状况，投资额再次低于对发电设备投资。

- 促进建设智能电网：为了提高广域电力网的运营效率，有必要继续促进建设配电级及广域送电网级的智能电网。
- 增强输电设备的强度：在2008年发生地震和雪灾时，输电设备损坏造成了大规模的停电，所以在设备的设计方面，需要考虑抗震和防雪灾。

火力发电

- 废止小型运营商的小容量火力发电设备：全国还有大量缺乏资金的小型发电公司的设备未能废止。需要切实地优先运用高效煤炭火力发电设备。
- 保全超临界压力（USC）火力：新引进的技术，需要在运用和维护方面加强。
- 切实实施与煤炭价格挂钩的电费制度：在2008年煤炭价格高涨时，发电公司无法将上涨的成本转移到电费上，经营受困。及时、切实地使成本与电费挂钩，保持电力公司的稳定经营十分必要。

风力、太阳能等可再生能源

- 送受电设备的强化（同 [输配电设备] 的内容）
- 加强许可制度：因为担心风力发电设备和输变电设备不匹配，因此有必要贯彻和电网公司充分协调后进行许可的制度。

核能

- 操作人员的安全教育和针对发电站故障增加的解决措施：为了安全、稳定地使用迅增的核能发电站，有必要加强人才的培养。
- 持续保证原子能安全信息的透明性：通过大家共享运转和保全的信息，安全运转。随着核能发电站的增加，信息共享愈发重要。

<建议>

- ① 增强对送受电设备的投资：需要切实投资送电网的建设，在设置新建的发电装置的同时，切实完善电网的建设。
- ② 促进智能电网的建设：需要持续进行配电级、送电网级的标准化活动。
- ③ 切实实施电费煤炭价格挂钩制度：需要设法通过制定合理的电费，保持电力公司的稳定经营。
- ④ 提高高效火力发电设备的开工率：优先供应高效率火力。另外灵活运用引进国家的USC设备的维护经验，提高效率；改善环境；实现安全、稳定的运转。
- ⑤ 构建核能安全教育、发电站间的网络：加强人才培训和运用管理等软实力。希望能在日本开展培训、定期举行发电站之间的交流和构建信息共享系统。

第3章 建筑业

1. 建筑

2009年建设市场动向

根据1至10月份的统计资料，城镇固定资产投资额为150,710亿元（注1），比去年同期增长了33.1%。其中，第一产业的投资总额是2,669亿元，比去年同期增长54.1%，对第二产业的投资总额是64,370亿元，增长26.8%，对第三产业的投资额为83,671亿元，增长37.8%。10月份的城市部分的固定资产投资比去年同期增长了31.6%，但比9月份减少了3.4%。

房地产开发投资正处于减速的态势，到10月份的不动产开发投资额为28,440亿元，比去年同期增长了18.9%，其中，10月份的增长率为28.6%，比9月份减少了8.5%。和前5个月连续反弹趋势相比，开始出现略微下降的征兆。

设备投资小幅减少。1-10月份的设备投资额为62,796亿元，比去年同期增长26.4%。其中，制造业的设备投资为46,546亿元，比去年同期增长27.5%。1-10月份的设备投资增长率为24.9%，比9月份减少了1.5%。

原材料工业的投资继续保持减少的趋势。不过，建材业1-10月份的投资增长了47.4%。但比第3季度减少了0.4%。

化学工业发展稳定，其中的化学原料及产品增长了27.1%，但比第3季度减少了1.5%。橡胶产品行业增长了31.3%。钢铁业的投资增长缓慢，比去年同期增长3.8%。非钢铁业的投资比去年同期增长了19.4%，但整个设备投资减少。另外，一般消费材料的设备投资整体稳定。香

烟行业的投资在1-10月份增长了70.6%，比第3季度减少了4.6%。轻工业的设备投资保持比较稳定的趋势。其中，在食品加工和食品制造业的第3季度，投资增长率分别为36.2%和34.3%。纺织行业的设备投资也很稳定，其中，纺织业和纺织服装、鞋、帽制造业分别增长了10.3%和13.2%。但是，化学纤维制造业的设备投资减少了17.9%。另外，交通运输设备、电气机械及机器等制造业的设备投资增长35%-50.3%。

（注1）文章中的数值出自国家统计局发表的资料。

四万亿人民币投资实施一年后对中国经济的影响

虽然4万亿投资计划已经实施了1年，但中国的经济恢复正在减速。主要表现在以下方面。

- 虽然消费物价指数（CPI）比去年同期减少了0.5%，但目前通货膨胀的压力仍受到压抑。
- 普通消费大幅增长，全年保持8%的增长率

根据国家统计局公布的数值，在1-10月份的城市固定资产投资中，国有及国有控股企业的投资额为65,418亿元，增加了39.0%。此结果与年初政府4万亿人民币基础设施的建设投资重点和方针一致。

但是有一个非常值得关注的地方，就是在最新的数字中，房地产开发投资额为28,440亿元，增加了18.9%，比固定资产整体投资额的增长率少14.2%，可以说这是房地产开发投资开始出现下滑造成的结果。

有关建筑业的问题和改善要求

关于设立分公司的问题

关于分公司设立的问题，是指在向行政机构申请施工许可证时，该行政机构提出以设立分公司为条件。如果有施工地的建设行政管理部门的施工许可，就没有必要设立分公司。

顺便说一下，在日资建筑总承包商经营业务的城市中，江苏省、苏州市、无锡市、唐山市（河北省）、大连市和武汉市的行政机构在企业申请施工许可时，不要求企业设立分公司。

另外在被要求设立分公司时，企业在设立分公司时或工程结束后，每个行政机构要求的条件中会有实现难度很大的内容，影响项目的成本，并衍生性地引起该地区的业务开展受限制。

参考事例有，嘉兴市要求企业有义务预支60万元，由行政机构保管1年；在广州市注册事务所时，必须保留法人名义的账户；宁波市在企业关闭分公司时，要求企业返还保证金150万元。

在日资建筑总承包商经营业务的城市中，为了获得施工许可而被行政机构要求设立分公司的省市有：西安市、广州市、深圳市、烟台市、天津市、广东省（东莞市、惠州市、佛山市）。

申请施工许可和设立注册分公司的关系不明确。

→在中央政府的相关法规中，没有明确规定必须在施工地的行政机构注册。

→在实施细则方面，各省、自治区、直辖市人民政府的建设行政管理部门可以自行规定，国家没有统一的规定。

另外，问题在于各城市的分公司成立条件和成立所需的文件也各不相同。

有关建造师资格的问题

2008年2月之前执行的对外籍项目经理的管理方法，被并行实施的“建造师”制度所取代，现在想要取得外籍现场代理人资格只能重新参加“建造师”考试。注册公司的条件和“建造师”人数等有关，可以说这项制度应如何实施是个重要问题。

另外，申请“一级建造师临时执业证书”

的条件是必须拥有“一级项目经理资质证书”。虽然《外籍项目经理名单的通知（建市资函[2006]89号）》规定“外籍项目经理等同于国内一级项目经理”，但该通知明确说明对外籍项目经理不颁发上述项目经理证书，“不颁发”导致外籍项目经理丧失申请“一级建造师临时执业证书”机会，这不能否认是外籍员工和中籍员工之间的待遇不公平。

有关营业税收税机构的问题（上海市的问题）

在上海市内进行工程建设时，有时注册地和工程地点的管辖税务局不同。原则上在注册地的税务局缴付营业税，但从数年前开始，工程地点的管辖税务局要求支付上述营业税。最近这种趋势在增强。根据对日资建筑总承包商的调查，目前被这样要求的区有闵行区、青浦、松江、金山、嘉定、奉贤和宝山。

另外，国务院令第540号的第14条规定“提供建筑业劳务的纳税人应向征税劳务发生地的主管税务机关申报纳税”。在上海市以外地区进行工程建设时，向该工程地点的税务局纳税，很正常。但在上海市内的区进行工程建设时，施工地的税务机构以国家颁布该国务院令为契机要求纳税的情况增多，企业被迫要应对棘手的要求。

有关土地使用的法规和实际情况背离的问题

根据对日资企业的调查，有关工业项目用地的国家规定与企业活动的实际情况不一致，成为外资企业参与的障碍（例：建筑机械销售、修理业）。

国土资源局对每个地区和行业规定了必要的投资额，该金额远远超过了实际所需的投资金额，很难遵守。而据说当地企业不遵守这个规定，购买土地经营事业的事例屡见不鲜。

<建议>

- ① 希望政府能对有关工业项目用地的国家规定进行调整，使其符合企业的实际经营情况，并希望国家能进一步完善法律。

- ②关于建筑业中的设立分公司问题，希望中央政府能统一完善法律，消除地区差别。
- ③希望能撤销在申请施工许可时，以设立分公司为批准条件的做法。
- ④有必要改正建筑业的外籍员工和当地员工之间的资格认证制度上的不公平做法，完善法律。希望能修改制度，使外籍员工和中籍员工的待遇相同。
- ⑤有必要消除和调整纳税制度的地区差别。希望能完善建筑业的法律，使其符合行业的实际状况。

2. 房地产

中国房地产市场

2009年的动向

受2008年9月受雷曼事件为契机的全球金融危机的影响，除部分城市及部分房地产范畴以外，中国房地产市场从2008年4季度开始出现整体下滑趋势，2009年1季度继续维持整体下滑的趋势。在写字楼市场上，根据敝公司2009年1季度的数据，北京、上海和广州的主要写字楼市场租金分别都比上一期下降了4.9%、6.8%、5.5%。因为这个原因，之前在写字楼需求旺盛的情况下，拉动着市场发展的外资（欧美）企业开始终止、延期、缩小写字楼扩张计划，并对其重新调整预算，需求也出现了停滞现象。之前一直是出租方市场，一旦需求出现停滞，在新竣工写字楼或空房比较多的写字楼的业主之间就开始出现对新的的大型租户和优良企业租户提出优惠租房条件的业主，随着时间的流逝，各业主间就会出现更加灵活的姿态，结果导致整个市场的需求不断减少。根据敝公司的数据，在第1季度的高级住房市场上，北京、上海和广州的需求都分别比上一期减少2.3%、1.7%和1.3%。另外，根据2009年1季度的敝公司数据，主要15个城市的写字楼市场及高级销售住宅市场都出现了下降。

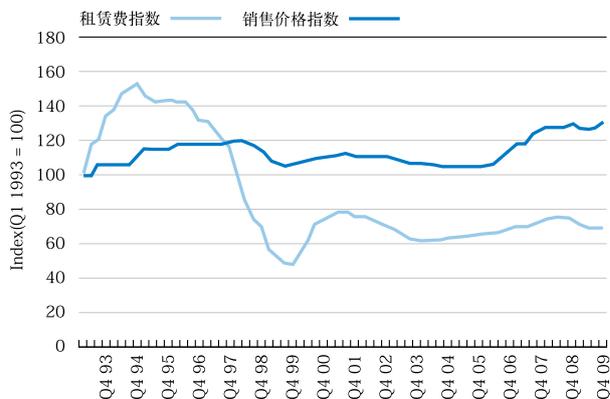
到2009年2季度时，写字楼市场和1季度一样，主要15个城市都继续保持下降的趋势，高级销售住房市场却早早出现了恢复的趋势。北京、上海和广州均有好转，分别比上一期上升了1.9%、1.4%、9.4%。主要原因是政府实施的刺激经济政策、中国经济整体的恢复基调、还有消费者对房地产市场的乐观期待和潜在的购买愿望促使高级销售住房市场出现了整体恢复。而从这个时期开始，北京写字楼市场中，企业的写字楼需求也开始出现恢复趋势，与以前相反，这次中国企业的写字楼需求特别显著，它成为拉动市场发展的因素，刺激了整体的写字楼需求。也有企业从成本有利的角度认为这是搬迁办公地点的绝佳机会，整个市场让人感到跌到了谷底，在2009

年3季度开始出现好转，比上一期上升了0.1%。而上海的写字楼市场比北京恢复得慢，全年呈持续下滑的趋势，4季度的需求比上一期减少1.1%，是发生金融危机以来下降率最小的一次，让人感到市场已跌到了谷底。从总体来看，在2009年内，几乎所有主要城市的写字楼市场都开始出现恢复趋势。

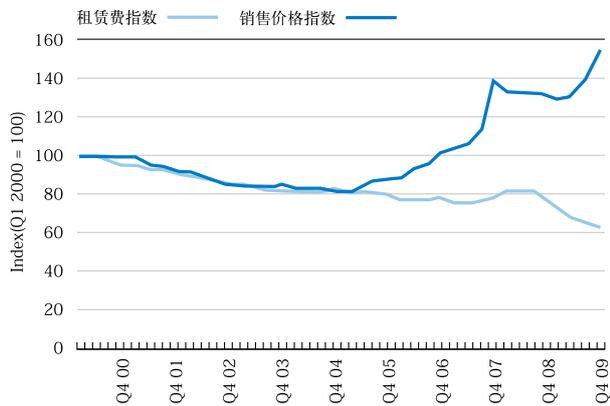
特别值得说明的是2009年3季度以后的高级销售住宅市场。3季度以后，几乎所有主要城市的高级租赁住宅市场都停滞不前，或像北京所代表的那样出现了下滑趋势，但高级销售住宅市场却出现了明显的上升。在部分城市，销售价格和销售户数均迅速增加，结果引起了人们对住宅价格过热及泡沫经济的担心。人们对中国房地产市场的泡沫的担心只是起因于销售住宅市场。而在写字楼、商业（零售）、物流和工厂市场上没有这种现象，只有销售住宅市场出现特殊的情况。关于这种销售住宅价格的上升，政府也感到了警惕和担心，2009年12月突然改变了2008年以后为了刺激市场发展而放松的限制，国务院将对个人住宅转让收益的营业税免税条件从购买后两年以上改为五年以上，并且颁布了“稳定市场预期和遏制房价过快上涨的四项措施”（国4条）。业界人士曾猜测国家会在2010年1季度时加强房地产行业的限制，但国家的决定比大家预料的早，从中可以看出政府的高度关心和担忧。

北京、上海、广州的写字楼及住房市场指数

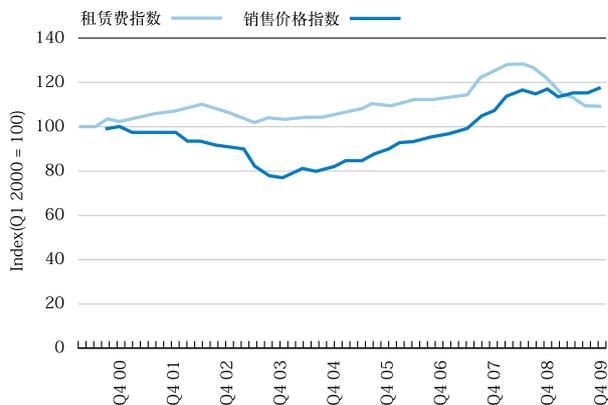
北京优良写字楼市场



北京高级住宅市场



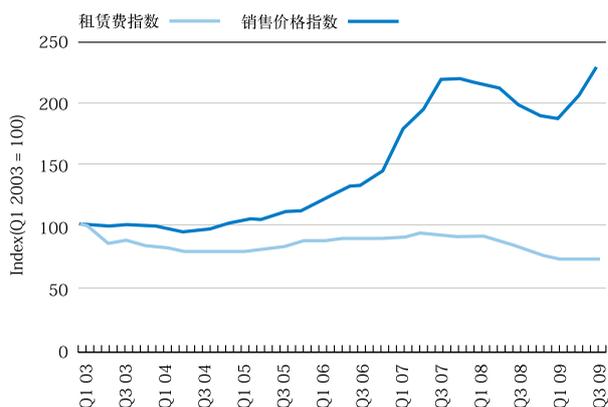
广州优良写字楼市场



上海优良写字楼市场

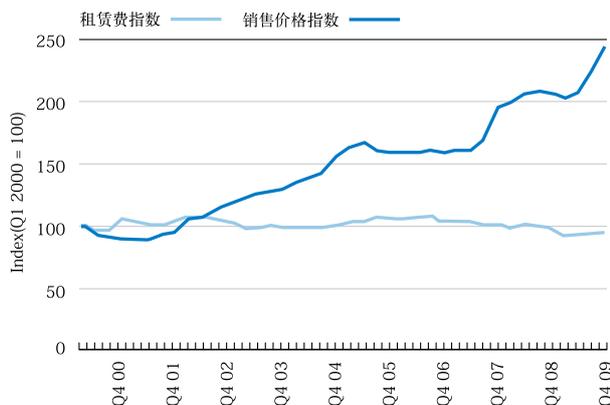


广州高级住宅市场



出处：CB Richard Ellis 调查

上海高级住宅市场



2010年的展望

今年往后，写字楼市场很难出现整体的快速恢复及上升，现实的看法认为市场逐渐缓慢上升的可能性很大。在写字楼需求方面，金融、制药、能源、汽车等外资企业、中国企业的写字楼需求还会持续。然而，特别是北京和上海，要想恢复到发生雷曼事件之前的出租方市场还需要时日，受那些写字楼业主，特别是新竣工写字楼业主的影响，状况还会继续令人担心。商业（零售）、物流、工厂的房地产市场也是一样，总体来看还会像过去那样持续缓慢的变化。引起问题的销售住宅市场暂时还会持续上升，但长期来看，它无法持续和09年下半年相同的上升率。继上述去年12月颁布的“国4条”之后，国务院于年初的2010年1月1日就颁布了“促进房地产市场平稳健康发展的通知”（国11条），显示了进一步加强宏观控制的态度。销售住宅的迅速上升是

政府担心的问题，但因为房地产市场是也中国经济发展的主要支柱之一，所以政府注视着市场的发展动向，和过去一样适时地提出宏观控制（限制、放松）的微小措施，促进市场保持适度的发展，避免过快的上升和迅速下滑。如前所述，在除销售住宅市场以外的范畴中，市场保持着比较稳定的发展趋势，今后还必须继续对销售住宅市场保持关注。

像下面所叙述的那样，关于日本企业面临房地产的问题，主要以与写字楼和工厂等的租赁和买卖相关的项目为主，并且几乎都是有关具体手续等实际事务相关的问题。以严格遵守、实践法律和规则为前提，下述令人担忧的问题对日本企业来说很重要。

<建议>

- ① 申请登记商业房地产（迁移）的方法复杂而耗时，希望能有所改善。
- ② 管辖的房地产交易局的窗口人员不同，对操作流程和所需资料的认识也各不相同。希望能加速办理。
- ③ 写字楼租赁合同上是否要粘贴印花这一点仍未不明确，希望能明确提出。
- ④ 在写字楼搬迁时，有关申请变更地址的手续的时间和方式都不明确，和管理机构的窗口人员协商后，每个窗口人员的答复都不同，无法判断哪个意见是正确的。希望能尽快改进。
- ⑤ 在北京讨论搬迁到和登记的现地址不同的区县时，该区县被政府机构指出这种情况无法搬迁写字楼。为了确认法律依据，我们通过因特网等手段搜索了相关的法规和通知，但没有发现明确的依据，于是我们到政府机构的接待窗口进行确认。结果没能找到明确的依据及可能发生的风险。强烈希望建立有秩序的行政事务办理手续。
- ⑥ 当管辖区税务局和现在的事务所所在地不同时，不知道是否会引起什么问题。希望能提供明确统一的行政服务。
- ⑦ 在准备出售工厂时，过去的卖家工业园区在我们出售时提出了种种限制条件。希望能严格实践、遵守法律和规则。

第4章 制造业

1. 纤维和服装

中国的纤维产业

近几年来，中国的纤维出口产业一直持续增长，2009年的纤维产品、服装出口总额为1,713亿美元，比2008年减少了9.6%。占中国出口总额的比例为14.4%，与2008年大致相同。而纤维产品在国内市场持续增长，2009年比去年增加了14.69%。也许是反映了当前严峻的形式，对2010年中国纤维产业的预测仅为出口额增加4%，因为预计内需会顺利地增长，所以预计产值会增加11%左右。

关于在上述严峻的环境下促进出口增长的振兴措施，商务部表示在2010年以后还会继续实行出口退税等政策。虽然今后与美国的贸易难以增长，但1月1日成立了包括中国在内的东盟自由贸易区，预计2010年与东盟各国的贸易会大幅增加。今后对中国的纤维产业来说，与东盟各国的贸易会变得非常重要。另一方面，作为进一步促进国内销售顺利增长的振兴措施，工业和信息化部以提高农村居民的收入，增强购买力，扩大内需为主旨。在纤维产业的相关政策有提高生产棉花和生丝的农户的收入、环境保护和质量管理体系、为信息化建设提供金融援助、促进产业集成等。国内销售良好的情况下，预计今后内衣市场和家用纺织品市场的发展会更好。关于内衣市场，预计今后5年的市场规模将达到5,000亿人民币。预计家用纺织品市场也会在今后的5-10年内持续高度增长。一般来说，家用纺织品的购买时间和住宅购买时间有约3个月的时差，住宅的销售量从2009年末开始转为上升也印证2010年家用纺织品市场会有良好的发展。

纤维产业的具体问题

限制使用ATA单证册进口

目前中国使用ATA单证册进口的物品仅限于展示会使用，不得使用ATA单证册进口公司内部协商用的样品等。因为不允许将使用单证册进口的商品用于非规定的用途，所以也禁止在展示会上销售。目前国家对一个展示会颁发3份正本批文，使用单证册进口通关时需要使用该正本批文。出口商及展示会主办方分别收到1份批文，剩余1份交给展示会主办方指定的通关单位。上面说过，使用单证册进口时需要使用批文的正本，因为这条规则，参展的所有单位都不得通过这个指定的通关单位进口，和没打过交道的通关单位接触时，会有交流和运输错误的问题，结果对展示会造成不好的影响。

作为一个改进措施，如果在使用单证册进口时，不再需要目前必要的批文，或改成可以使用批文复印件的话，预计今后积极参加各种展示会的企业和品牌会增多。

有关外汇交易的限制

根据2007年10月8日颁布的《保税监管区域外汇管理办法操作流程》第14条规定，在中国用外币结算时，在未确认买方付款到账时，禁止用外币与供货商进行结算。这意味着在用外币结算时，与买方的结算条件必须是预付款。因为如果买方不预付款，就无法收到供应商的B/L。以中国的生产背景与海外的顾客交易时，几乎没有顾客会同意预付款的条件，中国在鼓励出口纤维产品，却因为这条规定限制了贸易的扩大。

作为改善措施，如果中国能同意在用外币结算时也和人民币一样，即使没有确认买方付款到

账，也能和供应商结算的话，今后就能积极扩大普通贸易了。

商标的冒名申请及仿制品对策

在日本市场愈发萧条的情况下，开始意识到中国这个消费市场的日资企业逐渐增多，但在进入中国开展业务时，最大的障碍是有关商标权的问题。要用自己公司的品牌申请注册商标时，却经常发现已经被注册，注册者往往居住在中国的农村等地，从注册商标的分类来看，多数让人感到他们没有在用这个商标开展事业。也就是说，让人感到对申请注册商标的审查太宽松。要申诉商标的正当性，申请取消原先的商标注册会花费大量的精力和时间，结果进入中国市场时很花费时间。为了能尽早解决，只有从商标权利人收购商标，但收购所需的金额本就不是预料中的支出，所以从广义上可以说这是进入障碍。另外，对注册类似商标的审查也很宽松，某个商标怎么看都是被某个模仿它的商标堂而皇之地注册了，这在企业进入中国市场后扩大经营时，会成为一个负担。

改善措施包括增强注册商标时的审查力度和提高申请取消商标时的审批效率。再有，希望能明确有关仿制品的处罚规则和罚款金额，加强取缔力度，中国对知识财产进行严格管理的形象对扩大内需也会很有帮助。

关于产品质量法

因为没有明确的在商品标签上记述品质内容的标准，各省执行不同的规则。在某些省需要重新进行检查，对相同的商品进行多次检查引起费用增加，从而影响企业的经营的情况很多。另外，关于产品质量表示的内容，太拘泥于混合比例和组成的写法，有时让人感到写这么详细，到底对消费者来说有什么意义？（例：关于羽绒服的种类，有义务写明是鹅毛，还是鸭毛）。还有商品质量的分类方法、执行标准是第几条、名称又细分为A/B/C品、一等品、二等品、合格品等，分类的标准也不明确。因为商品质量的分类法过于细致，所以没能形成现实中能够遵守的规则，而且产品质量法也频繁变更，非常难执行。

这不仅造成更换标签等直接经费的增加，还因为法律的修订造成公司内教育等间接经费的增加。

在质量检查中被判断为不合格时，或被判断为不符合产品质量法时，虽然被指出错了，但因为没办法确认到底什么地方出了什么错，所以与其耗费功夫，不如坦率地支付罚款。在质量责任人方面，在中国制造商是商品质量的责任人，所以检查局的资料写明服装的标签项目中不需列出销售商的信息，要写明制造商的信息。实际上曾经写了生产商，没写销售商而受到工商局的处罚，交付了罚款的情况。

作为改善措施，希望能明确规定全国统一的产品质量表示方法，进一步简化产品质量表示，使法律成为一个可遵守的规则。希望能明确和明文规定在产品质量表示中应标明的内容，使法律能让所有人都易于理解，能够执行。

从质量管理标准、检查机构的角度

作为质量管理标准，中国除了国家规定的GB标准、行业团体规定的行业标准等以外，还有各公司自行规定的企业标准，但目前只有生产型企业才能注册企业标准。如果能注册企业标准，就可能不遵照内容不清的国家标准，只遵守注册的本公司标准即可，这非常便利。但是，很多日资纤维企业在中国还没有自己的工厂，本来能申请注册企业标准的企业也受到了限制，无法享受这个便利。另外，对质量检查机构来说，政府机构的审查也是一大烦恼。中国对国内销售的商品质量进行检查的机构是CNAS（中国合格评定国家认可委员会）和CMA（中国内销试验检查机构），商品需要得到这两个机构的认定和认证，这两个机构每年都要对企业进行审查，所以企业必须为审查做两次准备。两个机构在审查的内容上几乎没有不同，完全是重复工作。

作为改善措施，希望能修订规则，使非生产型企业也能将本公司的标准注册为企业标准；修订规则，对质量检查机构的认定、认证申请由对CNAS和CMA两家提出，修订未接受其中一家审查即可。

<建议>

- ① 希望使用ATA单证册进口规定的适用对象能包括公司内协商用的样品等的进口。希望在使用单证册进口时不再需要批文，或可以使用批文的复印件办理。
- ② 为了今后能积极扩大普通贸易，在外币结算方面。希望能进行改进，使外币和人民币一样，即使没有确认买方付款到账，也能和供应商结算。
- ③ 希望增强注册商标时的审查力度和提高申请取消商标时的审批效率。还希望能明确有关仿制品的处罚规则和罚款金额，加大取缔力度
- ④ 关于产品质量法，希望能明确制定全国统一的规定。希望能简化品质表示，使法律成为人们可遵守的规则。希望能明确、明文规定在品质表示中必须记述的内容。
- ⑤ 希望能修订规则，使非生产型企业也能将本公司的标准注册为企业标准。另外，希望能将接受CNAS和CMA两个质量检查机构的认定、认证，改成接受某一方的认定即可。

2. 化学工业

概况

2009年的化工产业是在2008年遭受金融危机影响、产品源流通缓慢、库存高度积压的状态下起步的。虽然中央政府迅速出台了一系列应对金融危机的经济对策，但与化学产业直接相关的政策却相对较少。最终，在政策助推的汽车、家电，以及铁路、公路和住宅等基建投资的拉动下，化工产业挽回了颓势。

2009年8月以来，62种主要石油、石化产品中，58种的产量恢复增产。尤其石油产品（汽油、煤油、柴油）同比增长9.4%，化肥（同比增长16.3%）、合成树脂（同比增长11.8%）、合成纤维单体及多聚体（同比增长10.3%）、轮胎橡胶（同比增长18.1%）及农药（同比增长12.3%）产量的恢复速度显著。

2008年基础原料乙烯的产量同比有所下降，但自2009年8月以来呈现恢复态势，同比增长8.3%（上升10.4个百分点），达到1,070万吨。乙烯的产量及进出口量合计达1,166万吨（同比增长10.1%）。

另一方面，对进口原油的依赖度随着经济增长逐年增加，2009年进口原油达2亿379万吨（同比增长13.9%），进口石油产品达3,696.5万吨（同比减少5.4%），对进口石油的依赖度达52.6%（同比增长1.76%）。

随着中东地区推进的大型石化项目正式步入投产运行阶段，基础石化产品及通用树脂也已经开始进入中国市场。中国国内也同时在努力提高化学产品的生产能力，可以预见未来围绕中国市场的竞争将日趋激烈。

产业政策

十一五计划（2006~2010年）中包含了乙烯工业石化产业中长期发展专项规划等内容，其基本理念是将炼油与乙烯石化产业相结合，采取一体

化、大型化发展模式。目前，新建乙烯项目计划的规模都在80万吨~100万吨水平。

受全球性金融危机的影响，作为提振经济的重要一环，中国政府出台了十大产业振兴规划，2009年5月18日国务院发布了石化产业调整和振兴规划（2009~2011年）细则。尤其将炼油及乙烯计划作为重中之重，目前包括在建中的项目，共有20多个计划正在加速实施。具体的计划目标是：①生产能力阶梯性扩大（原油加工量达4亿500万吨、炼油产品达2亿4,750万吨、乙烯产量达1,550万吨）；②肥料等农资保障能力增强（化肥产量达6,250万吨、钾肥产量达400万吨、高浓度化肥比重提高到80%）；③产业分布趋于合理（在长三角、珠三角及环渤海地区建立3~4个2,000万吨级炼油、200万吨级乙烯生产基地）；④产品结构显著改善（高端石化产品自给率提高、汽油及柴油质量提高等）；⑤技术进步明显加快（炼油、乙烯、合成氨技术实现本地化等）；⑥节能减排取得成效（石化产业能耗下降12%以上、污染物排放量减少6%以上）。此外，还包括扩大化肥和石油产品储备、金融业界参与、完善石油产品价格形成机制、支持境外资源开发、推进企业兼并重组等内容。

乙烯生产

石化产业一直由中国石油化工集团公司（SINOPEC）及中国石油天然气集团公司（CNPC）两大集团主导，在作为石油化学基础原料之一的乙烯生产方面，两大集团的产量占全国的95%。

2009年中国乙烯的产量总体呈现上升趋势，超过金融危机前2007年的产量，达到历史最高产量1,070万吨。

2010年，福建省泉州项目（80万吨）及天津项目（100万吨）等将正式进入投产运行阶段，预计产量在2009年的基础上将有所提高。未来大型乙烯工厂的建设将陆续实施，预计2011年的总体生产能力将达到约1,550万吨（表1）。

表1：新投产运行 / 建设中的乙烯项目

集团	所在地	产能	投产运行(预计)	备注
中国石油 化工集团 (SINOPEC) 及其各下 属子公司	福建省泉州	80万吨	2009年11月	新建
	天津	120万吨	2010年1月	新建 (100万吨)
	浙江省镇海	100万吨	2010年3月	新建
	湖北省武汉	80万吨	(2011年)	新建
中国石油 天然气集团 (CNPC)及 其下属各 自公司	新疆独山子	120万吨	2009年9月	新建 (100万吨)
	辽宁省抚顺	100万吨	(2012年6月)	新建 (100万吨)
	四川省彭州	80万吨	(2012年5月)	新建
	黑龙江省 大庆	120万吨	(2013年)	扩建 (60万吨)

表2：乙烯产量的变化 (单位：万吨)

年	2005	2006*	2007*	2008*	2009*
乙烯 产量	755.5	941.2	1,047.7	1,025.6	1,069.7
同比增 长(%)	20.4	22.2	12.6	- 2.1	8.3

参考：2009年日本的乙烯产量为691万吨
(同比增长0.4%) (石油化学工业协会)

*出自：中国石油和化工经济分析

合成树脂的供求

2009年合成树脂的产量为3,603万吨(同比增长11.8%)，计算进出口量后的需求量为6,296万吨(同比增长19.2%)。

对合成树脂等乙烯衍生品的总体需求量依然远超国内乙烯产量。聚丙烯及聚氯乙烯的自给率逐渐改善，而聚乙烯的自给率2005年为50.4%，2006年为55.3%，2007年及2008年达到约60%，2009年因扩大内需、进口量增加、回落至52%。

2009年各类聚烯烃产品的进口均显示出50%以上的增长，总体达到1,187万吨(表3)。预计汽车业的树脂使用量将进一步增加，聚烯烃的进口量也将随之有明显增加。

在需求方面，去年年初相继实施的汽车、家电等行业的消费刺激政策今年将继续实施，在此之上新的建材消费促进政策也已经出台，预计需求量会有所增长。

另一方面，在中国国内新建的聚烯烃设备正

式投产运行的同时，在中东各国的石化项目也开始进入投产运行阶段，因此，这又可能会导致聚烯烃供应过剩。

表-3：合成树脂类产品的生产及进出口统计

(单位：万吨/年)

产品名	2009年					
	产量	(同比)	进口	(同比)	出口	(同比)
聚乙烯	812.9	(7.1%)	756.1	(64.8%)	17.8	(1.3%)
聚丙烯	820.5	(10.5%)	430.8	(51.8%)	4.6	(6.1%)
聚氯乙烯	915.5	(11.1%)	195.5	(73.5%)	27.5	(-57.4%)
聚苯乙烯	111.1	(15.6%)	118.5	(2.9%)	27.5	(-15.1%)
ABS树脂	28.1	(4.7%)	216.8	(11.1%)	5.0	(15.2%)
合成树脂	3,603.2	(11.8%)	2,911.8	(25.0%)	218.8	(-18.3%)
(参考) 乙烯	1,069.7	(8.3%)	97.5	(35.1%)	1.5	(8.2%)

出自：中国石油和化工经济分析

中日贸易

2009年日本向中国出口的化学产品总额为153亿4,079万美元，同比减少1.5%，而其中有机化合物总额达到58亿8,167万美元，同比增长6.0%。这是因为，中国国内的炼油能力提高导致轻油等矿物燃料面向中国的出口减少，而另一方面中国汽车、家电及基础设施建设的需求旺盛导致有机化合物(丙烯、乙烯等)下半年需求激增。

另一方面，2009年日本从中国进口化学品总额为56亿4,115万美元，同比减少33.6%，减少幅度较大。其中有机化合物总额为15亿6,916万美元，同比减少17.8%。这是因为，受日本经济衰退、工业生产减少的影响，作为工业生产基础原料的有机化合物、无机化合物及塑料制品等众多种类产品的化学产品需求量大幅减少。

展望2010年，在中国扩大内需的拉动下，日本向中国的出口可能会较2009年有所增长，有助于日本经济的恢复。但进口方面，虽然有可能超过上一年，但预计依然不能摆脱颓势。

(选自“JETRO日中贸易2009年动向及2010年展望”)

反倾销（以下简称“AD”）

加入WTO后的2002年1月新发布了“反倾销条例”，从而使AD手续得以明确。目前AD措施依然有效的对日AD案件共涉及24种产品，其中化学产品占20种。2009年以来对日AD案件中，有关化学类产品的主要动向为重新修改5种产品（邻苯二甲酸酐、SBR、聚氯乙烯、TDI、苯酚）的AD措施截止时间，向后推延5年。另外一种产品（氨基乙醇）的AD措施截止时间的修改正在进行中。

化学品管理相关法规动向

2009年~2010年初主要化学品管理制度的动向概括如下。

修订“中国严格限制进出口的有毒化学品名录”（2010年1月1日施行）：

进口或出口列入限制对象的有毒化学品时，必须向环境保护部门提出登记申请，并办理申请进出口许可证等手续。本次列入限制对象的产品为154种，比2009年的版本减少了2项。追加了两种（三丁基锡类化合物7种）新产品，另有4种残留性有机污染物（POPs）因受斯德哥尔摩条约限制从去年5月开始全面被禁止生产、流通、使用及进出口，已从限制对象名录中删除。

修订《新化学物质环境管理办法》（于2010年1月19日发布，同年10月15日开始施行）：

与日本修订后的化学物质审查法一样，实行风险分类管理。与现行法规不同，只有中国境内注册机构才有资格申报新化学物质，保税区及出口加工区内的化学物质也列为申报对象。此外，与欧洲REACH法规一样，属于有意释放的物品（article）中所含化学物质也列为申报对象。预计新化学物质申报指南也即将发布。

正在修订《危险化学品安全管理条例》

于2002年发布并实施的该条例（国务院令 第344号）现正处于修订中。修订工作始于2007年，由国家安全生产监督管理总局、卫生部及公安部等相关部门共同进行。目前被列为限制对象

的危险化学品约有4,000种，预计会部分引入全球化学品统一分类和标签制度(GHS: Globally Harmonized System for Classification and Labeling of Chemicals)，限制对象也会有所增加。要求相应修改生产许可证管理实施细则等，并根据GHS分类标注标签、制作MSDS。关于引进GHS，已发布了化学品分类的试验方法、危险有害性化学品的分类、标注方法及MSDS的制作方法等国家标准（GB），将于2010年5月1日起实施，但从实施之日起还会有一年的过渡期。

化学工业存在的具体问题

关于保护知识产权方面的问题点及希望

关于保护知识产权，中国方面已经修订了专利法，与之配套的修订后的实施细则也已经施行。法律制度正在逐渐完善，但将这些法律制度严格执行到每个角落，预计还要假以时日。

在假冒伪劣化工产品及违反商标法方面，目前仍有假冒伪劣产品流入市场，仍可以见到可能构成技术侵权的产品。

关于节能、环保方面的问题点及希望

十一五计划中设定了环境污染物（SO₂、COD）的减排目标，最初两年达成该目标略显吃力。后期由于从2008年起相关部门开始严格要求各地减排并明确了管理制度，5年计划目标已接近完成。环保部门似乎还有意设定更为严格的减排指标。中央政府下达的严格的减排指标，被分配到各地方，再由各地方分配到各地区，最终一律分配到各企业，强制要求完成目标的案例时有发生。不论守法企业还是大量排污的违法企业，一律设定同比减少百分比的减排指标等，这种以量为先、忽视环境污染实际情况的做法，好像并不能起到本质上改善的作用。

尤其最近几年，新建工厂均采用大幅减少废气、废水污染物排放的设计，通过环境影响评价及验收中各项严格的审查后才开始投产运行。以相同标准要求这些环保已经达标的企业继续逐年减排，这在技术上很难实现。

为产业的可持续发展，有必要根据污染物排放的实际情况，在考虑遵守法定标准的实际情况的前提下，设定基于科学发展观的目标，制定有所区别的对策。

关于认证标准的问题点和希望

最近大量关于化工产品的国家标准被制定或修订，很难从总体上加以把握。在部分领域，例如食品容器包装材料，政府公开发布了修改计划，什么样的标准，由哪个职能部门起草，以怎样的程序修订及制定等，可以大略掌握情况。从而生产商可以预先准备，甚至协助制定标准。但是这样的案例较少，大多情况是直到征求意见稿被发布后才突然知道标准已被修改。

关于新制定或修订的国家标准，最近逐渐趋向在发布前先征求意见，这是非常好的转变。但征求意见时间通常较短，有的甚至只有1~2周，企业根本来不及汇总及提交意见。外资企业通常需要先先将中文材料翻译之后才能进行研讨，所以建议将征求意见时间设定为最少一个月。

此外，在制定及修订标准时，应充分考虑到国际情况，尽量在国际标准基础上进行制定。为此，企业方面会尽可能地向有关部门提供相关的国际信息。

法规方面的问题点及希望

危险化学品管理条例等的修订工作正在进行，不久将发布并开始实施，化学品的使用规定将有大幅修改，例如引入GHS（全球化学品统一分类和标签制度）等。

由于情况十分复杂，需要大量的工作，相关部门应在全国范围内进行充分的说明指导，并且设置相关咨询窗口。化工产品标签表示、管理变更等，对于化工企业来说是十分沉重的负担，考虑到库存品及流通中产品的标签，应设定足够的过渡时间。

其它问题点及希望

国际化工行业正在全球范围内倡导“责任关怀”（Responsible Care），推进可持续发

展及引导企业履行社会责任的自身管理的行动。在环境污染、安全及质量等问题上，根据以往经验，不应单纯依赖法律，还应引导企业履行社会责任，自觉加强自身管理，这与社会的可持续发展息息相关。在中国，也应支持“责任关怀”（Responsible Care）行动，采取相应措施，培养企业自身管理能力，推动企业履行社会责任。

<建议>

- ① 化工产品中仍然存在假冒伪劣产品及可能构成技术侵犯的产品，在强化处罚力度的同时，也希望地方工商行政管理局强化检举、公开制度。
- ② 在针对环境污染物排放企业设定的减排指标时，不论守法企业还是大量排污的违法企业，一律设定同比减少百分比的减排指标是不合理的，希望按照环境污染实际情况制定相应的标准。
- ③ 最近大量的国家标准被制定或修订，在公开发布有关化工产品标准的制定计划、体系及流程的同时，也希望能够公示进展情况及查询方式。
- ④ 对于新制定或修订的国家标准的征求意见时间较短，有的甚至只有1~2周。希望征求意见时间最少有一个月。
- ⑤ 在制定或修订新标准时，希望能充分考虑国际情况，基于国际标准进行制定。
- ⑥ 引进GHS（全球化学品统一分类和标签制度）等、大幅修订化学品使用规定的情况下，企业方面需要采取繁杂且大量的工作进行应对，希望有关部门在全国范围内提供说明指导，并设定足够的过渡时间。
- ⑦ 希望中国政府也能支持目前国际化工行业在全球范围内推广及实施的“责任关怀”（Responsible Care）行动，制定尊重企业自身管理的政策

3. 医药品

中国医药产业的回顾和展望

2009/2010

2009年中国医药行业经济运行情况

医药经济运行情况

2009年中国医药行业增幅虽然有所放缓，但是医药工业仍稳步增长，2009年全年医药工业总产值将首次超过1万亿元，增长约18%，中国药品市场总量约达到6200亿元。

(1) 医药工业总产值保持增长，但增速放缓。2008年，医药工业总产值为8666.8亿元，同比增长25.7%。2009年1-8月，医药工业总产值为6158.77亿元，同比增长17.39%，增幅比2008年同期减少了11.09%。

其中，化学原料药行业的工业总产值增幅（2009年1-8月）为7.42%，明显低于全国平均水平17.39%，增幅比去年同期下降23.88%。在原料药中，化学制剂总产值增幅比2008年同期下降6.48%，生物制剂下降8.44%。

2009年1-8月，医药工业总体产销率为94.67%，自去年年底，月环比有所下降。

(2) 销售收入稳步提升，但增幅减少。2008年医药工业销售收入7787.92亿元，同比增长24.02%，下半年增幅开始放缓。

2009年1-8月，医药工业销售收入5776.75亿元，同比增长17.57%，比2008年同期又降低了11.49%，环比增幅进一步回落。

由于全球金融危机的影响，原料药出口明显受阻，内销压力增大，2009年1-8月，化学原料药工业销售收入增幅为8.51%，低于全国医药工业整体水平9.06%，这一增幅比2008年同期下降了22.09%。

(3) 工业盈利持续增长，但增幅下降。2008年中国医药工业累计完成利润总额708.9亿元，同比增长28.4%，增幅自2007年全年增长

(54.1%)高位不断下滑。2009年1-8月，医药工业利润总额568.03亿元，同比增长16.02%，环比增幅下降，比2008年同期降低22.68%。

2009年1-8月份，化学原料药行业的利润额同比增长率为-5.32%，负增长。同样说明金融危机对中国原料药产业的冲击巨大。

(4) 医药工业销售利润率略有下降。2009年1-8月，全国医药工业销售利润率为9.83%，同比下降0.13%。

(5) 医药商业购销稳步增长。2009年上半年医药销售总值为2137亿元，比上年同期在增长11.66%，纯销售为1210亿元，比同期增长7.41%。

销售额居前几位的地区依次是上海、北京、浙江、广东、江苏、安徽，6省市销售总额占全国销售的62%，其比重上升2%。

(6) 药品销售终端市场情况分析。

医院销售平稳增长。22大城市样本医院的统计数据表明，2004-2008年医院用药总金额平均增长率为22.69%，2008年医院市场持续了07年的恢复性增长势头。2009年上半年，样本医院用药金额同比增长18.65%，增幅虽小于去年，但预计全年增长为22%。

药品零售市场规模扩大，但增速放缓。2009年药品零售市场规模将达到1487亿元，同比增长约14.83%，药品零售市场增幅呈现持续下滑的趋势。在药店零售终端，受到社区医院和“新农合（新型农村医疗制度）”的冲击，今年增幅将比去年明显下滑，预计不会超过15%。相反，以社区医院为主的第三终端发展良好，销售额增幅预计达32%。

医药外贸形势严峻。2009年，中国主要出口地美国、欧洲、日本等地区成为金融海啸的重灾区，医药进出口形势严峻，1-8月份，进出口总额增长2.3%，出口额下降3.85%。

综上为中国2009年医药经济运行的特点，造成医药行业今年增长放缓的主要原因在于金融危

机波及下的中国医药出口萎缩，行业外销萎缩压力通过内销进行缓解。中国政府于09年4月6日正式出台了新医改方案，医保覆盖面扩大、政府卫生补助增加等利好因素的医药需求进一步释放，这从根本上促进了医药行业的稳定增长。中国SFDA南方经济研究所所长林建宁指出，药品刚性需求和医保护容是拉动医药经济增长的主要因素。

2010年中国医药行业的展望。

中国医药行业的展望从以下几个医药经济相关影响因素进行分析。

(1) 国际著名研究机构IMS根据各大监测区域的经济状况对2008年10月发布的2009年全球医药市场发展预测的数据进行调整，将2009年全球医药市场的增长预期由原来的4.5%—5.5%调整到2.5%—3.5%，市场销售额由“超过8200亿美元”调整为“超过7500亿美元”。IMS认为，由于2011年—2012年将有大量的“重磅炸弹”级药物的专利到期，会在一定程度上限制药品销售的增长。中国目前是全球排名第六的药品市场，到2011年将成为全球第三大药品市场，届时中国医药市场规模将从目前的245亿美元猛增到2013年的680—780亿美元，仅次于美国和日本。2020年将成为仅次于美国的第二大医药市场。从这些数据来分析来看，中国成为重要的医药市场趋势明显。

(2) 宏观经济因素，有利于中国医药经济运行。

从大环境看，金融海啸的影响正在减弱，世界经济出现复苏势头，而中国经济实现GDP增长“保8”的目标已经没有悬念。

中国宏观经济总体形势来看，6月17日召开的国务院常务会议指出：当前，经济运行出现积极变化，有利条件和积极因素增多，总统形势稳定向好。9月，温家宝总理在夏季达沃斯经济论坛的演讲指出：“我们不能也不会在不适当的条件下改变政策方向，将把保持经济平稳较快发展

作为首要任务，坚定不移地实施积极的财政政策和适度宽松的货币政策，全面落实并不断丰富和完善一揽子计划。”

在国民经济预算报告中指出，2009年中央财政安排医疗卫生支出1180.56亿元，增长38.2%。

从外贸整体情况看医药进出口，形势好于总体出口。中国政府也出台鼓励出口的系列政策，比如上调部分产品的出口退税率；人民币出口卖方信贷优惠利率，出口卖方信贷优惠利率使用范围将扩大到具有自主知识产权、自主品牌和高附加值出口医药产品。

(3) 中国医药需求增长将对医药经济起到积极推动。

中国人口及人口老龄化严重，据预测，到2020年，中国的老年人口将达到2.48亿人，老龄化水平将达到17.17%；到2050年，中国的老年人口总量将超过4亿人，老龄化水平将超过30%以上。

老年人口的药品消费已占药品总消费的50%以上，随着社会老龄化加速，对老年人疾病用药及医疗保健需求升高。

中国人均用药水平将不断提高，已经比较接近中等发达国家人均用药水平（50美元左右）。

疾病谱和生活方式改变药品消费的需求，分析样本医院用药结构，全身用抗感染药物占最大份额（23.47%）。据中国卫生部报告，目前慢性疾病导致45.9%的全球疾病负担，而中国已达到60%以上。据世界卫生组织预测，到2015年，中国慢性病造成的直接医疗费用将达到5000多亿美元。

新医改政策刺激医药消费需求，主要体现在全民医保将拉动医药消费需求增长。2008年中国卫生费用投入占GDP4.52%，世界卫生组织的基本要求是不低于5%，因此卫生费用的投入将会逐年增加。

未来三年，中国政府用于医疗改革的各级政府投入共计8500亿元，其中三分之二用于需

方，主要是医保，三分之一用于供方，主要是补各种医疗机构。医保的覆盖面将扩大，2009年参加新农合人数增加到8.3亿人，2009年医保覆盖面达到12亿人口，2011年要实现城乡全部覆盖。医保支付水平将提高，从2009年下半年开始，新农合补偿最高支付限额将达到当地农民人均纯收入的6倍以上。城镇职工医保、城镇居民医保统筹基金最高支付限额原则上分别提高到当地职工年平均工资，居民可支配收入的6倍左右。如果按照城镇收入水平，城镇居民以后的医保报销上限将达到10万元左右。医保目录的扩容，国家重新调整医保目录，这一点也将对医药市场起到拉动作用。

2009年8月18日，中国政府发布《国家基本药物制度实施意见》，但基本药物制度对于现有格局的影响相当有限。但是对医药商业的影响会比较明显。中国目前有医药流通企业1.3万家，基本药物由政府指定配送商，多数中小型配送企业会在竞争中出局而引发行业新一轮洗牌。

(4) 供应关系对医药经济有重要影响。

无论是国产药品的注册还是进口药品注册批件数量都呈上升趋势，在2007年专项整治后，各个类别的新批文数量都有大幅减少，2008年药品的批文数量都开始回升，2009年1—8月合计新药批件数增加了143%。对于进口药品批件，在今年1—9月份，注册批件数同比增长33.2%。这个将会是2010年医药市场增长的推动力。

《药品技术转让与注册管理规定》中，明确了技术有偿共享的概念，保护了研发单位的研发积极性，同时引导生产技术在企业间的合理流动，科学利用，减少仿制药的申报。将有利于整合研发资源促进新技术产业化。

GMP法规修订，最大的变化是无菌药品硬件要求提高。全国有70%的大容量注射剂车间和一部分冻干粉针企业需要硬件升级。长远看，会有利于优胜劣汰。

第二轮药品安全专项整治启动，此次行动由卫生部、公安部、工业和信息化部、国家工商行

政管理总局、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局联合开展，将持续两年左右时间。

2009年1月17日，卫生部等六部联合出台了《关于进一步规范医疗机构药品集中采购工作的意见》，主要涉及两方面的改革，一是网上药品集中采购将导致全面实行政府主导，以省为单位。二是药品集中采购由批发企业投标改为药品生产企业直接投标，减少药品流通环节。网上集中招标采购是2010年医药购销的主导模式，医药流通秩序将有望进一步规范，商业集中度有望提高。

资本青睐医药行业，新增资本将对2010年医药经济运行有利。

(5) 价格因素的影响。

2009年10月2日，国家发展和改革委员会公布了国家基本药物的零售指导价格。2010年医药经济运行受到药价水平的影响。原则上，药品价格每两年调整一次，2009年完成医保目录扩容后，中国发改委有可能会启动新一轮药价调整，从基本药物的调价来看，明年药价降幅应该不大。

值得关注的是，正在探索的医保支付方式改革可能会影响未来的市场竞争格局：目前正在试点的医保支付方式改革，一改过去的按项目收费为按病种付费、按人头付费与总额预付制相结合的支付方式，将促进医院为控制成本、稳定就诊人群而抑制“大检查、大处方、高收费”。另外，也将促进使用与进口高价药具有同等疗效、但价格相对低廉的国产替代品。

2010年医药经济快速增长的势头不变，但是新的竞争秩序正在重建，不可避免的会促进行业并购整合加快，产业集中度提升。

日企直面的问题点及 希望中国政府改善要点

综上所述，过去的2009年中国医药经济发展是增长的，从以上分析来看，整个医药市场在

2010年将保持增长势头。同时，2009年是中国的医改年，是历年来医药行业政策出台最密集的一年。这些政策的出台导致中国医药市场出现新的格局和变化。日本企业在中国医药领域将会有哪些问题，以下就政策方面进行阐述：

(1) 2009年是中国医改年，新医改及配套政策相继出台。1月21日，国务院审议并原则通过《医改意见》和《2009—2011年医改实施方案》；4月6日，国务院出台《关于深化医药卫生体制改革的意见》，提出“逐步实现人人享有基本医疗卫生服务”、缓解“看病难、看病贵”的问题；4月7日，国务院《关于印发医药卫生体制改革近期重点实施方案（2009—2011年）的通知》；8月18日，公布《国家基本药物制度实施意见》和《国家基本药物目录（基层医疗卫生机构配备使用部分）》（2009版），明确基本药物目录自2009年9月21日起实施；10月2日，国家发展和改革委员会公布了国家基本药物的零售指导价格，45%的药品降价，平均降幅12%，有49%的价格未作调整，有6%的短缺药品价格有所提高。11月23日，国家发展和改革委员会、卫生部和人保部联合发布《改革药品和医疗服务价格形成机制的意见》。明确医药价格改革的目标，严格流通环节差价率，诊疗价格适当提高。11月30日，人保部公布了2009年版《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》，新版目录中中西药品种增加10.6%，中成药品种增加20%，民族药则减少两个品种。新医改方案给中国医药行业提供了一次较大规模扩张的机遇，尤其是基本制度的确定建立了覆盖城乡居民的基本医疗卫生制度，扩大了医疗服务市场，尤其是社区和新农合，对于一直注重高端市场的跨国企业其实也是一次好的机遇。为了加快进入中国市场的步伐，跨国企业可能采取放弃获得高额利润的专利药而转战到利润较低的非专利药市场，并且拓展二、三线的城市甚至农村市场。

(2) 新医改增加医药领域的投资，普及医疗卫生服务，将不断在增加中国对产品的需求，跨国企业在疾病预防、疫苗研发生产等方面居世界领先水平，新医改的进行也使得跨国医药集团

可能参与其中。并且在中国市场建立研发中心和生产基地，可以节省成本，与当地企业建立合作伙伴关系。进入到医改的市场需求中去。

(3) 新医改促进跨国企业产品转型，根据中国主要的疾病谱和药品消费特点，加大投入，研发组合医药产品，主要是针对市场前景比较广泛的癌症和心血管疾病的药品，并覆盖了专利药、普药和非处方药。

(4) 1月17日，中国卫生部等出台《关于进一步规范医疗机构药品集中采购工作的意见》，将减少药品流通环节规范医疗机构药品集中采购。集中采购时，将价格降低作为采购时的第一要素，长期以来，如何保证药品质量将成为一个更重要的课题。并且希望政府对于单独定价产品不再要求参加各省招标，招标以省为单位时，也希望减少实际操作过程中的地方保护主义。

(5) 国家发改委起草了《改革药品和医疗服务价格形成机制的意见》，为了促进科学合理的药品价格形成机制，《意见》一方面将鼓励与支持药物创新，进行新药定价前的药物经济学评价，利用价格杠杆鼓励基本药物的生产经营；另一方面将逐步缩小单独定价药品与统一定价药品的价差。在定价方法上，坚持成本定价与效果定价相结合的原则，更加强调质量标准。因此，对于原来执行差别定价（单独定价）的专利药和原研药，虽然在定价上还是有所区别，但是以后要逐步缩小差别定价药品与统一定价药品两者之间的价差。

(6) 2009年1月7日正式颁布实施《新药注册特殊审批管理规定》，是为了鼓励研究创制新药，有效控制风险。《规定》指出治疗艾滋病、恶性肿瘤、罕见病等疾病，并具有明显临床疗效优势的新药等四方面情形可以进入特殊审批。

(7) 2009年6月11日，中国SFDA发布《关于实施国家药品编码管理的通知》，要求对批准上市的药品实行编码管理。这样便于药品监管部门打击假冒伪劣药品。

(8) 2009年6月2日，中国SFDA发布《关

于规范药品购销活动总票据管理有关问题的通知》，首提“共犯论处”，对指导或者应当知道他人生产、销售假药、劣药而为其提供发票的，应按照《两高司法解释》有关规定，应移交司法部门依法处理。

(9) 2009年8月19日，中国SFDA印发《药品技术转让注册管理规定》，让技术作为一种产品，在市场上有序流通，鼓励一些技术有条件的向外部转让。让国外的先进生产技术落户中国。

以上这些法规都是中国政府规范医药市场的举措，在规范过程中也保护了外资医药的利益，同时也对外资的产品结构、价格政策、药品管理及技术提出了新的方向和要求。因此，日本制药企业在华同样面对更加广泛的市场以及更大的挑战。

<建议>

① 希望能够将利用“Import Drug License 进口药品注册证书”的进口报关手续简单化。

购买医药品生产商原料药的顾客在进口报关时，需携带“进口药品注册证书”原件。由于本证书不允许重复签发，更新时又需要出示原证书，因此希望能够尽量避免携带极易遗失和损坏的证书。然而事实上是，每次进口报关时都必须将证书携带至各地。我们能够理解制定这样的措施是为了防止假证的出现，但希望通过制定“优秀报关公司”制度等方法简化手续。

② 希望贯彻RDP (Regulatory data protection) 的监督管理，保护开发人员的知识产权。

③ 希望防止专利药品的仿造。

④ 为确保更多患者可以接受最新药品治疗，希望至少每两年修改一次RDL(Reimbursement drug list)。

⑤ 希望简化临床试验的申请手续。

⑥ 希望恢复分公司的注册申请权限。

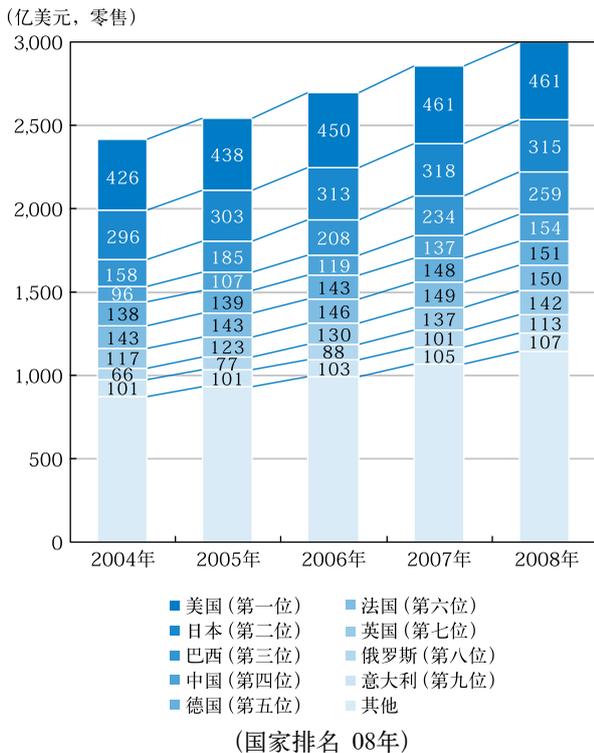
⑦ 由于地区的差异，注册和认证的标准、手续及检查方法等内容也有所不同。希望能够尽快统一。

4. 化妆品

2001年末，中国加入WTO以后，中国化妆品市场一直以每年高于中国政府公布的全国GDP增长率的比率不断发展。现在零售规模总额，在亚洲范围内仅次于日本排名第二、世界范围来看，上升至第四位。（图1）

2009年化妆品产业回顾

图1：化妆品行业全球零售市场规模总额及中国的排名（年度变化）



从企业及品牌角度来看，目前有包括日资企业在内的多家化妆品生产商（企业）正在将中国市场做为最重要市场，本国优先的市场投资大部分转向投入中国市场，全方位推出新企业及新品牌，而另一方面，前20位化妆品生产商的销售份额正由2001年的38% 扩大至2008年的62%，LOREAL及资生堂等目前排名前几位的企业正在凸显垄断性特征。

此外，从90年代后半期开始，随着“药房”及“大型超市”等新兴零售方式的兴起及全国范围内连锁经营的扩大，化妆品的购买渠道逐渐趋于多样化，但主要的综合性化妆品生产商仍将“百货商场”作为整个市场中“彰显品牌（席位）”的主要销售渠道，使得该渠道所占市场份额及品牌间的卖场竞争日益激烈，近2~3年“百货商场”销售额所占销售比例与整个市场的增长率持平。

图2：中国化妆品市场不同渠道的销售比例（年度变化）

	1998	2000	2002	2004	2006	2008
百货商场	62%	50%	39%	32%	33%	33%
巨型超市	-	-	-	5%	7%	9%
普通超市	19%	23%	26%	22%	24%	23%
化妆品专卖店	11%	9%	7%	6%	6%	6%
药房	0%	0%	1%	1%	1%	1%
药店	2%	3%	4%	5%	6%	7%
CVS	-	1%	3%	4%	4%	4%
直销及其它	6%	15%	21%	24%	18%	17%
合计	100%	100%	100%	100%	100%	100%

出自：欧睿国际

各国增长率的年度变化

		2005年	2006年	2007年	2008年
1位	美国	+3%	+3%	+3%	▲0%
2位	日本	+3%	+3%	+2%	▲1%
3位	巴西	+17%	+12%	+12%	+11%
4位	中国	+12%	+12%	+15%	+13%
5位	德国	+0%	+3%	+3%	+2%
6位	法国	+0%	+2%	+2%	+1%
7位	英国	+5%	+6%	+5%	+4%
8位	俄罗斯	+16%	+15%	+14%	+12%
9位	意大利	+0%	+2%	+2%	+2%
-	其他	+6%	+7%	+7%	+8%
	全球	+5%	+6%	+6%	+5%

出自：欧睿国际. 各国排名以市场规模额为基础

出口方面，如今在中国生产的化妆品向世界150多个国家出口，但是09年度的出口由于受到08年全球经济低迷的影响，以重量为基准的出口量同比下降13%，以金额为基准的出口总额与去年持平，略有回落。

此外，进口方面以重量为基准的进口量同比下降6%，但是以金额为基准的进口总额同比增长7%等，呈现持续增长的趋势，由此可以看出中国顾客对进口产品的喜好依然不减。（图3.4）

图3：中国化妆品的进出口总额（年度变化）

税目	2009年出口				2009年进口			
	重量 (万吨)	同比 (%)	金额 (亿美元)	同比 (%)	重量 (万吨)	同比 (%)	金额 (亿美元)	同比 (%)
2004年	20.71	+26%	6.15	+18%	1.64	+59%	1.81	+72%
2005年	26.40	+27%	8.40	+37%	1.96	+20%	2.55	+41%
2006年	32.17	+22%	10.45	+24%	2.45	+25%	3.28	+29%
2007年	36.20	+13%	12.40	+19%	3.30	+35%	4.70	+43%
2008年	32.64	▲10%	12.59	+1%	3.79	+14%	7.01	+49%
2009年	28.36	▲13%	12.54	▲0%	3.56	▲6%	7.48	+7%

出自：中国香料香精化妆品工业协会

图4：中国化妆品进出口实绩（项目分类）

税目	2009年出口				2009年进口			
	重量 (吨)	同比 (%)	金额 (万美元)	同比 (%)	重量 (吨)	同比 (%)	金额 (万美元)	同比 (%)
香水及克隆香水	10,305	114%	6,378	107%	1,018	77%	5,531	109%
唇用化妆品	8,773	84%	11,879	95%	574	85%	2,466	96%
眼用化妆品	9,335	99%	12,315	97%	877	94%	3,829	104%
美甲类化妆品	5,842	115%	3,404	115%	1,128	85%	821	105%
粉类化妆品 (不问形制)	10,034	79%	7,066	81%	408	79%	2,873	103%
其它彩妆、护肤化妆品	58,511	96%	42,139	109%	14,652	100%	50,361	107%
洗发水（香波）	37,652	104%	7,450	109%	4,356	121%	1,796	147%
烫发水	657	154%	306	128%	346	72%	139	83%
定型剂	2,481	91%	764	112%	362	120%	488	230%
其它护发产品	16,990	94%	5,402	99%	4,072	111%	2,439	134%
剃须用品	3,713	150%	685	80%	404	75%	391	75%
身体用除味剂及除汗剂	5,346	64%	1,992	82%	471	69%	386	65%
浴盐及其它沐浴用品	76,411	63%	14,330	74%	3,998	65%	1,490	71%
脱毛剂及上述未包括的 芳香产品化妆品 沐浴用品	37,542	131%	11,300	130%	2,958	99%	1,796	108%
总计	283,591	87%	125,411	100%	35,624	94%	74,806	107%

出自：中国香料香精化妆品工业协会

2009年化妆品相关法规动向

自2009年3月在活性剂中检出1,4-二恶烷,4月在滑石粉中检出石棉等,问题发生以来,中国政府加强了对化妆品原料的管理。就后者的问题,国家食品药品监督管理局于2009年4月公布了《关于加强以滑石粉为原料的化妆品卫生许可和备案管理工作的紧急通知》,规定凡配方中含有滑石粉的化妆品必须进行石棉测定。

有关医药品申报方法也日趋严格,2009年12月国家食品药品监督管理局公布了《化妆品行政许可申报受理规定》,加强了对新原料所含杂质及安全性的管理,但仍存在事先通知工作不到位的情况,导致目前各化妆品生产商的新产品销售处于滞后状态。

环境方面,09年底国家环境保护局下发了《新化学物质环境管理办法》,要求调制化妆品所用的原料需提前登记申请,并需要重新对原料进行环境影响评价确认。

2010年以后的行业动向

2010年度中国化妆品市场动向

- 1) 中国经济率先从2008年下半年的全球金融危机中复苏,内陆地区人均可支配收入呈不断上升趋势。
- 2) 预计上海世博会的召开及政府提出的以农村和基层为重点的经济刺激政策等会进一步拉动消费,使零售市场继续保持2009年度强劲增长的发展态势。此外,消费主体将由过去的富裕阶层逐渐转以80后为主的中等收入群体。
- 3) 预计美容、化妆将在农村、内陆地区普及和推广,化妆人口将有所增加。

综上所述,中国的化妆品市场将以超过政府既定目标GDP增长率,保持近2位数的继续增长。(以零售为基准)

另一方面,行业预测今后将在原有水平上

进一步加强管理和限制,尤其是对新原料的使用管理会越来越严格。就相关方面,计划将在2010年4月开始实行《化妆品行政许可申报受理规定》,但在有关新原料的定义及原料安全性的保障等内容上仍存在多处模糊点,目前究竟以何种标准要求生产商尚不明确。

因此,涉及进口化妆品及中国国产特殊用途化妆品的产品,针对每个药品办理许可证比以往更加困难,新产品发售时期将陷入混乱。

结果,企业将面临取消调配新原料,需要重新实施原料安全性保障试验等问题。

此外,已公布的《新化学物质环境管理办法》将于2010年10月施行,此外还即将公布容器包装回收法及清洁生产标准等以节能环保为目的的法规,企业将担负比以往更重的负担。

<建议>

- ① 目前,由省级食品药品监督管理局对化妆品生产企业进行卫生许可,以及国家质量监督检验检疫总局对化妆品生产企业办理生产许可。对于化妆品生产企业而言这两类许可的内容及要求几乎完全相同。希望对多部门管理体制进行改革,放宽投入市场前的审批手续,例如将二者的审批一体化。
- ② 希望对目前卫生部和国家质量监督检验检疫总局正在采用的两种不同的强制性化妆品卫生标准进行统一。
- ③ 希望取消省级生产企业国产特殊用途化妆品的卫生审查,简化国产特殊用途化妆品的审查手续。
- ④ 希望化妆品卫生管理部门能够对防腐剂、色素、UV材料等中限制使用的新原料进行严格的审查。另一方面,对于普通的新原料,希望可以仅提交基本性安全资料。

- ⑤ 希望能够简化登记后配方发生微小变化，但不影响产品安全性及主要效果的情况下重新检验、重新登记的手续。此外，希望简化对不会影响卫生安全的其它变更事项的审查。
- ⑥ 根据强制性国家标准“消费者使用说明——化妆品通用标签”的规定，自2010年6月17日起，企业必须将生产及进口产品的全部使用成分以中文形式标注。根据相关规定，其中必须使用卫生部于2007年发布的《国际化妆品原料标准中文名称目录》（以下简称“目录”）中记载的成分名称。但是，目录并不符合现状。企业自主命名时，会出现同一原料使用不同名称的问题。希望尽早更新目录。
- ⑦ 现行的《化妆品卫生规范(2007版)》中未找到有关化妆品中不可避免存在的禁用物质的残留微量的明确说明，并且尚存在对部分着色剂原料的规格要求过于严厉，不符合化妆品的特征等不合理且不科学的部分。希望能尽快完善。
- ⑧ 目前，国内有关化妆品产业的广告相关法规主要有《广告法》（1995）、《化妆品广告管理办法》（1993），《印刷品广告管理办法》（2005），《反不正当竞争法》（1993）四个法规及办法可以适用。这些法规当中，针对同一广告行为的部分条款，尤其是处罚条例存在重复或有分歧的部分。并且存在条款表述含糊、解释过于宽泛的问题。因此，随着行政负责人不同，相关解释也有所不同，企业承受处罚的差异非常大，希望能够尽快改善。

5. 水泥

2009年回顾

概况

2009年，由于中央和地方各级政府的扩大内需的拉动，基础材料水泥的产量创下历史新高16.3亿吨。自1985年水泥产量居世界第一以来，中国已连续25年居世界首位，占世界生产总量的一半以上（约54%）。

随着以西北部为中心的地区的快速发展，水泥产量的增长率实现了同比增长18%，抑制了自2008年中期开始的减速趋势。地区产量增长率处于前3位的分别是内蒙古48%、四川46%、青海34%。2009年的产量同比增长了约2.5亿吨，相当于世界第2的印度和世界第3的美国的产量之和。

由于新增了176条新型干法线和落后生产方式（立窑、湿法回转窑等）的淘汰政策，最新生产方式——新型干法回转窑的生产比率达到了70%，提早1年实现了十一五规划的目标。

表1：2002年以后中国水泥产量的推移

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
产量 (百万t)	725	862	970	1,064	1,235	1,354	1,388	1,629
增长率 (%)	9.2	18.9	12.5	9.7	16.1	13.5	5.2	17.9

出处：数字水泥网

※一部分增长率的计算有误，但还是使用了公布的数值。
※日本2009年的国内水泥销量为43.5百万吨。同比减少13.8%，为41年前（1968年）的低水平。

2009年的热点

2009年9月国务院公布了《关于抑制部分行业产能过剩和重复建设引导产业健康发展的若干意见的通知》。水泥和钢铁、平板玻璃等被指定为产能过剩行业，迫使采取对策。继而在11月工业和信息化部公布了《关于抑制产能过剩和重复建设引导水泥产业健康发展的意见》。该意见里提出了业界的主要问题点和解决对策：

产能过剩

2008年末，产能过剩已达5亿吨，进入2009年，初步统计表明，还有6亿吨的新增产能的计

划。生产能力极度过剩很可能会影响水泥产业的健康发展。

→2009年9月末为止，尚未开工的新增项目一律停止。

淘汰落后窑

能源效率低、并带来粉尘污染的落后窑的生产能力全国还有5亿吨，占全部生产能力的27%。

→到2012年全部淘汰，要求各地工业主管部门公布淘汰的落后企业列表、时间表。

结构调整、提高产业集中度

继续实施国有大型企业为主导的企业重组、生产集约化，到2010年年末产量前10位企业要有30%的份额。（现在份额为22% 参照表2）

表2：2009年水泥企业产量前10

	企业集团名称	产量 (万吨)	增长率 (%)	份额 (%)	主要据点
1	安徽海螺水泥	10,085	27.5	6.19	安徽、江苏、广西
2	南方水泥 (中国建材)	6,657	12.5	4.09	浙江、湖南、江西
3	中联水泥 (中国建材)	3,427	9.9	2.10	山东、江苏、河南
4	唐山冀东水泥	3,050	37.8	1.87	河北、陕西、内蒙古
5	山东山水水泥	2,977	0.4	1.83	山东、辽宁、河北
6	湖北华新水泥	2,669	8.6	1.64	湖北、江苏、河南
7	吉林亚泰水泥	2,247	36.2	1.38	吉林、黑龙江
8	拉法基瑞安	2,142	20.9	1.31	四川、云南、重庆
9	中材集团	1,826	26.7	1.12	宁夏、新疆、江苏
10	河南天瑞水泥	1,798	31.0	1.10	河南、辽宁

出处：数字水泥网

※日本企业在中国的水泥产量为，太平洋水泥的合资企业（大连、秦皇岛、南京）480万吨、三菱材料的合资企业（烟台）130万吨、由住友大阪水泥间接出资的云南昆钢嘉华水泥建材325万吨。

2010年的展望

概述

水泥的需求增长由进入成熟期的沿海地区转移至快速发展阶段的西北地区。政府主导的扩大内需政策还将继续稳定的实施，预计2010年的需

求量为19亿吨（增长率为17%）。

另一方面，由于工厂的新建审核越来越严格，所以预计2010年以扩大市场份额为目标的国有大型企业为中心，收购并购将进一步发展。2010年新投产的水泥生产能力预测将达到1.6亿~2亿吨，供给过剩状况将进一步严峻。特别是在华东、华南地区，价格竞争的弊病可能会扩大。

对于激增的生产能力，促进淘汰落后窑，将是解决环保节能问题、生产过剩、价格恶性竞争的一条可行捷径。

2010年的重点措施：

总量控制：

2009年年末时的产能过剩达到了6亿吨。对水泥行业的投资没有有效控制，结果导致出现地区性的供给不平衡、恶性竞争。2010年内预定公布《水泥行业准入条件》《企业重组指导意见》。

推进淘汰落后窑

在2010年里推断将有必要淘汰1亿吨产能的落后窑生产设备。解决地方政府的干预和安置劳动者等难题也是大的课题。

环保、节能的对应

扩大余热发电等节能措施，发展利用水泥窑的城市垃圾和产业废弃物处置，促进减排、循环经济。

关于城市垃圾或下水污泥的无害处理，目前还处于研究阶段，但迫切需要实现早期应用。需要世界先进水平、拥有成熟技术的日本企业的协助。

企业重组、集约化的加速

加速大企业的集中化、强大化。特别是奖励、促进以地区龙头企业或技术先进企业作为基础，吸收、救济困难企业、环境污染企业。

“建材下乡”

为促进新农村建设，拉动占水泥总需求量

1/3以上的农村需求，继汽车、家电之后，对购买必要建材用于农村房屋、基础设施建设等方面建设的农民给予一定比例的补贴。作为产能过剩的对策，期待其效果。

<建议>

- ① 产能过剩、重复建设对策的实施：为了改善资源、能源的浪费和环境污染，追求行业的正当利益，希望能按政策所公布的内容一样，抑制产能过剩、无一例外实施淘汰落后窑。
- ② 废弃物处理补贴的合理化、明确化：关于利用水泥窑进行城市垃圾、产业废弃物等的无害处理，日本有成熟的技术和实际成绩。为了能使企业得到适当的处理补贴以积极地处理产业废弃物，期望对处理补贴的标准合理化、明确优惠政策。有由于得不到合适的政策支持及财政补助使得该事业不合算，最终不得不放弃的事例。
- ③ 垃圾分类的彻底实施：利用水泥窑进行城市垃圾、或者城市垃圾焚烧飞灰的无害处理，作为延长垃圾填埋场的寿命、解决最近成为社会问题的垃圾处理厂建设预定地附近居民的反对建设运动，有一定的效果。为了让水泥企业积极参与，且抑制单耗能，垃圾分类是不可或缺的。比较日本和中国的城市垃圾，中国的垃圾中含水分较多并混有不可燃物。期望首先从大城市开始适当的垃圾分类并严格实施。
- ④ 废弃物利用的技术标准的确立和贯彻实施：在利用水泥窑的废弃物处理上，还未完善技术标准。为了保持水泥的质量、又防止二次污染，期望尽早确立资格认定和技术标准。

6. 钢铁

在2008年全球爆发金融和经济危机的形势下，中国政府迅速出台了4万亿元扩大内需政策及一系列的经济刺激方案。2009年在扩大以铁路、公路、基础设施建设为中心的投资及刺激汽车和家电等产品的消费政策带动下，中国国内的钢铁需求量大幅增加，下半年粗钢生产规模也急速扩大，全年产量达到了5.7亿吨。

另一方面，中国钢铁业长期存在着产能过剩、提高产业集中度、加速企业重组、铁矿石超量进口与贸易秩序混乱等问题，围绕着这些问题，中国政府于2009年3月正式公布了《钢铁产业调整和振兴规划2009—2011》（国发〔2009〕6号），并提出了“加快企业重组，增强企业竞争力，推动钢铁产业由大到强的转变”的指导思想，提出了关于“淘汰落后产能并明确削减目标，加速淘汰”的政府方针，并发表若干意见之后，又在行业界发布了《进口铁矿石秩序自律公约》。

另外据了解，2010年将着手出台《钢铁行业兼并重组指导意见》及《淘汰落后产能中央财政奖励资金管理暂行办法》，并推进2005年7月公布的《钢铁产业发展政策》的修订工作。

但是，淘汰落后产能的进展状况并没有取得明显的效果，加快企业重组和提高产业集中度这两方面也依然处于脱离政府方针的状态。基于上述状况，在这里对2009年的发展作一个简单的回顾和总结，并对2010年的发展提出展望。

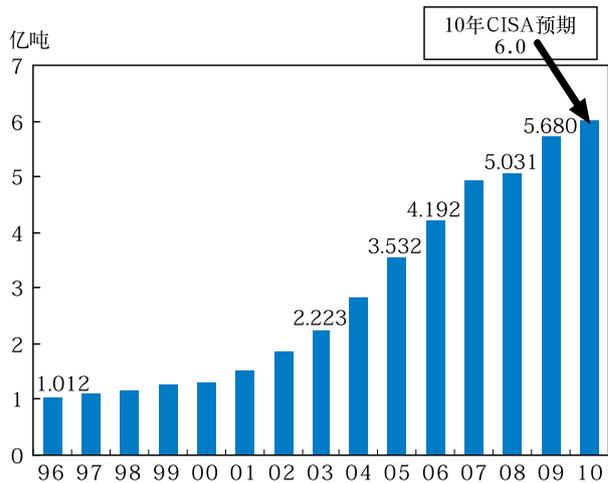
2009年的回顾

中国政府在《钢铁产业调整和振兴规划（2009—2011年）》中指出：“为应对2008年下半年钢铁行业出现的需求急剧下滑，2009年粗钢产量，同比减少8%达到4.6亿吨”。

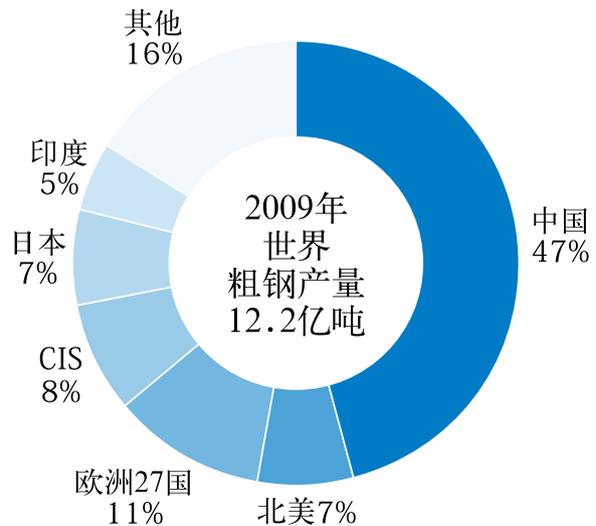
但是，在中央政府扩大内需的一系列宏观经济政策的刺激下，固定资产投资急剧增加，长材

为主的建筑用钢材生产不断扩大，家电下乡及汽车下乡等政策刺激了板材的需求。此外，钢材出口从下半年开始缓慢回升，粗钢生产呈逐月恢复的态势，2009年的生产量为5亿6,803万吨，同比增长12.9%（国家统计局2010年2月25日公布的修正值），超过了年初政府既定目标1亿吨。

中国粗钢产量及所占世界的份额



出处：国家统计局等



出处：世界钢铁协会（WSA）

根据世界钢铁协会（WSA）的数据显示，2009年世界粗钢产量（主要100个国家及地区）同比下降8.0%至12.2亿吨，减产1亿674万吨，连续两年呈负增长状态。其中，中国粗钢产量占世界产量的比重达47%（08年38%），同比上升9个百分点，自1996年起连续14年蝉联世界最大粗钢生产国的地位。

从国内排名前5位粗钢企业的产能占全国产能的比例来看，2009年为29.1%，与08年（28.6%）相比仅上升了0.5个百分点，与《钢铁产业调整及振兴规划（2009-2011）》中提出的“到2011年末国内排名前5位粗钢企业的产能占全国产能的比例达到45%以上”的目标差距尚远。

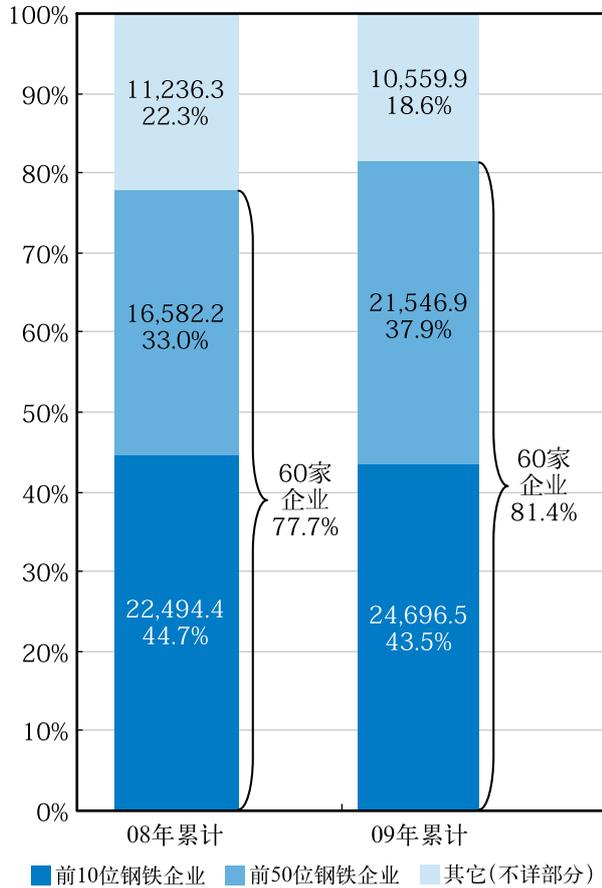
另一方面，产量超过1亿吨的小规模生产企业（据不完全统计），在固定资产投资急速扩大的背景下维持着高水平的生产，继续占据着国内粗钢生产略低迈两成的份额。通过兼并重组提高产业集中度的同时，还要淘汰一些以小型钢铁企业为主的落后产能，其进展状况目前备受关注。

2009年前10位粗钢企业及企业份额

排名	企业名称	08年累计	09年累计	同比(%)
1	河北钢铁集团	3,457.8	4,023.9	16.4%
	唐山钢铁	1,608.8	1,703.9	5.9%
	邯钢集团	608.6	956.4	57.1%
	宣化钢铁	560.1	557.0	▲0.6%
	承德钢铁	557.0	246.5	▲55.7%
2	舞阳钢铁	246.5	560.1	127.2%
	宝钢集团	3,544.3	3,886.5	9.7%
	八一钢铁	484.0	540.4	11.7%
	广东韶钢	407.1	422.7	3.8%
	广州钢铁	323.1	250.4	▲22.5%
3	宁波钢铁	280.9	287.4	2.3%
	武钢集团	2,773.4	3,034.5	9.4%
	武汉钢铁	1,396.2	1,369.4	▲1.9%
	昆明钢铁	502.8	573.4	14.0%
	鄂城钢铁	243.0	256.8	5.7%
4	柳州钢铁	609.3	818.4	34.3%
	鞍本集团	2,343.9	2,918.3	24.5%
	鞍山钢铁	1,603.8	2,012.7	25.5%
5	本溪钢铁	740.2	905.6	22.3%
	江苏沙钢集团	2,467.2	2,638.6	6.9%
	沙钢集团	1,461.4	1,571.4	7.5%
	淮钢特殊钢	331.2	379.9	14.7%
	永钢集团	412.3	443.0	7.4%
	鑫瑞特殊钢	125.5	103.5	▲17.5%
6	江苏锡兴	136.9	140.8	2.8%
	前5位企业合计(2千万吨规模) (占全国产量比重)	14,586.6 (29.0%)	16,501.8 (29.1%)	13.1% (+0.1P)
	山东钢铁集团	2,184.1	2,131.0	▲2.4%
	济南钢铁	1,121.3	1,050.1	▲6.3%
7	莱芜钢铁	1,062.8	1,038.3	▲2.3%
	张店钢铁	n.a.	42.7	n.a.
	首钢集团	1,787.2	1,728.9	▲3.3%
	首都钢铁	1,219.3	1,188.0	▲2.6%
	水城钢铁	307.0	319.0	3.9%
8	贵阳特殊钢	29.6	14.7	▲50.3%
	长治钢铁	231.4	207.2	▲10.5%
	新武安集团	1,306.9	1,671.1	27.9%
	东山冶金	63.9	78.0	22.1%
	文丰钢铁	300.9	304.1	1.1%
9	新金钢铁	241.3	263.1	9.0%
	文安钢铁	101.4	148.9	46.8%
	马鞍山钢铁	1,503.9	1,482.6	▲1.4%
	华菱集团	1,125.7	1,181.1	4.9%
10	湘潭钢铁	555.4	580.8	4.6%
	涟源钢铁	401.8	447.0	11.2%
	衡阳钢管	112.3	109.3	▲2.7%
	江苏锡钢	56.2	44.0	▲21.7%
前十位企业合计(1千万吨规模) (占全国产量比重)		22,494.4 (44.7%)	24,696.5 (43.5%)	9.8% (▲1.2P)
前60位企业合计 (占全国产量比重)		39,076.6 (77.7%)	46,243.4 (81.4%)	18.3% (+3.7P)
其它(不详部分) (占全国产量比重)		11,236.3 (22.3%)	10,559.9 (18.6%)	▲6.0% (▲3.7P)
全国粗钢产量 合计		50,312.9	56,803.3	12.9%

出处：My Steel com、国家统计局

粗钢产量份额

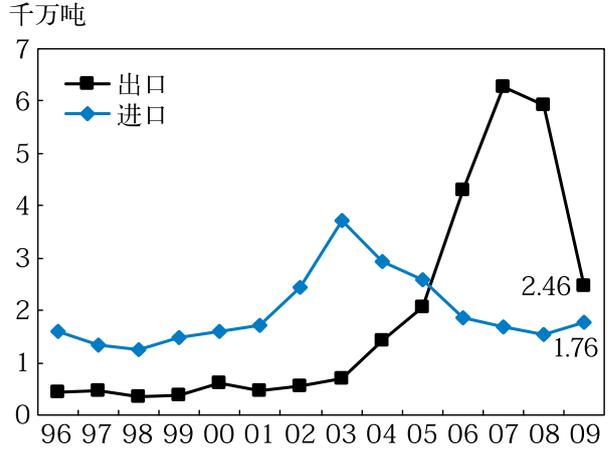


注：排名以2009年业绩为准，企业(集团)分类以09年兼并重组的结果为准，表中所列2008年累计的各企业(集团)及产量比重未必完全反映当时的实际状况。(截止到2008年的前10位公司份额为42.6%)

从2009年的钢材供求来看，除半成品以外的钢材出口量比前一年下降3,465万吨，下降到至2,460万吨，同比下降58.5%，达到自2005年(2,052万吨)以来的历史最低水平，连续两年呈负增长状态。

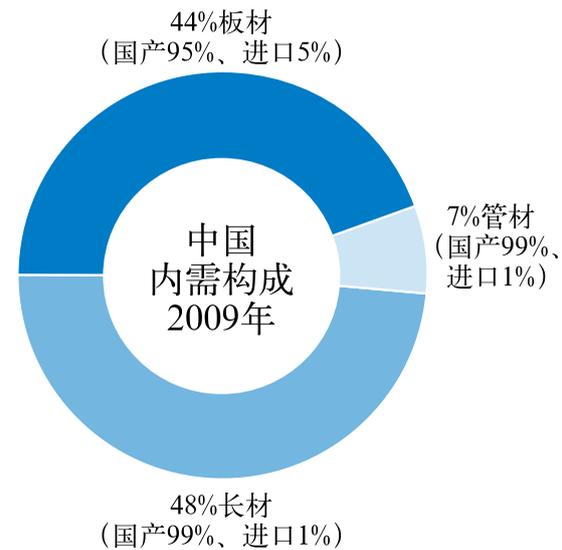
另一方面，除半成品以外的钢材进口量增长了220万吨，达到1,763万吨，同比增长14.3%，相隔6年首次由负转正。内需(生产量+进口量-出口量=表观消费量)方面，长材(约3.3亿吨，同比增长29.8%)、板材(约3亿吨，同比增长23.0%)以量拉动整体需求，管材(约5千万吨，同比增长26.6%)也维持着高速增长，因此全部钢材的表观消费量为6亿8,929万吨，同比增长23.0%，呈现大幅增长趋势。另外，管材的国产化率比2008年(97%)上升了2个百分点，呈现出以产顶进的趋势。

中国钢材进出口趋势(不含半成品)



出处：国家统计局

中国钢铁的内需构成



至今作为世界最大钢铁净出口国的中国，其钢铁出口量由于外需的显著缩减，呈现出空前严峻的下降态势。随着全球性贸易保护主义再次兴起，除欧美以外，亚洲和中美等国家相继针对中国钢铁产品发起反倾销、反补贴的起诉决定。另一方面，中国也针对美国及俄罗斯出产的硅钢片进行了反倾销、反补贴的起诉。

随着世界经济的下滑，2008年下半年以后钢材出口也急剧下降，因此在2009年出台了一系列鼓励出口政策(提高部分钢铁产品出口退税率，降低出口关税，撤销对除铁合金外的钢铁产品的出口许可证制度)。中国钢铁出口在下半年后终于出现复苏趋势，中国钢铁出口的未来动向正备

受关注。

对于占世界粗钢份额接近5成的中国而言，确保钢铁原料的稳定供应是一个重要的课题。但由于受废钢缺、电价上涨等因素影响，中国钢铁行业中一贯以铁矿石与焦炭为原料的高炉炼法占整体的80%以上。铁矿石进口规模远高于各钢铁主要生产国及地区（美国、欧盟5国、日本、韩国、台湾地区）的合计进口总量，位居世界首位，2009年占到了铁矿石海外贸易量的60%以上。从2009年的铁矿石供求状况来看，国内生产量（以原矿为基准，同比增长8.9%为8.8亿吨，品位30%左右），比2008年增加8千万吨。而另一方面，进口量（同比增长41.6%为6.3亿吨）比2008年增加1.8亿吨，呈现大幅增长，进口量及增幅均创历史新高。供过于求的超量进口使铁矿石的港存量居高不下，出现了贸易秩序混乱的局面。

另一方面，中国企业中的华菱集团、鞍钢集团、武钢集团、包钢集团、重钢集团（矿产开发投资有限公司）及宝钢集团在澳大利亚、加拿大、巴西等海外地区不断扩大铁矿石的投资，扩大了铁矿石的进口权益。

从包括动力煤在内的原煤生产状况来看，国内生产量为29.6亿吨，同比增长12.7%。与此同时，进口量在钢铁和电力等需求增大的背景下同比增长3.1倍，激增至1.2亿吨。废钢的进口量也同比增长3.8倍至1,369万吨，呈现大幅增长。

在钢铁行业的结构调整方面，中国政府在《钢铁产业调整和振兴计划（2009—2010）》中提出的任务是：①2010年年底前，淘汰300立方米及以下高炉炼铁产能5,340万吨，20吨以下的转炉和电炉炼钢产能320万吨；②2011年年底前再淘汰400立方米以下的高炉炼铁产能7,200吨、30吨以下的转炉和电炉的炼钢产能2,500万吨。此外，工业和信息化部在11月发布通知称，2009年各地共淘汰的设备中，炼铁产能2,113万吨（当初目标1,000万吨），炼钢产能1,691万吨（当初目标600万吨）。各钢铁企业虽致力于削减落后产能，但还有新建的设备，相对于2009年5.7亿

吨的粗钢产量而言，产能可达到约7亿吨，产能过剩的问题仍然未得到解决。

另一方面，企业的兼并重组进展缓慢，希望今后进一步加快实现“淘汰与重组”。2009年钢铁行业的主要兼并重组状况为：①宝钢集团收购宁波钢铁；②首钢兼并重组长治钢铁；③山东钢铁集团与日照钢铁的正式合并等。

2010年的展望

中国钢铁工业协会（CISA）在2010年理事（扩大）会议（2010年2月5日）中作出以2010年中国钢铁行业展望为题的报告，其内容如下。

2010年的中国需求

预计2010年固定资产投资额，尤其是新开工项目计划总投资额的增幅将大幅缩减。假设2010年全社会固定资产投资扩大20%，社会消费品零售总额提高16%，出口量扩大8%的情况下，可以乐观地预测认为：2010年中国国内市场的粗钢表观消费量将比2009年增长8%~10%，达到6亿1,000万~6亿2,000万吨。

2010年的钢铁贸易

钢材进口方面，中国的汽车、家电等行业对薄钢板的需求有可能将会增加，由此带来其进口量增加，从而导致市场竞争激烈化。2009年普通冷轧薄板卷（0.5—1.0mm）的进口量比2008年增加107万吨，同比增长78.6%至243万吨。

在设法稳定现有市场份额的同时，必须扩大外资或合资企业对国产钢材的使用比例。在钢材出口方面，保持适当地钢材出口量关系到国内市场的稳定。具备条件的企业必须立足于2009年的成绩，在不缩小现有市场出口比率与出口量的前提下，进一步扩大出口比率，同时努力开发新市场，恢复钢材出口量。

2010年的钢铁生产

多数钢铁企业在计划2010年实行增产计划，导致“供求矛盾”为加剧。鉴于资源及能源环境

的制约、国际贸易保护主义影响的深化、宏观形势及社会库存等不确定因素造成的影响，预计2010年的粗钢产量将同比增长6.2%至6亿吨左右。

日中关系

回顾2009年日本与中国的钢铁贸易关系，对日本而言，中国是单一国中继韩国之后成为日本的第2大出口国(以钢铁总量为基准)。另外对中国而言，日本也成为中国的最大供给国(中方角度统计的进口比例为23%)，但是份额较上一年回落17个百分点。从2009年日本向中国的钢铁出口状况来看，在汽车、家电等行业的良好形势带动下，镀锌钢板、冷轧板材、热轧宽薄带钢在数量上占据前列；但与上一年相比，镀锌钢板出口同比减少30%。冷轧板材出口同比减少16%，而热轧宽薄带钢的出口量则同比增长2.7倍。另一方面，受中国扩大钢材生产的影响，生铁出口(同比增长303倍)、半成品出口(同比增长4.9倍)急速增长，此外在包括铁路的基础设施投资增加的背景下，钢板桩出口(同比增长3.7倍)，钢轨出口(同比增长19倍)也开始大幅度增长。其它的许多品种出口较上一年都大幅下跌，整体出口量同比减少3.3%至702万吨(包括对香港出口的部分)，呈负增长状态。

另一方面，从中国的进口数据来看，生铁、铁合金、钢坯·半成品、钢板桩、热轧宽薄带钢以外的其它各种产品从日本的进口量与上一年相比也呈下跌现象，同比下降3.3%至700万吨(含经由香港的部分)。此外，包括中国生铁与铁合金在内的钢铁产品向日本的总出口量(同比下降51.5%至110万吨)较上一年减半，呈连续两年缩减状态。从各种产品类别来看，生铁和镀锌钢板的出口量略有增加。铁合金(同比下降67%至38万吨)、型钢(同比下降80%至1万吨)、中厚板(同比下降79%至2万吨)、热轧宽薄带钢(同比下降73%至6万吨)、冷轧板材(同比下降48%至3万吨)等产品的出口量均减少。

由于中国钢铁行业产能过剩，因此钢铁进

口呈减少趋势。此外就硅钢片和无缝管材等部分高端钢材而言，虽然呈现以产顶进的趋势，但如果2010年汽车等日资用钢行业的生产发展坚挺的话，日本出口钢材的量有望保持一定的增幅。

日中钢铁行业的交流

日中钢铁行业的交流中，日本钢铁连盟担负着作为与中国钢铁业界的窗口单位中国钢铁工业协会(CISA)的信息交换和交流等相关的日常联络及协调工作。过去的2009年，日中钢铁行业之间展开了如下交流活动。召开第4届日中钢铁业/环保及节能先进技术交流会(3月/东京)；向第七届钢材市场和贸易国际研讨会派遣发言人(3月/上海)；日中钢铁对话(7月/东京)；与中国钢铁工业协会(CISA)代表团的对话交流(12月/东京)；统计方面的日中钢铁的铁连统计专门委员会到CISA访问及交流(2010年1月/北京)等。

<建议>

- ① 结构调整：中国政府主导的钢铁行业结构调整受到了海内外的瞩目，希望能够基于政府既定方针倡导的“内需主导型发展”模式，围绕中国钢铁行业的未来发展，展现出一幅清晰的宏伟蓝图。
- ② 生产：中国钢铁行业表明2010年将进一步扩大钢铁生产，并对有可能出现供求不平衡现象表示担忧。随着中国钢铁供求动向对世界的影响逐年加大，希望能够以实现“供求平衡”为目标做出进一步努力。
- ③ 贸易：为避免因国内的供求不平衡导致多余钢铁产品大量转向“出口”的局面，希望今后能够保持“维持出口市场的稳定和秩序”的出口态度，通过强化双边对话机制，就对“防患于未然，双方共同努力将贸易摩擦消除在萌芽状

态”这一看法达成共识。

- ④ 铁矿石：在各国的反垄断机构审查日趋严格的情况下，希望作为铁矿石最大进口国的中国能够与世界钢铁行业步调一致，采取打破铁矿石市场寡头垄断的措施。
- ⑤ 环保节能：作为解决气候变暖问题的国际合作的一个环节，希望能够与日本就环保节能方面进一步深化产业交流。
- ⑥ 统计：希望能够准确迅速地抓住钢铁需求动向，有效利用“供求平衡”，进一步努力完善和扩充统计数据。

7. 家电

09年家电市场

2009年中国国内电器产品（家电、IT、移动电话）的市场规模（零售总额）约为8,442亿元人民币（约11.4万亿日元），比去年增长6.7%。但是与2007年的增长率14.2%和2008年的增长率7.1%相比，增长速度有所减缓。

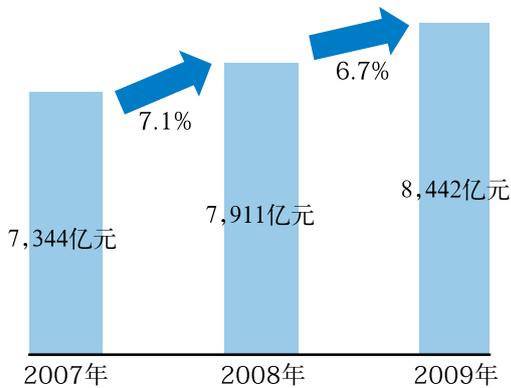
按类别来看，占电器产品市场约四分之一的移动电话虽然销量比去年微增1.7%，但因为主要商品GSM移动电话的单价下跌，销售金额比去年减少5.6%；而IT产品的销售额却大幅增加，笔记本电脑的销售额比去年增加了49.8%，生活家电中的冰箱增加了29.9%，AV商品中的薄型TV增加了22.2%。

关于去年各范畴家电产品的每季度的销售，AV产品、生活家电、DSC产品在第1季度起步时均比上一年低，但从去年2月开始，因受全国实施的“家电下乡”政策的影响，生活家电从第2季度开始恢复增长。AV商品因为有2008年北京奥运会的特别需求，所以虽然上半年的销售与上一年同期相比较困难，但从第3季度开始恢复增长。

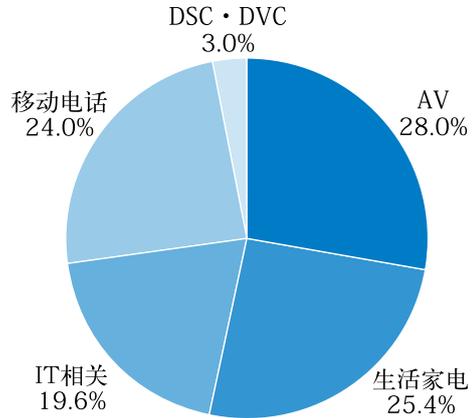
按商品种类来看，超薄电视、冰箱、空调和洗衣机等在农村市场的销售也出现增长，销量和销售额的增长率均达两位数以上。

特别是超薄电视按销量计算比上一年大幅增长80.0%，按销售额计算则增长22.2%。而DSC（数码相机）的销售额比上一年减少，DVD播放器的销量和销售额均有所减少。

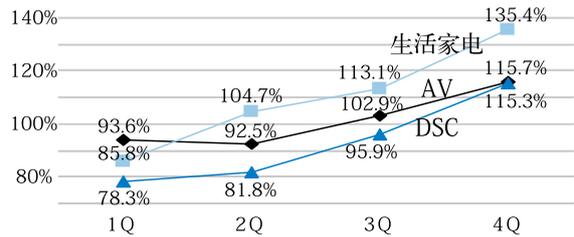
中国电器产品市场规模变化



2009年各类产品的市场规模

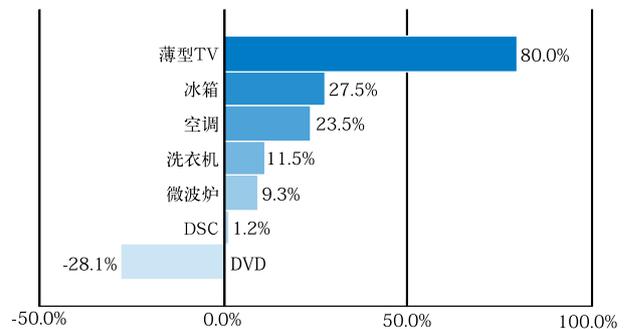


2009年各范畴市场规模变化

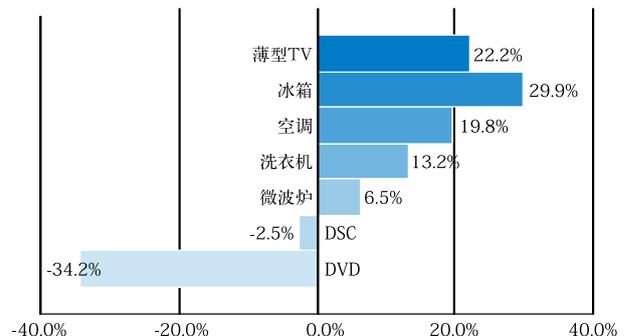


以上图表的出处: Gfk

09年家电的各主要商品的销量增长率



09年家电的各主要商品的销售额增长率



出处: Gfk

AV商品

彩电

2009年的彩电产量约为9,590万台（比上一年增加6.2%），其中出口量约为5,555万台（比上一年增加11.2%），国内销量约为3,450万台（比上一年减少3.2%），销售额约为1,312亿元（比上一年增加6.8%）。其中，超薄电视的产量为7,079万台，占彩电总产量的73.8%；出口量约为4,096万台，比上一年大幅增加64.0%，电视机向轻薄型发展迅速。

2009年，全世界超薄电视的出货量约为1亿5千4百万台。中国的产量约占46%，在中国的销量约占16%。根据中国电视机厂家协会的预测，2010年中国的彩电产量约为1亿台，其中，超薄电视为8,300万台（增加17.2%），超薄电视的比例提高九个百分点以上，达到83%。

目前，中国国内各地正在建设第8代液晶面板工厂，将来可以在国内采购大量的液晶面板，生产将愈发向中国集中。另外，因为生产规模的扩大和供应过剩导致的价格竞争将愈演愈烈，预计在农村等新市场的销售也会迅速增加。

数码相机

2009年的国内销量为1,118万部（增加1.2%），销售额为251亿元（比上一年减少2.5%），在2006年、2007年市场迅速扩大后，从2008年增长开始变缓，2009年销售额首次出现减少。主要原因是小型相机的销量减少，单反相机的销量趋于增加。

生活家电

空调

2009年，空调的国内销量为2,200万台（比上一年增加23.5%），销售额为640亿元（比上一年增加19.8%），销售大幅增长。各生产厂家在上半年来通过降价等消化库存产品，全国各地在销售最旺的夏季出现酷暑天气，这也促进了销售。因为中国政府于2009年5月开始推行推荐绿色产

品的“节能惠民工程”，使消费者对节能和环保提高了意识，因此以城市为主，变频空调等节能型商品的销售也增加了。

冰箱

2009年，冰箱的国内销量为2,140万台（比上一年增加27.5%），销售额为563亿元（比上一年增加29.9%），实现了生活家电中最大的销售增长。商务部在“家电下乡”政策中公布的冰箱销量为1,561万台，据推测，实际销量为1,000万台左右。城市的销量比上一年少，但因为大型冰箱的亮相导致单价提高，所以销售额超过了上一年。

洗衣机

2009年，洗衣机的国内销量为1,892万台（比上一年增加11.5%），销售额为323亿元（比上一年增加13.2%），销量和销售额均以两位数增长。在“家电下乡”活动中，销量为558万台，销售额为62亿元，仅次于冰箱、彩电和空调。

2010年家电市场预测

在家电销售中，政府的“家电下乡”等内需扩大政策的效果很明显，政府早早就公布2010年以后继续执行该政策。另外，因为政府提高了“家电下乡”的上限价格，所以以前因为成本问题未能进入市场的外资厂家也有了参与的机会，今后“家电下乡”中可能会有中高级类型的家电产品。

另外，因为“家电下乡”的实施，各生产厂家从重视以沿海地区为主的城市市场转为也重视农村市场，地方上的物流体制、销售网络和服务体制的建设得到了加强，今后对农村消费者的服务水平也很可能得到提高。

主要国内厂家已针对农村市场开发和投入了能抗雷击、抗电压变化、耐高低温、防尘等满足农村特有需求的商品，外资厂家如果不加入针对农村的商品开发，不积极改进落后的物流、服务体制和销售网络，就无法参与“家电下乡”市场及未来扩大在农村市场的销售。

另外，虽然没有正式公布实际的销售业绩等，但受到2009年5月开始实施的以普及节能产品为目的的“节能惠民工程”，以及6月开始实施的以促进换购家电为目的的“以旧换新”的影响，今年扩大城市的内需和普及节能产品的效果很值得期待。

家电下乡

2009年家电下乡各商品实际销售情况

商品	销量 (万台)	金额 (百万元)	构成比例
冰箱	1,561	32,016	46.2%
彩电	880	14,834	21.4%
空调	301	8,085	11.7%
洗衣机	558	6,154	8.9%
个人电脑	130	4,349	6.3%
热水器	125	2,553	3.7%
移动电话	180	1,112	1.6%
微波炉	13	81	0.1%
电磁炉	19	73	0.1%
合计	3,767	69,257	100.0%

出处：商务部家电下乡信息管理系统

2007年12月，在三个省开始试运行的“家电下乡”活动于2008年12月扩大到14个省市，从2009年2月开始在全国推广实施。下乡的商品除了冰箱、彩电、洗衣机、移动电话以外，还增加了空调等商品。政府补贴销售价格的13%，对象限定为农民（农村户口）。从2010年1月末开始提高了主要商品的上限价格，具体如下。

冰箱 2,500元 → 4,000元

彩电 3,500元 → 7,000元

空调 2,500元 → 3,500元

洗衣机 2,000元 → 3,500元

按这个上限价格可以购买大画面超薄电视、三门冰箱、全自动滚筒式洗衣机，今后可能销售中高级类型的家电产品。

节能惠民工程

政府为了普及节能产品，通过补贴生产厂家300~850元的方式，对能源效率高的1级、2级空调产品进行推广应用的制度，从去年5月开始实施。将于2010年5月实施对冰箱的补贴制度，

从9月开始对洗衣机实施补贴。2010年3月将确定薄型TV的节能国家标准，并要求厂家标记于商品上。今后还会确定其他商品的节能标准，扩大“节能惠民工程”的商品对象。

以旧换新

对象商品是电视机、冰箱、洗衣机、空调及个人电脑，从2009年8月开始，在北京、天津、上海、广州、福州、长沙6个城市和江苏、浙江、山东3个省开始实施。在消费者换购时，政府对新购买的商品提供不超过零售价格10%的补贴，并补贴部分回收旧家电的费用的制度。

虽然2009年因为中国政府推出了积极扩大内需的政策，使国内市场有所恢复，但以欧美市场为主的出口还不能期待有很大的增长。在2010年能够有效运用政府的扩大内需政策，自主努力地开发商品和开拓新市场等方面仍很重要。

在沿海城市，受良好经济的支撑，以换购需求为主的中高级机种或支持节能的商品的需求也值得期待。

今后，对生产厂家来说，为了生产符合中国多样化需求的商品和在消费地生产，重新配置生产基地可能成为一个课题。

Gfk：此次使用Gfk提供的数据进行了需求的推算和未来的预测。Gfk是一家在全球实施销售店铺抽样调查，以此推算市场规模和预测发展趋势的市场调查公司。该公司公布的数据在全世界的家电行业内得到了广泛的应用。

<建议>

- ① 有些企业与日本的母公司签订制造产品（成品）所需的技术援助合同，并向母公司支付提成费或专利许可费。这些企业从母公司购买产品制造所需的零部件和材料等，部分地区的海关却在进口货物的课税价格上增加提成费或专利许可费，要求根据合计价格追加缴纳关税和增值税。希望海关能合理办理货物的进

口。

- ② 为了扩大环保产品的市场份额，希望能实施税收优惠政策、提供补贴、向国民进行宣传等，并建立完善必要的制度和政策。并且为了让消费者在购买商品时方便地选择环保产品，希望能完善测量方法和信息公开制度等相关制度。
- ③ 希望能彻底公开有关环境和节能领域的立法活动的信息，明确解释法律。例如，针对产品再生循环法（废旧家电回收处理管理办法）的实施细则的制定，提供征求外资企业意见的机会等。
- ④ 在向消费者提供质量信息和问题信息方面，希望能明确法律根据和技术根据。只根据投诉情况提供的信息有时会给消费者带来不必要的误解，对企业来说，也是品牌整体的风险，而且，很容易受到与其他同行厂商不一样的差别待遇。所以务必请慎重公平的进行处理。

8. 办公设备

中国办公设备行业的动向

中国的办公设备市场呈现了中国经济令人瞩目的发展态势，正在持续、稳定的成长。以办公室中使用的复印机及打印机为代表的一系列办公设备的销量与象征中国市场急速发展的“基建热潮”息息相关，随着办公场所数量的增加，办公设备市场也取得了长足发展。同时，家庭PC的普及及反映出支撑个人消费的购买力增强，办公设备不仅只出现在办公室，也逐渐向家庭普及。

此外，办公设备市场在销量增长的同时，办公设备产品本身在过去的10年里同样发生了巨大变化。以复印机及打印机为代表的一系列输出设备从单一功能产品逐渐向多功能产品进化。传统概念上的复印机及打印机已不再局限于打印、复印功能，目前已实现整合两项功能为标准配置，进一步搭载扫描、传真功能等，“复合机”、“一体机”（MFP指Multi-Function-Printer的意思）等名称已经逐渐被大众所接受。目前的办公设备市场可以说是单一功能机型与多功能机型并存的市场。不仅在功能方面，技术上也同样实现了发展，办公环境的网络化技术和不局限于单色输出、实现彩色输出的彩色化技术是当下办公设备市场中主要的技术革新。

虽然办公设备市场已经取得了坚实的成长，但从2008年下半年开始加剧的全球经济大萧条也给这个市场罩上了阴影。2008年下半年至2009年上半年，市场总体的成长显现颓势，其中某些类别产品的市场状况与上一年度相比出现了负增长的趋势。

从地区上看，这种趋势在以出口产业为中心支持经济增长的中国沿海地区更为明显。重新审视办公设备采购计划的企业在增加，不仅见于延期或取消采购、削减采购预算等采购相关经费，还见于限制输出张数及限制彩色输出等，削减维修及使用相关经费。

另一方面，中国内陆一直以内需为中心支持经济增长，受世界经济危机的影响较少，同时因

世界经济危机后，政府出台了以经济刺激政策为主的扩大内需政策，使得该地区的购买力及采购商机增大，促进了该地区办公设备市场的成长。

从2009年下半年开始，伴随中国GDP成长的恢复，办公设备市场的成长颓势也开始恢复。恢复速度较以消费者为主要对象的产品迟缓，可能要等到个人消费恢复之后，固定资产投资等企业消费才会逐渐恢复。2009年办公设备市场在内陆地区内需扩大、逐渐从经济危机中复苏等正面因素的拉动下，整体呈现出了扩大、增长的趋势。

今后办公设备市场的关键词应该是“环保性能”和“耗材”。与其它商品一样，办公设备也应追求环保性能，这种趋势在中国也不例外。中国政府正在加紧制定与节能及产品回收（循环利用）相关的法规及认证制度。对办公设备生产商来说，环保性能的优劣不仅将成为销售能否延续的必要条件，还很有可能成为影响销售业绩的重要因素。

对于大部分输出设备生产商来说，与主机相比价格竞争较和缓的耗材是相对较重要的产品。中国市场与其它地区相比，使用替代耗材（输出设备生产商生产的指定耗材）的比例较高，包括政府部门在内的多数消费者会选择廉价的替代耗材。由于部分替代耗材存在质量问题，导致输出设备出现故障的案例较多。

此外，中国市场中经常出现假冒伪劣产品。最近，如果不仔细挑选根本无法辨别真伪的产品越来越多，中国单纯的消费者有可能信以为真，买到假货。不仅输出画质低劣，还易造成办公设备主机出现故障等问题，导致中国消费者蒙受财产损失。

问题点

通关标准的统一化

同一产品大量通过海关进口时，必须在每个申报的海关进行HS CODE的分类确认。即使已经备案，也只在该海关有效，有地方保护主义管理倾向。

海关停止设定税收目标额

如果税收达到目标额，则要求将增值税及关税递延到下一纳税年度。相反，税收未达到目标额时，对进口方来说不够合理的指示较多。

按实际使用状况分类征税

即使是在中国普通办公室或家庭中使用的打印机（市场价约2,000元），也会因其具有A3以上幅面输出功能而将其等同于印刷厂所使用的印刷机，征收高额关税。此外，对于普通办公室中使用的“复合机”的定义尚不明确，各海关对其看法不统一，审批流程耗费时间，脱离实际使用状况分类征税的案例较多。

强化对水货的取缔

与中国的电压不匹配，也没有中文的使用说明书，这样的水货在市场中泛滥，有损于希望购买正规产品的中国消费者的权益。同时也会对各公司的品牌形象带来负面影响。

强化对假冒伪劣产品（耗材）的取缔（主管部门主动查处）

目前，为便于行政及公安部门查处假冒伪劣产品，由企业方面对假冒伪劣产品的生产商进行事先调查取证后进行检举。

作为主管部门应主动地对违反刑法、商标法及产品质量管理法的个人或企业积极进行调查和查处。在对查封、扣押及没收的物品进行鉴定时，受害企业方面会全力配合。

强化对假冒伪劣产品（耗材）的取缔（网上销售）

在线B2B、B2C交易被应用于假冒伪劣产品交易的案例正在逐渐增多。网上交易不仅限于中国国内，甚至被应用于跨国交易，这使得来自中国的假冒伪劣产品加速出口。

针对提供B2B网站、B2C网站等网上销售场所的运营商，应赋予定期确认在其网站开店的各家商户是否存在销售假冒伪劣产品等违法现象的义务，并要求其及时向监管部门汇报，同时如果默许曾有销售假冒伪劣产品记录的商户继续在自

己的网站实施销售行为，应追究该运营商的法律责任。为明确运营商的管理责任，监管部门有必要完善相关法规。

强化对假冒伪劣产品（耗材）的取缔（防止再犯的措施）

假冒伪劣产品的生产商被行政监管部门查处后，更换地址，更换店名，再次违法的现象十分常见。在查处假冒伪劣产品生产商时，除没收其产品及其处以罚金外，应果断采取吊销其营业执照及追究经营者个人责任的对策。

强化对假冒伪劣产品（耗材）的取缔（对生产商的处罚）

假冒伪劣产品的制造及销售由一条黑色产业链的多个环节分工合作完成的案例较多。

即使是非侵权零部件产品的生产商或经销商，在预先知道购买商有可能利用本零部件进行假冒伪劣产品的组装及销售的情况下，除假冒伪劣产品的实际经销商外，也有必要完善及明确追究上游生产商责任的相关法规。

强化对假冒伪劣产品（耗材）的取缔（明确电脑城及市场管理者的责任）

电脑城中有大量商户，而假冒伪劣产品的经销商也混迹其中。

在这种情况下，不仅要处罚假冒伪劣产品的经销商，而对于作为市场管理者的电脑城方面，监管部门也应完善相应的指导、处罚条例。

废除或更改中国特有的“产品标准”

国家标准、行业标准等各类标准名目繁多，某些情况下甚至各个标准间会出现矛盾。（例如：液晶投影仪有①IT类、②AV类、③教育类三种不同的标准）

此外，某些标准的适用范围不明确，很难判断如何应对。（例如：消费品使用说明书的标准GB5296.2-2008的适用范围）甚至，部分标准中采用的数值偏高，与其说是标准值，倒不如说是目标值或理想值，希望能够充分理解现有技术的发展状况。在安全规格的运用方面，还出现

过不是强制标准而仅仅是推荐标准，却在市场抽样调查中被作为判断标准的案例。这些产品标准及其应用，妨碍新产品的开发、自由竞争及新产品的加入，某种程度上可以说是另一种形式上的非关税壁垒。“产品标准”在保护中国消费者权益的同时，其初衷应与世界标准的宗旨“产品安全”、“环境”、“防止健康损害”及“促进公平竞争”保持一致。

降低入标准化相关费用及认证相关测试费用

类似的标准林立，不可能所有相关标准都加入。

多数情况下，标准化研究所兼具测试中心的功能，制定标准后，再承包测试可以成为一项新的盈利业务，这可能是出现众多标准的原因之一。此外，因为要受到长期的制约、负担加入标准制定小组的高额费用，成为了阻碍新生产商加入的一道门槛，有碍于公平竞争。希望通过对相关团体进行指导，对有重复内容的标准进行整理，并采取能够减轻认证及产品测试等负担的措施。

来自部分工商管理局等的不合理要求

对于严格遵守法规的合理促销活动，部分地方工商管理局等对生产企业无故挑刺，以罚款的名义提出金钱要求。中央政府未能对此进行足够的监督管理。即使最终胜诉不必交纳罚金，包括顾问律师在内，应付官司带来的时间、金钱上的负担较重。希望中央政府加强对地方工商管理局等的业务指导，以使后者能够依法管理。

ATA 单证册的使用

目前中国方面对于在企业单独召开的展示会上使用的临时进口商品，尚不批准使用ATA 单证册。希望可以遵循国际惯例予以批准。

遵循WTO原则

适用HS2007后某些产品的税率上升，这与WTO规则相违背。有必要加以更正。

<建议>

- ① 通关标准的统一化：同一产品的HS编号所代表的内容因地区、负责人而异。希望国家海关总署指导各海关统一使用。
- ② 海关停止设定税收目标额：海关只是按规程进行税收的部门，税收不应该也不可能由海关来管理。为税收设定目标额本身与海关的性质不符。希望尽快加以改善。
- ③ 希望能够按实际使用状况分类进行税收，并在中国全境采用统一的税收标准。
- ④ 希望强化对以非法途径流入中国的水货的取缔。
- ⑤ 希望主管部门能主动加强对墨盒等耗材的假冒伪劣产品（耗材）的查处及取缔。
- ⑥ 希望强化对在网上兜售耗材（假冒伪劣产品）行为的取缔及处罚力度。具体而言，希望网站运营商定期确认自身网站众商家所经销商品的合法性，并及时向监管部门汇报。此外，希望针对曾销售过假冒伪劣产品的网站运营商，建立明确其管理责任的相关法规，并加强监管部门的自身管理。
- ⑦ 对于耗材（假冒伪劣产品）生产商的再次违法行为，希望果断采取吊销其营业执照及追究经营者的责任等应对措施。
- ⑧ 希望强化对涉及耗材（假冒伪劣产品）制造的上游零部件供应商的取缔及处罚力度。
- ⑨ 希望对打印机等的经营者，也能强化对耗材（其兜售假冒伪劣产品）的处罚力度。

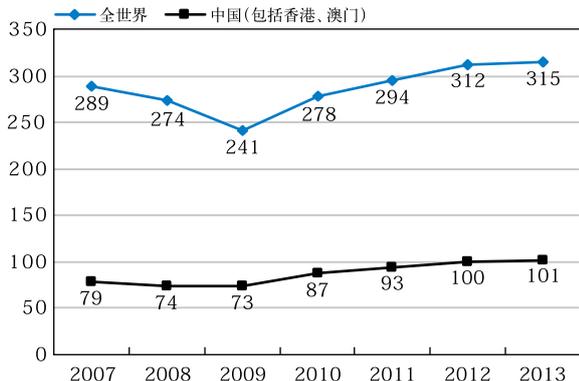
- ⑩ 国家标准、产业标准等标准繁多，有的标准间有矛盾。这是中国特有的情况，希望能进行废除及更改。
- ⑪ 希望降低入标准化相关费用及认证相关测试费用。
- ⑫ 地方工商管理局之间对于法律制度的认识不统一，希望中央政府能够强化监管。
- ⑬ 对于在企业单独举行的展示会上使用的临时进口商品，希望可以顺应国际惯例，批准使用ATA 单证册。

9. 电子零部件和电子元器件

中国半导体市场的状况

中国的半导体市场与全球市场的趋势如出一辙，2009年比上一年发展减缓（图1）。

图1：世界和中国半导体市场规模
(单位：10亿美元)



出处：iSuppli

包括半导体在内的电子零部件和电子元器件应用于PC、家电、移动电话等电子元器件中，因为中国的生产承担了大量的世界需求，所以市场与全世界的发展趋势紧密相关。但是，由于坚挺的中国国内需求弥补了出口的不振，所以虽然全球市场减少了12%，但中国只减少了1.4%。政府推出了“家电下乡”等需求刺激政策，而且由于城市居民，农村居民的收入也在增加，所以他们购买了各种各样的电器产品。

2009年上半年以内需为主导，下半年出口恢复，从夏季以后几乎所有电子零部件和电子元器件都陷入产品不足的状况。这也与全球的趋势保持一致，从08年下半年到09年期间，由于裁员、减少新设备的投资，供应商的供应能力没有提升，2010年将保持这种状况。按设备来看，PC的市场发展势头良好。中国从数年前开始成为全世界的电视机、家电制造基地。在移动电话市场上，当地厂家生产的无品牌产品“山寨机”席卷了全球市场。

移动电话或数码设备主要根据以台湾为主的设计公司提供的基本设计生产产品，因为进入市场的门槛不高，所以竞争激烈，零部件价格下跌

速度加快。

虽然预计2010年比2009年会有更大的增长，但由于上述供应能力的严重不足，大型公司逐渐从高价产品的市场中推出，今后中国当地厂家在低价产品市场的占有率会迅速增加。

中国正设法以地方政府为主振兴半导体产业的发展。最尖端的产品因为投资额巨大，技术革新速度快，所以很难取得成果，但在面向家电的通用产品方面，每年产量都在增加。中央正在制定新的鼓励发展半导体产业的政策，预计会在2010年内公布。

中国市场存在问题

缩短物流前置期

(现状)

有80%以上的外资电子零部件和电子元器件厂家直接或间接（通过代理店）地以香港为物流基地。少数公司在上海建有仓库，从上海发货，在其他地区，只为特定的顾客预备库存，提供VMI等服务。并没有在上海、深圳等中国大陆城市建立基地的动向。

其原因是中国的物流手续复杂，前置期长。平均来看，电子零部件的顾客即生产厂家的加工出口比例比面向中国国内销售的高。外资企业大部分是出口。出口企业以保税的方式购买电子零部件。因此，在中国国内拥有库存基地的销售公司拥有保税区的仓库，主要通过手册（保税进出口台帐）和保税区内移动来进行销售。

因此，通过空运将零部件进口到上海，通过保税区进行保税销售时，最少也需要（入库 = 从航班到仓库）2日+（出库 = 从保税仓库到顾客）3日 = 5日。因为进出保税区的进出口需要办理两次报关手续。而且，原则上周六、周日等政府休息日不办理报关手续。

而自由港口香港全天24小时都可以办理货物手续，紧急情况下，像上面那样在上海要花费5天的手续，在香港只要1天就能办完。从香港出

发和到达香港的航班也很多。广东省的转厂业务也可以从香港办理。

（课题）

例如，PC的“订货—组装—交货”前置期是4—5天，中国的保税物流体制不能满足市场的要求。顾客希望能在工厂附近存放库存，但目前有很多困难。需要简化物流业务，缩短前置期。

信息安全和保密

（现状）

电子零部件和电子元器件的专有知识被作为软件组装在各种产品中。因为是软件，所以容易复制和转发。另外，价格和质量信息近来也以数据格式保存、收发。因此，机密信息很容易泄露。

为了保证信息安全，企业目前只是单方面地建设IT系统，进行员工教育，个别地采取对应措施，但因为这方面的法律规定不严格，所以效果有限。

（课题）

因为针对泄密的规定不完善，而且从事电子产业的人员跳槽频繁，所以虽然有公司机密被泄露的情况，却很少公开受到处罚。

资本升值收入的运用

（现状）

自实施改革开放政策以来，中国企业就通过与海外企业的合作引进了尖端产业。建立制造、技术和销售合作的方法之一是合资、投资。也有不直接参与经营，而以购买股份的形式投资。有些企业经过了10年以上的合作，取得了一定的成果，但取得成果后想要出售股份、获得资本升值的收入却不容易。

出售部分本身是可以的，但出售的利润是人民币，汇往海外时需要兑换成外币。兑换不容易。而且，在国外的企业很难直接在国内开设人民币帐户。虽然政府鼓励将出售利润用于在中国国内再投资，但大部分日本厂家在公司内部不进

行像房产等主业以外的投资，经营用的资本有另外的筹措计划，所以将出售利润用于再投资的可能性很小。

（课题）

当合资企业股票上市时，股价上涨，包含账面价值的利润会被计为资本升值收入，但实际上很难活用。向海外的出资方汇款也不容易。没有明确具体的方针说明应如何处理，如何活用。

<建议>

① 对于保税运输的前置期的对策，有以下希望。

- 海关24小时服务
- 简化保税区报关手续。放宽先出货后报关的规定

② 希望能贯彻实施机密信息保护方针。特别希望能明确具体的事例，加强规定的实施。

③ 希望能公开资本升值收入的运用方针。具体来说，希望能报告外国法人资本升值收入在中国国内的运用事例、兑换、公布并实施外币汇款指导方针。

10. 汽车

2009年中国汽车产业的动向

2010年1月18日，工业和信息化部发布了“2009年汽车工业经济运行报告”。将2009年的情况总结如下，通过8点进行说明。

受国际金融危机的影响，中国的汽车市场从08年8月起变为负增长。09年，中央政府根据《汽车产业调整和振兴规划》，积极采取以扩内需、调结构为主的各种政策措施，使中国的汽车产业在09年全年产销稳定增长，市场需求结构得到优化，企业兼并重组也取得重大进展。另外，自主品牌汽车市场份额增加，企业在技术方面取得了进步。除此之外，汽车摩托车下乡取得显著成效，新能源汽车战略稳步推进。

汽车产销量已居世界第一

2009年2月份，中国汽车市场结束下滑势头，产销量逐步回升。从3月份开始产销量月月超过百万辆。全年汽车产销量达到1,360万辆，实现了历史性跨越。

根据中国汽车工业协会（CAAM）的统计，中国在2009年的生产、销量分别为1,379.1万辆（比上年同期增长48.3%）、1364.5万辆（同比增长46.2%）。虽然国内的汽车销售曾经在2002年达到37%的惊人增长，但是2009年的增长率超出2002年10个百分点，增长显著。其中，乘用车的生产数量为1,038.4万辆（同比增长54.1%）、销量为1,033.1万辆（同比增长52.9%）、商用车的生产数量为340.7万辆（同比增长33%）、销量为331.5万辆（同比增长28.4%）。

各季度的销售情况分别为：一季度增长3.6%、二季度增长31.6%、三季度增长73.8%、四季度增长85.6%。从中可以看出后半年增长速度加快。特别是12月份增长显著，生产数量为152.5万辆，比上年同期增长145%，销量为141.5万辆，同比增长92%。

1.6升及以下排量乘用车市场份额大幅提高，市场需求结构得到优化。

在1.6升及以下排量乘用车购置税减半征收政策的作用下，1.6升及以下排量乘用车的销量为719.6万辆，比上年同期增长71.3%，占乘用车销售市场的69.7%（占汽车销售市场的52.7%）。

自主品牌汽车市场份额扩大。

乘用车销量1,033.1万辆当中，自主品牌乘用车为457.7万辆，占总数的44.3%。轿车的销售总量为747.3万辆，其中自主品牌为221.7万辆。市场份额比上年同期增长4个百分点，占总量的29.7%，较排名第二的日系车高近5个百分点。

通过“下乡政策”（在农村开展普及汽车、摩托车的政策）使百万户农民享受到优惠政策，推动了农村农民生产生活条件的改善。

财政部、工业和信息化部选定了全国258家汽车、摩托车生产企业的6,300多个汽车车型、9,200多个摩托车车型作为政策对象。截至09年12月底，共计对167万辆汽车、416万辆摩托车投入86.8亿元的补贴资金。

新能源汽车示范推广工程启动。技术法规进一步完善。

将24家汽车生产企业47个型号的新能源汽车产品列入“节能与新能源汽车示范推广应用工程推荐车型目录”，通过工业和信息化部的《车辆生产企业及产品公告》发布。

2009年已制定、实施新能源汽车相关标准总数为39项，基本形成了新能源汽车技术标准体系框架和测试评价能力。另外，纯电动乘用车技术条件等23项标准制订工作取得新进展，部分标准已经通过评审。

汽车生产企业的经济效益回升，技术水平和技术研发能力提高。

2009年1月至11月期间，全国一定规模以上的汽车生产企业实现营业收入额为28,054.3亿元（比上年同期增长21%），累计实现利润总额1,988.3亿元（同比增长52%）、利税总额3,309亿元（同比增长45%）。从7月份起，汽车工

业重点企业(集团)累计实现利润总额同比转为正增长,扭转了自2008年11月开始出现的负增长局面。

汽车企业兼并重组取得重大进展,产业集中度进一步提高。

2009年的汽车销量前十名的企业(集团)共销售1,189.3万辆,占汽车销售总量的87%(比去年同期增长4个百分点)。销量过百万的汽车生产企业共有5家公司(集团),共销售966.1万辆,占总数的71.0%。

销量最多的是上海汽车集团,共销售270.6万辆。第二名至第五名分别为,一汽汽车194.5万辆、东风汽车189.8万辆、长安汽车187.0万辆、北京汽车124.3万辆。上述五家企业(集团)所销售的汽车总数占汽车销售总量的71.0%,超过上年9个百分点,汽车产业集中度进一步提升。

重组的具体事例有:广州汽车集团与湖南长丰汽车集团签订股份转让协议(5月21日),中国兵器装备集团与中国航空工业集团重组中国长安汽车集团并签约(11月10日)。

汽车出口与上年相比减半,下半年逐渐好转。

2009年中国汽车整车累计出口33.2万辆,比去年同期下降46%。其中,乘用车出口15.0万辆(同比下降57%)、商用车出口18.3万辆(同比下降32%)。各季度的出口同比增长分别为,一季度下降61.2%、二季度下降55.8%、三季度下降50%、四季度下降32.3%。11月、12月汽车出口同比实现正增长,扭转了自08年8月以来持续的负增长态势。

汽车整车出口41.9万辆(比去年同期增长2.7%)。其中,乘用车为40.9万辆(同比增长3.4%)、商用车为1.0万辆(同比下降19.1%)。

2010年的预测

中国汽车工业协会(CAAM)预测:“2010

年,阻碍中国汽车产业发展的不确定因素依然很多,但是年生产数量有望达到1,500万辆。”

政策措施包括:继09年继续推进汽车业界重组政策,发展国内自主品牌乘用车,奖励国内汽车生产企业的海外投资以及与海外生产企业的合并,设立国内自主品牌研究开发部门以及加强销售网络,抑制生产力过剩的情况、加速开发混合动力车与燃料电池车等新能源汽车等。另外,在上半年,预计公布《汽车产业发展政策》的改订版。

<建议>

① 希望政策制定过程进一步透明化、给予外资生产企业提意见的机会。

- 无论政策是何内容,希望在施行之前公开政策方针。另外,希望能积极提供一个通过征集公开意见、外资生产企业也可以反映意见的地方。

- 虽与之前的政策制相比,已经大量征集公开意见。但是,征集时间非常短(有时不足一周),存在难于应对的情况。虽然具体问题具体分析,但希望至少确保2个月左右的时间。

② 希望在通知政策施行至实施之间,保证充足的准备时间。

- 涉及到企业等进行应对时,存在时间不够充裕,无法采取妥当措施进行应对的情况。(希望能保留较长的准备时间,最好是一至两年以上。)

③ 希望确保政策施行时的透明性、公平性。

- 关于已经确定进行施行的政策,希望尽可能避免在地区与企业主体之间产生不公平的对待。

④ 希望从减轻企业负担、提高经营效率的

观点出发，对多个部门实施相似政策所引起的重复管理情况的有无进行检查。并根据需要做出调整。

- ⑤ 希望在制定地方标准时，充分考虑与国家标准的统一性。
- ⑥ 协调推进与车辆生产、销售有关的国际标准和国内国内的认证制度、标准等。
- ⑦ 希望能确立有效解决知识产权侵犯问题的方法。
- ⑧ 加速推进市场供给燃料在全国规模下的性状改善。对燃料性状的实际情况以及调整完毕的排气限制进行充分的讨论。制定燃料、排气限制标准时，希望能听取相关汽车生产企业的意见。
- ⑨ 关于制定汽车销售相关管理规定，希望能按照国际惯例，平衡制造、销售两方面的意见。
- ⑩ 希望能严格履行召回管理制度，公开汽车所有人的注册信息。

11. 造船

2009年的中国造船业

船舶生产指标

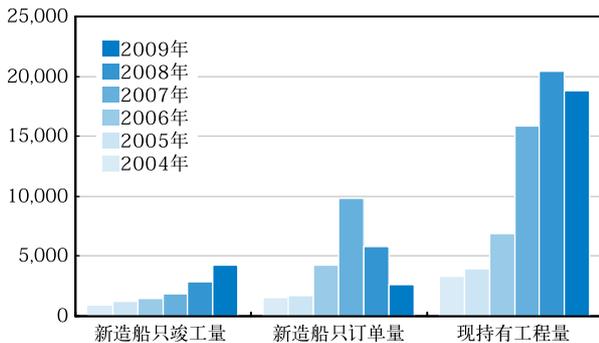
2009年，中国造船业由于受世界经济不景气的影响，新造船只订单量减少到去年的45%左右，然而却顺利地消化掉积累的订单，建创造了以往新造船只的最高竣工量。

根据中国工业和信息化部数据，2009年的全国船舶生产指标为，年度新造船只竣工量为4243万DWT（同比增长47%），新造船只订单为2600万DWT（同比减少55%），现持有工程量为18817万DWT（同比减少8%）。

另外，全国一定规模以上的造船以及造机企业（国有企业以及年度销售额在500万人民币以上的企业）的合计完成工业总生产额为5,484亿元（同比增长28.7%）。

图1：最近6年间中国造船业的主要生产指标

（单位：万DWT）



出处：中国工业和信息化部

中国的市场在世界造船市场上的占有率如图1所示，新造船只竣工量占34.8%（居世界第2位），新造船只订单量61.6%（居世界第1位），现持有工程量为38.5%（居世界第1位）。

世界造船市场状况

到2008年，世界的海运市场继续扩大，2008年世界全体商船装载量总共达到8亿3千万吨，数量呈现迫近10万只这种未曾有过的状况。因此，在造船市场不论是订单量还是竣工量都呈直线增

加状态，2009年世界整体的新造船只竣工量达到了过去最高的12,203万DWT的记录。但是在2008年9月雷曼事件以后，海运市场曾急剧的收缩，新造船只的交易在全世界基本停止（参照图表2“世界的海上货运量推移”）。另一方面，在这之前各国的造船所积累的持有工程量到2009年底达到了48,884万DWT，市场陷入过度饱和的状态。

表1：2009年世界造船业的主要经济指标

（单位：万DWT）

		韩国	中国	日本	世界
新造船只竣工量	万DWT	4,378	4,243	2,899	12,203
	占有率	35.9%	34.8%	23.8%	100%
	修正总吨数	1,555	1,523	984	4,872
	占有率	31.9%	31.3%	20.2%	100%
新造船只订单量	万DWT	1,487	2,600	90	4,219
	占有率	35.2%	61.6%	2.1%	100%
	修正总吨数	316	711	17.6	1,149
	占有率	27.5%	61.9%	1.5%	100%
现持有工程量	万DWT	17,224	18,817	8,831	48,884
	占有率	35.2%	38.5%	18.1%	100%
	修正总吨数	5,284	5,389	2,322	15,313
	占有率	34.5%	35.2%	15.2%	100%

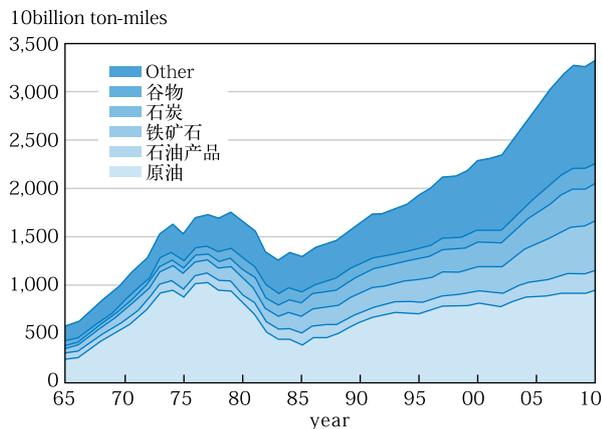
出处：表中中国的数据出自中国统计局，其他数据来自英国的调查公司Clarkson Research的统计数据

建造能力过剩

根据中国当局发表的数据，以上海长兴造船基地、广州龙穴造船基地以及青岛海西湾造船基地三大造船基地为首的官方民间在各地积极地建设造船设施，使中国的建造能力超过了6,000万DWT。

2009年开始制订了《船舶产业的调整及振兴规划》，虽然采取了此后的三年间不再进行建造设备扩张的政策措施，但如图1所示2007年以后新造船只订单量减少，现在的建造能力明显过剩。

图2：世界的海上货物量的推移



出处：根据Fearnleys“Review”制成。2008—2010年为推测值

船舶修理市场

受金融危机的影响，2009年的中国船舶修理行业进入低迷状态。船舶的修理数量虽然增加了，但是每只船的修理业务量却急剧的减少，价格也在大幅度下降。根据统计数据，1—11月份中国的修理船只以及拆卸船只的主要业务收入为520亿元（同比减少2.6%）、利润为40.4亿元（同比减少52%）。

<建议>

- ① 过剩的建造能力：现在在世界造船市场上因为建造能力过剩，所以不论国营还是民营都不应该再建设和扩大建造设施。另外应该根据市场原理进行调节，不要期望于进行资金提供等特别的援助措施。如果支援供大于求的造船行业，应实施有利于缩减建造能力的政策。期望得到具体的回应。
- ② 《船舶工业调整和振兴规划》措施的彻底实施：在过去，地方的民营企业或外资企业中存在着与中央政府方针（外商投资产业指导目录等）相反，独自建设须经中央政府批准的设施这种现象。关于《船舶产业的调整和振兴规划》，期望能采取含地方民营船舶企业的统一的措施。

③ 造船市场为世界单一市场，在世界性的供大于求的状况下，造船所之间过度的价格竞争，导致出现以低价格接受订单的情况，更有甚者恐怕会出现政府协助等破坏市场的行为。为了事先避免这些事态，期望在造船政策相关的国际性协调机构OECD造船部部会，商讨并推进确立公正的竞争条件的机制讨论。

④ 修理船舶对应：日本的船舶用机器生产厂商与中国的造船厂商一同支持着中国船舶事业的发展。在建造后20~30年还在运行的船舶，不论其建造时的品质如何，之后的船舶修理都是非常重要的。关于船舶修理，日本船舶用机器生产厂商也在支持中国修船企业以及中国进口船舶的修理。一般情况下，比较紧急的船舶修理在停靠中国造船厂或港口的数天内就必须全部完成。在这种情况下，目前更换零部件和修理用的材料等出入关手续或保税区的出入手续需要花费大量时间，所以在中国进行船舶修理仍旧很困难，可能是船主在中国修理船舶的意愿降低，以及导致修理业务量减少的其中一个因素。希望船舶修理的零部件的通关手续能够简洁化。

第5章 信息通信业

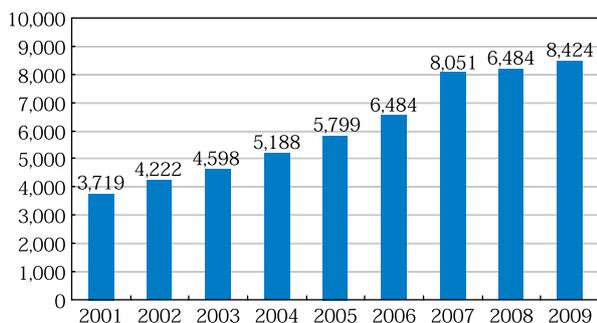
1. 电信

电信产业的发展状况

2009年，中国电信产业的电信业务总量（注1）为25,680亿元，比上一年同期增加了14.4%。在固定资产投资方面，因为运营商积极进行第三代移动电话服务（3G）的相关投资，所以投资额达3,725亿元，比上一年同期增加了26.1%。另外，电信业务收入为8,424亿元，比上一年同期增加了3.9%。

具体来看，中国电信和中国联通一直用“无线市内电话（固定电话）”的条件提供服务的“小灵通业务（PHS）”，由于工业和信息化部在2月下达了在2011年底之前撤除该服务所使用的1900-1920MHz频率的无线系统的通知，使其市场继续缩小，固定电话的整体用户数继续呈减少的趋势。另一方面，对2008年运用新体制的通信运营商来说，因为1月7日终于获得了期待已久的3G许可证，所以2009年是各公司致力于完善移动电话服务的一年。

电信业务收入的变化（单位：亿元）



出处：工业和信息化部资料
“2009年全国电信业统计公报”

注1：电信业务总量：表示中国通信服务总

量的概念，用下面的公式表示。

$$\text{服务单价} \times \text{实际的服务量（通信量等）}$$

电话用户数

中国的移动电话用户数比上一年同期增加了1亿多，普及率也增加了近8%，这进一步加快了移动电话增加的步伐。另外，小灵通（PHS）比上一年同期减少了2,293.7万部，因为2011年将停止服务，所以完全进入了服务衰退期。在固定电话方面，除了小灵通（PHS）的单纯减少部分以外，固定电话本身也在略微减少。2009年12月末，中国的固定电话用户数、移动电话用户数及各自的普及率如下。（日本的数据是2009年6月末的情况）

	中国 用户数	中国 普及率	日本 用户数	日本 普及率
固定电话	3亿1,368.8万 (PHS重述 4,599.4万)	23.6%	4,627万	36.3%
移动电话	7亿4,738.4万	56.3%	1亿1,303万 (PHS重述 454万)	88.7%

出处：信息产业部资料“2009年12月我国通信业主要指标完成情况”、总务省报道资料“信息通信主要数据”

线缆长度

	2009年	与上一年 同期相比	2008年	2007年
光缆长度	826.7万 km	+22.1%	676.8万 km	573.7万 km

出处：信息产业部资料“2009年第4季我国通信业主要通信能力及通信水平分省情况”

互联网用户数

最近10年，中国的互联网用户在持续增加。2009年末，互联网用户总数达3.84亿人，继2008年之后，继续保持世界第一。但是，虽然普及率

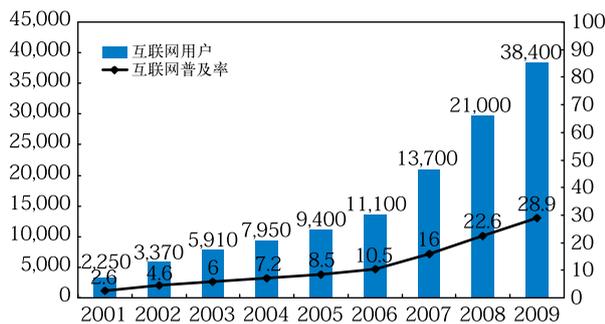
随着用户的增多而增加，但也只有28.9%，与互联网发达国家相比，这个数值还比较低。（日本75.5%、美国74.1%、韩国77.3%等注2）

另外，从用户的构成来看，宽带用户数达到了3.46亿人。而农村的用户数为1.07亿人，占互联网总用户数的27.8%，我们可以看出，对农村的普及促进了用户数的增加。

注2：日本、美国、韩国的数据是2009年9月末的情况（出处：Internet World Stats“TOP 20 COUNTRIES WITH THE HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS”）

互联网用户数

（单位：万人）



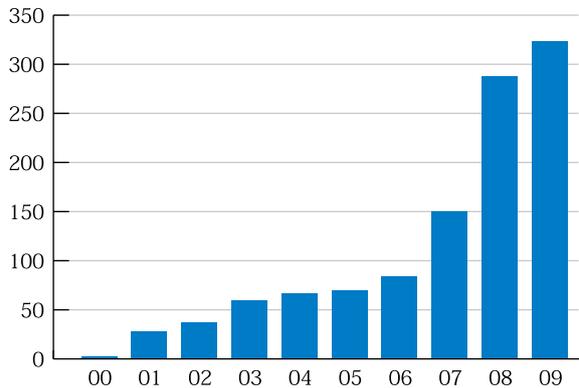
出处：工业和信息化部资料“2009年全国电信业统计公报”

互联网网站数

网站数量的增加趋势是衡量互联网普及程度的重要晴雨表，中国的网站数据仍在继续增加，2009年达到323万（比上一年增加了36万）。病毒感染问题也越来越严重，通过公司的电脑浏览网页等。时需要充分注意。

另一方面，关于域名的数量，特别是在个人注册的域名等方面，没有实际使用的注册或为了进行销售而注册的情况增多。为了解决这个问题，2009年中国采取了提高注册费用，增加注册时提交的必要资料等措施。另外，2009年8月以后，向手机发送淫秽内容的违法服务问题成了一个社会问题，所以中国关闭了有关的域名。2009年底，域名的数量为1,681万，比上一年减少了约两万。在域名的组成中，中国的域名（.cn）最多，达到1,346万，其减少了11万。

互联网网站数量（单位：万个）



出处：CNNIC资料“第25次中国互联网发展状况统计报告”

对互联网的宽带连接

固定终端与互联网的连接以宽带方式为主。据报告称，92%的互联网用户用固定（有线）方式连接互联网，其中，97.9%使用宽带连接方式。而在宽带连接中，xDSL服务的用户占81.5%。

	2006年	2007年	2008年	2009年
宽带	10,400万 (61.7%)	16,300万 (56.7%)	27,000万 (65.6%)	34,598万 (28.1%)

注3：括号内的数字表示比上一年增加的比例

出处：CNNIC资料“第25次中国互联网发展状况统计报告”

互联网的用途

在中国的互联网用途中，按从多到少的顺序排列，依次是：音乐视听、下载83.5%（比上一年减少0.2%）、浏览网站新闻80.1%（比上一年增加1.6%）、信息搜索73.3%（比上一年增加5.3%）、聊天70.9%（比上一年减少4.4%）、网络游戏68.9%（比上一年增加6.1%）等。

而在用户数增加的用途中，按用户增加比例从大到小的顺序排列，依次是：网上付款、旅游预约、网上股票交易、网上银行、网上购物等，和过去一样，用户数多的用途以娱乐和交流为主，在网上交易方面，虽然规模还小，但用户在增多。

（出处：CNNIC资料“第25次中国互联网发展状况统计报告”）

2009年电信行业的主要动向

可以说，2009年的中国电信业始于发放3G牌照，以3G为主展开了服务。关于2009年的主要动向，我们进行了以下回顾。

在3G方面，除了中国移动的TD-SCDMA因为获得了经营许可而从试用服务转为正式服务以外，中国电信在4月以“天翼Surfing”的品牌名，中国联通在5月以“沃wo”的品牌名分别限定地区，或以限定“友好用户”的方式开始提供服务。

另外，关于中日两国在3G发展方面的动向，5月5日，鸠山邦夫原总务大臣与李毅中工业和信息化部部长签署了有关加强中日在ICT领域的合作的协议书，确定了中日两国协作发展第三代移动电话的内容和应用程序的方针。为此，在由中日两国的政府相关人员、运营商、厂家等的代表参加的“官民圆桌对话会”上，中国移动通信联合会（CMCA）和横须贺科技园（YRP）、一般社团法人Mobile Contents Forum（MCF）签署了同意设立“中日移动宽带合作推进会（JCMB）”的协议书，并于当天成立了该组织。

关于这些3G事业，根据4月9日工业和信息化部的通信发展司网络发展处陈立东处长在“2009年中国移动通信产业高峰论坛”上的发言说，在今后3年内，3大通信运营商的投资额预计达到4,000亿元；到2011年，用户规模预计达到1.5亿人。另外，4月20日，工业和信息化部的奚国华副部长在于海南举行的“博鳌亚洲论坛”上发表了包括间接影响在内，3G为中国经济带来的经济效益达1万亿元的看法。

运营商重组的工作也进入了最后阶段，2月19日中国电信正式承接了中国卫通的基础电信业务。另外，中国移动已经将中国铁通纳入管辖，12月15日将中国铁通的铁路通信相关的业务、资产、人员和债务归还铁道部管理。2008年5月24日由工业和信息化部、国家发展改革委员会、财政部颁布的“三部委关于深化电信体制改革的通告”的内容至此实施完毕。

在宽带服务方面，中国电信6月在武汉开始提供10Mbps的光纤宽带服务，8月开始提供20Mbps光纤宽带服务。此为中国电信为客户提供的最快的宽带服务。

此外，中国电信还公布了在上海升级到“城市光网（城市光网络）”的计划。计划在今后3年内提供大容量、高速的高速国际网络、宽带和广覆盖的光接入网络，在2012年前实现“百兆到户、千兆进楼、T级出口”的网络覆盖，计划在两年内投资60亿元。

中国联通也于8月发布公告，在全国投资100多亿元，加速宽带的升级。根据这项计划，通过促进建设FTTx（Fiber to The X），使2M以上的宽带用户比例提高到80%以上，在部分城市还能达到4M以上。

另外，中国独自开发的无线LAN的通信加密技术WAPI（Wireless LAN Authentication and Privacy Infrastructure）在6月1日至5日召开的国际标准化组织（ISO）和国际电工委员会（IEC）的联合技术委员会（JTC1）的第6分委员会（SC6）的年会上，获批申请国际标准的资格。看来这是因为近年来英特尔等欧美大型企业和中国政府的对立关系缓和，事实上对采用“WAPI”的基础——无线LAN通信标准“Wi-Fi”已经解禁。

2010年的展望

2009年12月21日，李毅中部长在工业和信息化部的“全国工业和信息化工作会议”上公布了2010年信息产业的三大发展目标。

1. 以3G和TD-SCDMA的发展为契机，加快推进通信业转型发展。继续支持3G建设，做好TD及演进技术研发、标准研制与产业化。加强对增值电信业务政策的支持，促进融合型技术和业务发展，推动向融合化、多媒体化和集成化综合信息服务转型。推进三网融合取得实质性进展，促进电信和广电业务双向进入。

2. 规划引导下一代网络发展。加快培育“物联网”产业，制定技术产业发展规划和应用推进计划，发展关键传感器件、装备、系统及服务。推进国家传感信息中心建设，促进“物联网”与互联网、移动互联网融合发展。
3. 加大对集成电路、新型显示器件、专用电子设备和材料、基础软件等领域的支持，实现关键技术自主可控。调整电子信息制造业产品结构，努力扩大国内市场。引导芯片设计企业和整机企业加强合作，促进国产基础软件和国产芯片互动发展，加快推进液晶、等离子产业化和下一代显示技术研发，加快彩电工业转型升级。

其中提出2010年信息通信领域的重点是继续促进普及3G，推动“三网融合”与国家项目“物联网”的发展。

“三网融合”是指中国将建立通信、互联网、广电3种网络的共同平台，不仅建立相互的连接，还要实现融合，以保证高度的双向通信为目标。为了实现这个目标，今后在电信领域和广电领域，必须实现许可证发放、监督和管理的法律制度、监督和管理机构等方面的融合。

“物联网(The Internet of Things)”是一个作为国家项目推进的ICT战略，已经纳入国家中长期科学技术发展计划，类似于日本的“u-Japan规划”。温家宝总理于2009年8月访问无锡市时，提出了使用传感器网络技术，建立“感知中国社会”的方案，以使用ICT技术，增强整个社会的活力，提高效率为目标，官民共同推动实施。

参考：2010年电信业发展目标

电信业务总量	增加12%左右
电信业务收入	增加4.5%左右
电信综合收费水平	减少9%

出处：2009年12月21日工业和信息化部 李毅中部发言

<建议>

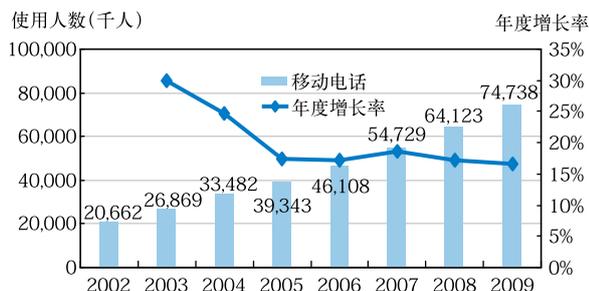
- ① 内容传送服务：影响信息通信产业发展的关键是流通内容的品质。因此，要想培养健全的市场，就必须满足拥有国内外品质优异的内容和良好的传送环境（收费方法、保护知识产权等）两个条件。对中国的信息通信产业的发展，希望中国方面做出尽快的回应。
- ② 数据中心的数据寄存服务：企业活动高速发展，预计未来人们对安全性高的高品质数据中心的需求也会越来越多。希望中国能在此领域对外资广泛开放。

2. 移动电话

移动电话市场规模的推移

2009年中国的移动电话市场伴随着经济的高速成长，市场规模（使用人数和销售额）以高增长率在扩大。2009年移动电话使用数的纯增长数达到了1.06亿人，到2009年末合计达到了7.47亿人（年度增长率为16.6%）。全国的移动电话普及率虽然为56.3%，但是像上海、北京等大城市的普及率已经超过了100%（上海：111.9%、北京：107.7%）。几年前，中国的移动电话使用人数的增长率将会停滞的看法很多，但是从2007年起，由于移动电话费用降低、到西部和农村的促销战略的转变，使移动电话的净增长在加速。城市普及率超过100%的原因可能是新签约的用户大部分是预付卡式、有一部分的用户拥有多个号码、到城市打工的劳务人员由于没有城市户口所以没有统计在内。

图表1: 中国移动电话使用者人数和年度增长率推移



出处：工业和信息化部公布的数据
<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/index.html>

西部地区的移动电话普及率现在为30%~40%的程度，预计今后数年新增加的移动电话使用人数还将保持在高增长率上增长。

移动电话服务商和服务特征

中国的电气通信提供服务商（操作者）与2008年6月进行重组，现在由中国移动、中国电信、中国联通三家组成。各公司提供的通信服务（业务内容）涵盖固定电话、国家电话、移动电话以及数据通信服务（称为“全业务”通信服务商）。提供的移动电话服务每家各不相同，中国

移动拥有压倒性的市场占有率，为中国最大的通信服务商。

图表2: 通过通信服务商的移动电话用户数及制式

通信服务商	移动电话用户数量(百万人)	市场占有率(%)	移动电话制式	
			2G	3G
中国移动	522,283	71.94%	GSM	TD-SCDMA
中国电信	56,090	7.73%	CDMA 1X	CDMA 1X evdo
中国联通	147,587	20.33%	GSM	W-CDMA

出处：各公司的用户数为在香港上市的公布数据（2009年末）

移动电话用户数在大幅度增加，而移动电话的费用却在下降在2009年，根据工业和信息化部新的指导线，新的费用计划原则上以接电话的费用将不再收取为方针的。因此，移动电话服务商的三家企业（中国移动、中国电信、中国联通）取消了新的第三代移动电话（3G）的被叫费用。另外，到现在为止收取的移动电话国内漫游费（例如在北京入网的用户在上海打电话的通话手续费）、国内长途通话费等，费用系统非常复杂对用户来讲不容易了解。但在2009年里各通信服务商废止了国内漫游费，将长途通话费含在了通话费里，对用户来讲是非常简单的费用体系。

中国的移动电话用户在使用移动电话时，除语音通话外，短信（SMS、中文叫“短信”、在日本主流是灵活使用网络的手机邮件）是非常受欢迎的附加价值服务。根据工业和信息化部的统计数据，2009年度中共有7713亿条SMS被发送，平均每人一年要发送600条SMS。SMS对一般中国人来讲，是日常交流、节假日的祝福等日常最重要的沟通工具。对中国通信服务商来讲，SMS是除语音通话外最大的收入来源。SMS以外，如果使用近年来的移动电话的话，还有来电音乐、图片、彩铃下载、连接网络等广受欢迎的附加服务。

3G（第3代移动通信）的动向

中国的3G牌照于2009年1月7日正式发放。从2000年就开始讨论的3G牌照的发放花了8年时间。3G牌照给3家通信服务商每家一个，为无法

相互转换的方式（参见图表2）。

其中，中国移动采用了中国拥有自己的知识产权的TD-SCDMA方式。TD-SCDMA与W-CDMA与CDMA 1x evdo相比，商品技术开发虽然落后，但为了扶植民族技术，中国政府强力支持，由实力最强的中国移动负责TD-SCDMA的商用化。2009年可以说是3家通信服务商来讲可以说是3G的元年，三家公司全国3G网络建设进行了1,600亿元（大致2.2兆日元）的设备投资。2009年年末，中国电信在全国的网络搭建已经结束，中国联通和中国移动也已经在全国70%~90%的“地级市”以上的城市搭建好了3G网络。

2010年对于通信服务商来讲才是真正的3G服务竞争开始的一年。各公司为了争夺用户，提供利用3G高速数据服务的3G应用程序，显示出很大的关心。特别是中国联通在2G时代以低端客户为主，3G时代使用了世界上最成熟的技术、而且是多国使用的W-CDMA方式，所以中国联通实施了以3G为契机争取获得高端客户的战略。

淫秽内容的取缔事件

中国中央电视台（CCTV）在2009年12月份报道了关于移动电话用的网络网页（WAP网页）中存在大量的淫秽内容，给青少年造成了巨大的影响的事件。并指出在手机网络产业链中，内容提供商（CP）、广告代理商、通信服务商等相互勾结，中国移动也因为巨大的利益默认了淫秽内容的存在。因受CCTV多次报道，从2009年末开始在全国范围内，广范围且严格的对网络和手机淫秽内容进行取缔。网络域名管理机关（CNNIC）、通信服务商、公安部等多次提出了取缔措施，中国移动也终止了全部的内容服务商的费用代征收业务。在CP的收入中，因为网络内容费用占了非常大的比例，所以本次取缔对CP产业的影响巨大。

推进中日间通信领域的协作

2009年4月麻生总理和温家宝总理在关于推

进信息通信技术相关的中日协作达成一致，同年5月份鸠山总务大臣和中国工业和信息化部李部长签订了关于情报信息领域两国合作的备忘录（MOU）。明确写明在移动通信领域，移动通信应用程序、B3G相关的推动中日间的合作。作为其中的一步，在2009年5月设立了中日移动电话内容论坛（JCMF）、具体开始了中日间CP（SP）之间的交流。另外，关于B3G和相关机关的交流也开始了。期待今后两国官民一体，相会协助、推进双方商业的进一步扩大。

<建议>

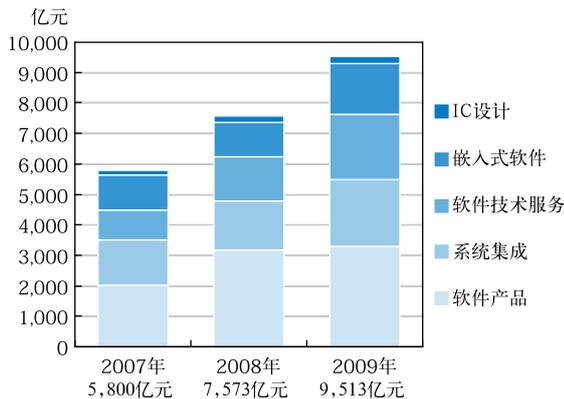
- ① 为了普及中国的3G服务和相互的内容文化产业振兴，希望中国能更加积极地促进人才、技术交流，例如充分利用JCMB（中日移动信息产业促进会）。
- ② 对于开展丰富的附加价值服务的同时可能会给社会带来一部分负面影响的内容等，根据国情考虑方法不同。期望能召开从中日间构筑移动电话社会的视角推进各种对策的研讨会。
- ③ 其他要求：由于极力压低专业代理回收费用，增加了CP提供更好内容的意愿（现在CP的专业代理费用为15%到50%，日本为9%）。在3G服务等附加服务方面，期望能放宽从海外带来的优秀内容到中国时的参加条件。

3. 软件

中国软件产业的概况

中华人民共和国工业和信息化部将中国的软件产业分为5个行业，统计整个产业的销售额，整理后的结果如[表1]所示。

表1：中国的软件产业 销售变化



出处：中华人民共和国工业和信息化部 信息服务统计软件业

2009年，在全球经济发展减缓的情况下，中国软件产业的销售额达9,513亿元，比上一年增加了25.6%。但并非所有领域都在增长，从[表2]也可以明显看出部分增长是因为力图幸存的企业通过改善其内在素质取得的效果。

表2：各范畴软件的销售增长率比较情况

	2008年比2007年	2009年比2008年
软件产品	56.9%	3.9%
系统集成	9.4%	36.3%
软件技术服务	48.8%	46.1%
嵌入式软件	▲3.2%	49.7%
IC设计	26.9%	2.2%

出处：摘录于中华人民共和国工业和信息化部 统计分析

2008年，软件产品大幅增长了56.9%，2009年因为年底的快速恢复而增长了3.9%，这才终于保住了正增长的状态。IC设计也反映了经营环境的严峻。

而在系统集成、软件技术服务、嵌入式软件方面，通信设备、金融、公共、医疗、流通等系统的开发及面向汽车和移动电话的嵌入式软件

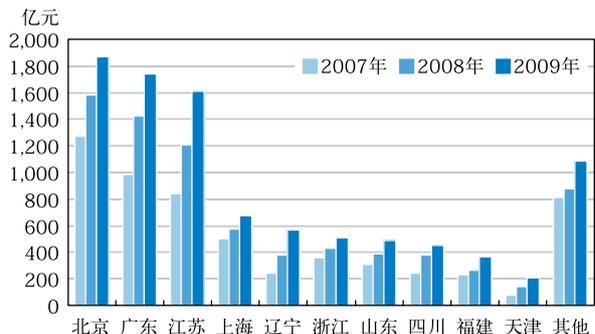
(固件)开发对整体的增长做出了贡献。

根据2010年2月3日工业和信息化部公布的2009年全国软件产业统计公报，软件的出口规模为185亿美元(约1300亿元)，占总销售额的13.7%，其中，外包销售为164亿元，对日出口比上一年减少了约一半。

面对环境的迅速变化，可以说是不需要较大设备的软件产业的特质顺利推动了体制改革和结构改革，为整体的大幅增长提供了支持。

[表3]是按地区统计的结果，在北京市、广东省和江苏省的拉动下，辽宁省(2007年第八名-->2008年第八名-->2009年第五名)、天津市(第十三名-->第十一名-->第十名)的飞跃特别值得一提。

表3：中国各地区的软件销售额



出处：摘录于中华人民共和国工业和信息化部的统计资料

从按地区统计的企业数量来看，正如[表4]所述的那样，大城市已处于减少或发展到极限的趋势，我们能发现产业结构从物品生产转为软件生产，经营资源从城市转移向地方，整体劳动所得提高(最低人事费的上涨)。

表4：各地区的软件企业数(家)

	2008年	2009年	差异		2008年	2009年	差异
北京市	4,517	4,462	▲55	山东省	561	534	▲27
广东省	2,854	2,872	18	四川省	420	433	13
江苏省	1,457	1,805	348	福建省	510	895	385
上海市	1,166	1,200	34	天津市	245	300	55
辽宁省	550	700	150	其他	3,020	3,818	798
浙江省	894	991	97	全国合计	16,194	18,010	1,816

出处：摘录于中华人民共和国工业和信息化部的统计结果

在[表5]中，从各地区的每个公司的平均销售额来看，从四川省到广西省的8个地区的销售额超过了全国平均水平，北京市排名第13位。

表5: 每个公司的平均销售额 (万元)

全国平均	5,282
四川省 (1)	10,375
山东省 (2)	9,067
江苏省 (3)	8,892
辽宁省 (4)	8,002
天津市 (5)	6,833
广东省 (6)	6,024
上海市 (7)	5,592
广西省 (8)	5,462
北京市 (13)	4,171

出处：摘录于工业和信息化部统计分析
()内：在29个地区中的排名

四川省的发展特色是有关震灾恢复的技术服务，山东省的发展特色是汽车和移动电话的嵌入式软件等，在排名靠前的地区，有比较能代表该地区特色的大企业在开展经营。而上海市和北京市具有大量的新兴小型企业，平均每个公司的销售生产力有降低的趋势。北京市2007年的平均每个公司的销售额为3,053万元，2008年缓慢上升至3,482万元，通过与最低工资上涨的关系也能发现，产业结构是由包括大学新办的企业在内的大量小型企业组成的。

[表6] 是基于中国前100名软件企业的清单，对按销售额计算的各公司市场占有率进行调查的结果。我们会发现第101名以下的中小型企业 and 新兴企业有增加的趋势。除了排在首位的华为和中兴的垄断趋势以外，准大型~到第100名止的企业的市场占有率下跌，实际上已濒临发展停滞和被淘汰的危险，面临着稳定扩大订货，这是我们需要考虑的慢性课题。要继续关注后续公布的2009年统计结果。

表6: 软件企业的市场占有率 (%)

	2006年	2007年	2008年
华为 (第1名)	6.2 %	7.1 %	7.3 %
中兴 (第2名)	2.8 %	1.9 %	3.3 %
第3~第5名的合计	4.0 %	3.9 %	3.2 %
第6名~第100名的合计	17.0 %	15.0 %	13.1 %
第101名以下的合计	70.0 %	72.0 %	73.1 %

※依据中国软件企业100强的数据

中国软件产业的未来

中国的软件产业将进入超2万家企业1万亿元的时代。作为促进整个产业的IT化发展的支柱产业，它在自主创新政策的指导下，能建立牢固的基础。

<建议>

① 知识产权的保护：日本从1985年左右开始，媒体广泛报道有关著作权等知识产权的道德教育，以大学和企业为主，在与软件关系不紧密的领域也贯彻实施，用10多年的时间建立了软件产业的发展基础。中国如果在知识财产领域积累了信用，不仅软件行业会有更好的发展，还有望实现经营整体的质与量的提升，中籍负责人被国际企业录用的机会增多等。普通企业和个人、知识产权的保护方和被保护方都能理解知识产权的保护为人们带来的好处，通过建立重新分配利益的机制，一定能使延续至下一代的生产环境更加充实完善。希望中国能实施具体的应对措施。

② 贸易交易和税务：软件的交易形态有很多种，包括(a)劳务 (b)完工资料 (c)软件包 (d)下载 (e)会费制 (f)带期限的使用许可 (g)服务等，随着技术的革新，不断出现让人意识不到国境的新交易方式。例如，在实行软件包交易方式时，以开发经费为资产，除以预测销售

数量，得到成本单价，它与销售单价的差是毛利。而当采用劳务、带期限的使用许可和服务等交易方式时，对未来的人事费和能力规定一定的价值，预收费用，预付费用，在交易期内留存它们的差额利润。今后，在数量越来越多的中日软件贸易的交易形态多样化之际，必须完善两国的法律和制度，统一执行方法，在现场窗口和申告方企业贯彻执行。希望能实施具体的应对措施。

- ③软件开发从业人员的职业生涯：在软件开发方面，因为工作性质的原因，经常会出现大学毕业的新人比员工的开发能力还高的情况。这令公司内的年轻员工和骨干员工普遍感到不安，同时对新员工的情操教育产生了负面影响。如果能调查它和除排名第一以外的前100名企业的市场占有率无法提升的因果关系，而且中日联手开发和充实“开发人员的职业生涯”，产业的基础就会更加牢固。软实力的重建对于中日经济的合作而言也是较为重要的题目，希望两国政府有问题意识共有、成立工作小组等旨在灵活运用及维持扩大软实力的工作中，能够实施具体的应对措施。

4. 内容产业

中国的内容产业状况

2009年是中国内容产业迎来重大变化的一年。

内容产业涉及多个领域（除了电视节目和电影等影视以外，还包括游戏、音乐、出版物、照片、图案、设计、程序、艺术作品等），但都有一个明显的共同趋势，就是“为了促进本国产业的发展而对外资设一些限制”。中国制定了有关电视节目的内容和数量的限制、有关完全排斥外资参与在线游戏运营的规定等，目前的中国市场的发展方向似乎是把外资挤出去。中国的互联网普及范围逐年扩大，移动电话进入了3G时代等，各种动向表明中国国内需要更多新的内容，这个行业如果有外资参与，将大大增强国内市场的活力（很难说中国国内的内容已经发展成熟，正版内容的质和量都不足），但目前的闭关锁国政策导致这个行业逆着时代的潮流发展。本来外资企业在进入中国市场的阶段，几乎都不得不从非常不利的阶段起步，如被迫与盗版作斗争等，如果还要受上述之类的限制（听说明年会更加严格），大量企业就不得不考虑撤退。这就是现状。下面会提出4条建议，每一个都是希望国家积极应对的，要在中国国内建立正常的市场就无法回避的问题。

具体问题和改善事项

盗版、违反著作权的问题

目前中国内容产业存在的最大问题是“存在盗版产业”和“擅自使用著作物”。中国不仅内容产业存在有关著作权、版权和伪造品的问题，很多制造业也同样存在这个问题，在这个几乎所有内容都已数字化、媒体化的时代，内容产业的商品很容易被制作成盗版销售，其实际普及后，就会引起正规商品的市场价格大幅跌落，无法开展正规经营。盗版单位将海外的内容直接（且不花一分钱）引进中国国内的方法比过去更快速、

巧妙，移动电话用的游戏等外资企业的作品眨眼间就被复制（因为反向设计很容易），通过内容提供商将之推向市场。盗版问题对外资企业来说，不仅会在中国市场遭受直接损失，同时，也只能考虑是否要尽量避免在中国直接开发商品或自己的商品在中国流通（如果不使本公司的内容远离中国，就会对在其他国家开展的营业活动造成影响）。但是，目前扫除中国的盗版事实上也是极其困难的，因此建议完善比较容易实施打击盗版措施的司法和行政制度。

具体包括：

- 针对违法上载商品的措施（关于网上刊载的商品，不问刊载人的责任，让主页管理员承担责任）
- 制定针对盗版商品制作人的取缔规定、加强处罚措施、追究使用人的责任
- 制定针对违法单位的进场检查所有商品的规定
- 为增加罚款、损失赔偿额的认定额度提供法律依据

（在中国通过盗版商品获得的收益基本很少，即使告上法庭，也会以此为依据按小额诉讼处理。但开发内容时却要投入大额成本，所以为了让违反单位不要再犯，也为了不让开发人员忍气吞声，应建立法律体制）

有关培养创作人的问题

事实上，要制作内容，就必须在当地培养创作人。但目前很多外资企业都已放弃在中国培养创作人。这对中国的内容产业来说是个致命性的问题，外资企业无法培养当地员工，无法战胜盗版的话，最终只有“把海外的创作人拉到中国工作，制作出适合中国市场的内容进行销售”，这种治标不治本的办法。

无法在中国培养创作人的原因错综复杂。

1. 在中国，创作人的社会地位低（不重视生产产品的人）
2. 在没有为软件付钱的观念，盗版蔓延的社

会上，大家并不认为直接使用其他人的作品是坏事。

3. 在当前的专业教育中，虽然能教授PC软件的使用方法，但无法教授创造产品的观念（设计行业也只能诞生操作人员，无法诞生设计人员）。

4. 因为没有理解事物本质的能力，无法判断质量的好坏，所以缺少创作人的积极性，让人无法期待其能成长为人才。

关于此种情况，当今的中国现代美术的著名画家也持有相同的看法，他认为从现代中国死记硬背式的学校教育下很难涌现创作人才。而中国的音乐行业也令人非常悲观，缺少新的才能，缺少对著作人返还足够利益的机制等成了严重的问题。我们建议，至少在培养创作人的专业学校内，除了PC软件的使用方法以外，还应设置培育创作人素养的课程，实施在学校机构内不得使用盗版的道德教育，并严禁在这类机构中使用盗版。因为使用盗版的人不可能成为一个有成就的创作人。从国情出发的限制或实质上的限制问题中国目前出于社会和政治的考虑，在部分内容产业限制外资内容的进入，审查也比较严格。要想堂堂正正地通过审查，会花费很多时间和成本，而且无法预计未来获得多少收益，所以很多情况下无法实现经营。实际在电影院放映的海外作品多是时间上落后很久的影片，因为当时市场上已经有盗版，所以多数情况下票房收入很少（本来每年采用收益分享方式引进的电影数量就限定20部，如果要购买许可权的话，即使是受欢迎的大片也只能卖到几万美元。而中国产的电影在开始放映后的一段时间内不许制作盗版，所以票房收入会增加）。

另外，在有关秩序和风俗道德方面的审查、有关政治立场的审查上，也比国内制作的作品严格得多（《机动战士高达》未得到播放的原因就是出于“内容偏军事、暴力”的政策性考虑。在海外动画片方面，自2004年的《网球王子》之后，就没有一部获批播放。与中国企业建立合作在法律上可行，但很难获得批准）。

另外，从2009年12月开始，在移动增值业务领域，受运营商的政策影响，几乎屏蔽了大部分业务的正常提供。截至2010年3月18日大多数业务也仍处于停止计费的状态（据说SP（增值业务提供商）一直以来的通过FreeWap计费的这条通道被停止了，但是腾讯和空中网靠着关系，现在又可以重新计费了）。此次的目的是清除违反良好道德风俗的内容，重新恢复正常业务的日程等尚未确定，对提供优良内容的外资内容提供商来说，包括资金周转方面，都是大问题（这个问题虽然不仅限于外资企业，但被外资企业理解为中国特有的风险）。不管怎么说，今后如果中国按照上述方法，采取排斥海外内容的国家政策，就会造成国内只有大量的盗版和极少的国内业务，阻碍行业的发展。有关作为中国国家事业的内容政策的问题全球的内容事业随着数字化的发展，发生了很大的变化。“只要肯投入就能做出好商品”的概念已行不通，这个行业的魅力在于只要创意好，即使是小额经营也能获得巨大的机会。现在想仿照前人的作品发二次财的IT企业家越来越多，结果不知怎么回事，冠以“中国独自开发”名义的缺少原创性的二次翻版、三次翻版的内容大量增加（听说还有中国企业互相争夺在中国仿照日本10多年前的游戏制作的游戏的著作权，虽然法院判决，但日方没得到任何赔偿）。因此，国家要想投入力量帮助发展内容，应该支持靠创意竞争的中小企业和个人，而不是有资金能力的大企业，但在目前的限制下，包括许可权的获取条件、优惠税制等政策在内，大企业受到优待，内容事业的培养方针失去了正确的方向。希望中国政府今后能放松限制，并开展活动促进培养这类内容提供商。

<建议>

- ① 目前的内容数字性很强，对用户来说是一时性的事物，所以盗版和剽窃问题是致命性的。如果不能解决这个问题，就很难在中国国内形成正常的市场。关于著作人、版权持有人的权利保护，希望

能加强法律约束力，使其具有与税法相当的强制性。

- ②关于在中国国内培养创作人的事，国家也在投入力量实施，但很难说现在的氛围适于创作人的成长。目前为数不多的立志成为创作人的人也局限于学习教育和技术性的知识，不培养感性、感觉和思考能力就将他们推向社会的话，无法使他们的思想变为现实。如果不从专业教育之前的阶段对这部分进行改革，将很难达成目标。希望能实施具体措施。
- ③关于特定著作权集中型产品的进口和上线的限制，针对审查或软件消息宣布的规定，中国考虑了过多的因素，与WTO的规定相矛盾。在整个内容事业中，国家的限制减少了商务机会，建立了只有部分国内大型企业受优待的机制，从外资企业看来市场缺乏吸引力。在目前这个阶段，希望中国的内容市场能取消相关限制，从建立产业的阶段开始发展。
- ④对大型企业的优惠政策不可能促进内容产业的发展。培育大量的、广泛的内容提供商可以诞生具有原创性的商品、健康的市场竞争。目前的发展方向是大型企业垄断市场，很难培养具有创意的人才。希望能实施优惠政策，促进形成以塑造个别创作人为目标的内容提供商。

5. 广告

概况

广告费总额、行业规模

2008年，中国举行了北京奥运会，中国的广告行业为了充分利用奥运会的商机，掀起了一阵巨大的奥运浪潮。但是，受到5月四川大地震的影响，所有媒体都减少播放广告，就像迎头被浇了一盆冷水。2008年，中国的广告费总额为1,899亿5,614万元，比上一年增加了9.1%，是2000年以后，时隔8年的一位数增长。就像GDP的增长率一样，上半年发展势头良好，但从9月开始因为受雷曼事件的影响而下跌。

全国广告类公司（广告公司、制作公司、媒介购买公司等）的数量达185,765家，比上一年增加了7.6%，和2007年增加了20.6%相比，增长幅度变小。

表1：中国广告业的成长历程(1981~2008年)

	总广告费 (万元)	增长率 (%)	广告经营 单位数量 (社)	从业人数 (人)
1981	11,500	-	1,160	16,160
85	60,533	65.7	6,052	63,819
90	250,173	25.1	11,123	131,970
95	2,732,630	36.5	48,082	477,371
97	4,619,638	26.0	57,024	545,788
98	5,378,327	16.4	61,730	578,876
99	6,220,506	15.7	64,882	587,474
2000	7,126,632	9.0	70,747	641,116
01	7,948,876	11.5	78,339	709,076
02	9,031,500	13.6	89,600	756,400
03	10,786,846	19.4	101,786	871,366
04	12,645,601	17.2	113,508	913,832
05	14,163,000	12.0	125,394	940,415
06	15,730,000	11.1	143,129	1,040,099
07	17,409,626	10.7	172,616	1,112,528
08	18,995,614	9.1	185,765	1,266,393

资料：中国广告协会

各地区的广告市场规模

从2008年的各地区广告市场来看，第一名的北京为356亿7,810万元，第二名的上海为313亿3,541万元，第三名的广东省为250亿5,990万元，虽然排名顺序和2007年相同，但从增长率来看，北京是14.2%，上海是4.8%，广东省却负增

长了2.4%。

北京因为集中了针对奥运会的广告投放，所以增长率很高，上海、广东省的出口产业的广告比例大，所以2008年下半年明显下滑。而值得关注的是，以上三大市场的周边地区及内陆地区的2008年广告费明显增长。陕西省、内蒙古自治区、河南省、安徽省和江苏省的增长率都靠前。如果今后继续实施政府主导的内需扩大政策，预计这种趋势会进一步增强。当然，从中国的整体广告市场的发展来看，地方广告市场取得发展比三大市场集中发展的方式能取得更好的平衡。

表2：各地区广告市场规模(2008年)

排名	地区名称	广告经营额 (万元)	增长率 (%)
1	北京	3,567,810	14.2
2	上海	3,133,541	4.8
3	广东	2,505,990	-2.4
4	江苏	1,535,291	17.6
5	浙江	1,382,663	10.9
6	天津	839,202	13.9
7	山东	702,359	1.9
8	福建	560,714	12.7
9	四川	506,337	12.5
10	辽宁	428,508	7.2
11	安徽	363,714	17.1
12	湖南	357,640	7.4
13	国家局	355,149	7.5
14	重庆	333,293	13.6
15	河南	330,443	36.9
16	湖北	319,572	11.3
17	江西	231,682	8.8
18	黑龙江	203,948	5.9
19	山西	201,665	8.3
20	吉林	188,264	10.3
21	云南	177,626	8.0
22	陕西	138,894	260.2
23	新疆	134,209	-0.03
24	河北	128,791	1.1
25	内蒙古	84,382	21.5
26	贵州	81,419	6.5
27	广西	61,141	-38.9
28	甘肃	40,815	13.0
29	海南	35,991	8.6
30	宁夏	28,306	4.1
31	青海	24,022	17.0
32	西藏	12,238	-41.6

资料：中国广告协会

各行业的广告费

从2008年各行业的广告费来看，房地产

(234亿2,516万元,比上一年增加28.3%)排名第一,其次是药品(158亿1,640万元,比上一年增加6.9%)、食品(147亿6,308万元,比上一年增加4.6%)。汽车(138亿1,074万元,比上一年增加16.1%)排名第四,不像日本或欧美各国那样出现下滑。在2008年的广告费增长率中,服务业(107亿1,337万元,比上一年增加28.8%)排名第一,房地产的增长率排名第二,它反映了建设浪潮波及中小城市的事实。接下来是服饰和饰品(62亿4,060万元,比上一年增加27.6%)、健康食品(86亿7,734万元,比上一年增加22.6%),它体现了中国消费者旺盛的消费欲。(表3)

表3: 各行业广告费(2008年)

行业	广告费(万元)	增长率(%)
不动产	2,342,516	28.3
药品	1,581,640	6.9
食品	1,476,308	4.6
汽车	1,381,074	16.1
化妆品	1,140,440	6.9
服务业	1,071,337	28.8
医疗服务	951,539	4.2
家电	879,224	-6.8
健康食品	867,734	22.6
信息服务	682,254	20.3
服饰·饰品	624,060	27.6
酒类	605,343	16.8
金融保险	476,543	21.4
医疗设备	429,383	-3.0
招募(招聘·求学)	335,638	11.0
美容业	298,848	-
香烟	160,241	-7.3
农业周边	76,692	-2.1
其他	3,614,800	-11.3

资料:中国广告协会

各媒体的广告费

在2008年的各媒体广告费中,电视媒体达501亿5,037万元,比上一年增加了13.2%,继续保持第一名。它占总广告费的比例是39.1%,继续保持稳定的增长。报纸媒体的广告费达342亿6,737万元,比上一年增加了6.4%,排名第二,占总广告费的比例是28.4%。广播媒体的广告费达68亿3,409万元,比上一年增加了8.8%,占总广告费的5.5%。杂志媒体的广告费达31亿246万元,比上一年增加了17.2%。占总广告费的

2.3%。在中国市场上,这些传统媒体还处于发展的阶段。

只有户外广告的广告费比上一年减少了0.96%,达179亿6,328万元,占总广告费的比例为16.0%,没有增长。原因可能包括:为了举行奥运会,以北京为首的大城市实施了限制措施,撤除了大量大型媒体,而且近年来大型霓虹灯广告牌和挂在大楼墙壁上的大型LED广告牌越来越多,企业更多地从海外金融市场筹措用于安装这些广告牌的初期投资资金,但受金融危机的影响,资金的流入暂停等。

互联网广告预计达98亿元,比上一年增加了56.5%,比任何其他媒体的增长都快。从2008年开始,中国也放开了对3G移动电话的限制,预计未来移动广告会有大幅增长。(表4)

表4: 各媒体广告费(2008年)

媒体	广告费(万元)	增长率(%)	构成比(%)
电视	5,015,037	13.2	39.1
报纸	3,426,737	6.4	28.4
广播	683,409	8.8	5.5
杂志	310,246	17.2	2.3
户外广告	1,796,328	-0.96	16.0
互联网	980,000	56.5	8.7
合计	12,211,757	-	100.0

资料:中国广告协会

广告公司

2008年,全国广告公司的总销售额达778亿3,289万元,比上一年增加了13.1%。占总广告费的41%。其中,前10名公司的销售总额为373亿1,716万元,占广告公司总体的48.0%。表5-1、表5-2是按营业收入及营业额进行的排名,外资广告公司的销售额占大半的情况没有变化,分众传媒(Focus Media)排名第一(2007年排名第五),业绩大幅增长。在总利润的排名中,前几名没有太大变化,但从第六名往后,出现了中国民营的以户外媒体为主的广告公司。在发生了金融危机之后,据说户外广告的增长停滞,今后将继续关注它的发展。

2008年12月,国内最大的门户网站新浪网和分众传媒发布合并计划,在中国的广告业引起了

一阵不小的波澜。分众传媒的主要业务是在全中国大城市的写字楼的电梯间、大厅内及超市内设置液晶显示器，24小时放映TVCF广告。这是一家2005年7月在纳斯达克上市，从海外金融市场筹措资金，用于中国国内设备投资的商务模式领先一步的企业。

如果分众传媒与新浪网合并，它作为一家中国的媒体集团，虽然还比不上中央电视台，但规模超过了业内排名第三的上海文广新闻传媒集团（SMG—下属有上海TV、文汇报、上海电影集团的媒体集团），将成为最大的私营媒体集团。商务部认为这个合并项目可能违反中国的反垄断法，从旁拦阻，所以计划未能实现。

再有，在北京奥运会和金融危机之后，高级写字楼的建设热潮已告了一个段落，广告主更加重视广告投资的投入产出效果，分众传媒一直以高级写字楼工作的商务人士=高消费层的公式拓展业务，它的商务模式无法准确地掌握广告的传达效果，而且不能像过去那样顺利地海外筹措资金，所以业内很多人认为分众传媒是想趁还能卖出高价的时候出售自己，这不过是资本游戏的一幕而已。

不管怎么说，我们都不能否认这是一个象征着变化剧烈的中国广告行业的事件。今后这个行业还会持续外资和本地企业的混战，反复出现大型的M&A。

[参考资料]

- 2008年国民经济和社会发展统计公报（中华人民共和国国家统计局 2009年2月28日）
- 2008年中国广告业统计数据报告（《现代广告》杂志 2009年4月刊）
- 2008年中国广告公司排名报告（《现代广告》杂志 2009年7月刊）

表5-1：主要广告公司 总利润前10家公司

排名	广告公司名称	营业收入(万元)
1	北京电通广告有限公司	98,168
2	盛世长城国际广告有限公司(Saatchi & Saatchi)	68,486
3	中航文化股份有限公司	66,355
4	上海灵狮广告有限公司(Lintas)	58,821
5	北京未来广告公司	26,657
6	上海美术设计公司	22,939
7	中国广告联合总公司	12,682
8	安徽省金娟国际广告有限公司	11,000
9	四川省巴蜀新形象广告传媒股份有限公司	9,912
10	广州交易会广告有限公司	8,049
合计	-	383,069

资料：中国广告协会

* 2008年以来综合广告公司的排名。专业户外广告公司除外。

表5-2：主要广告公司 销售额前10家公司

排名	广告公司名称	营业额(万元)
1	分众传媒(中国)控股有限公司(Focus Media)	539,570
2	麦肯 光明广告有限公司(McCANN-ERICKSON)	492,835
3	上海李奥贝纳广告有限公司(Leo Burnett)	475,578
4	智威汤逊 中乔广告有限公司(JW Thompson)	471,009
5	盛世长城国际广告有限公司(Saatchi & Saatchi)	427,792
6	北京电通广告有限公司	356,886
7	北京未来广告公司	346,487
8	广东省广告股份有限公司	233,000
9	北京恒美广告有限公司上海分公司(DDB)	203,973
10	广东凯络广告有限公司上海分公司	184,586
合计	-	3,731,716

资料：中国广告协会

* 2008年以来，包括专业户外广告公司。

<建议>

- ① 媒体交易：电视的收视率调查只有一家被公认，印刷媒体的发行份数也无中立机构认定的数据。衡量广告效果的基础数据不完善，因没有合理的广告费用标准，卖方市场导致媒体费用高涨。在电视投放广告时，对节目的编排没有任何

预告，经常突然更改。虽然取消的CM会得到补偿，但在开展新商品发售活动等，经过深思熟虑才确定时间的活动时，损失很大。希望能进行改善。

② 税收制度：获得了进行媒体交易许可的广告公司在交易时除了要支付5%的营业税以外，还被以城市建设费等名义征收约3%的费用。例如，广告公司承接了咨询业务时还要被扣税约8%。而只获得了经营咨询服务许可的咨询公司在承接同样的工作时只要支付5%的营业税，存在不公平竞争。此外，在进行媒体交易时，也对广告公司的手续费收入征收约8%的税金，在进行其他广告制作、举行活动等业务时，对整体收入征收约8%的税金。但是，在举行大型活动等时，因为有大量的协作公司参与，所以如果把每个公司的营业税及对总销售额征收的营业税加在一起，会变成很难保证整体利润的金额。因此赞助商更愿意对每个协作公司个别发单，其结果经常造成一个项目缺乏统一性。再有，当在大型活动中发生了国外交易时。一旦其中涉及肖像权、商标权等知识产权的转让，在向海外汇款前就要事先向税务局出示合同，在算好征税额之前不能得到汇款许可。曾经发生过因为这个手续造成汇款延误，被索要违约金的情况。希望能改进过于繁琐的税务手续。

③ 知识产权：因为提供图片租用（制作广告原稿时使用的高通用性照片素材）服务的单位对肖像权没有认真管理，导致事后被个人投诉。因为非常难判断是否真的获得了著作权，所以这给制作现场造成了很大的负担。特别是在互联网上伪装成无著作权问题的下载网页非常多。希望能尽快改进。

④ 户外广告：户外媒体的批准制度因城市

而异，很复杂。工商局、城市建设局、公安局等分别批准，没有统一管理室外媒体的行政机构，所以也就没有调停纠纷的场合。希望能尽快改进。

⑤ 广告表达限制：关于广告表达的限制，“中国广告法”及“广告法实施细则”已经写明了原则，但相关各部局之间对每种具体情况的意见也有微妙的不同，所以广告公司承担着巨大的风险。希望能尽快改善。

6. 电视·媒体

以湖南卫视为代表的地方卫星电视的发展

中国的电视台均为国营，是属于各级政府的政府机关。根据行政区划分为三种，属于中央政府的中央电视台（CCTV）、属于省政府的省级电视台（包括卫星电视）、属于市政府的市级电视台（比如：南京电视台、广州电视台等）。截至2008年，全国的电视台总数为277个，频道数达到1,356个。

关于各电视台的收视率，中央电视台（CCTV）占全部的1/3以上，收视率最高。其次是在全国有数十个省级电视台的卫星电视，收视率占20—25%，这个数字也在逐年增长。剩余的40%是其他200余个省级电视台以及市级电视台的地面波电视。

在全国范围内播放的电视频道主要是中央电视台的主要频道与各省级电视台的卫星电视频道。根据2007年至2008年的收视率调查，排名前15位的频道中，中央电视台占据了其中的10席。其中，综合频道（CCTV-1）的收视率超过了16%。

表1：全国电视频道的收视率分布（单位：%）

排名	频道	2007年	2008年
1	CCTV-1	16.2	16.8
2	CCTV-8	7.3	6.3
3	CCTV-3	7.0	5.9
4	CCTV-5	5.3	5.8
5	CCTV-6	6.4	5.6
6	湖南卫视	5.2	5.4
7	CCTV-4	3.2	3.8
8	CCTV-2	3.3	3.5
9	CCTV儿童频道	3.3	3.1
10	CCTV新闻频道	2.4	3.0
11	安徽卫视	3.5	2.8
12	江苏卫视	2.4	2.4
13	山东卫视	2.0	2.3
14	四川卫视	2.0	2.3
15	CCTV-10	2.5	2.0

来自：CSM2008

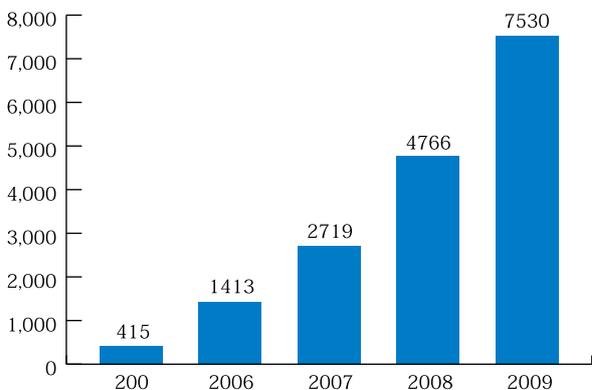
在中国，各省有各自的卫星电视，通过卫星与有线网络向全国播放节目。在省级卫星电视中，湖南卫视稳居收视率的第一名。湖南卫视1997年1月1日开播，于当年制作并播放了《快乐大本营》、《玫瑰之约》等栏目。这些节目瞬间在全国刮起“快乐旋风”。其后，湖南卫视连续4年举办了《超级女声》与《快乐男声》，并获得了巨大的成功。湖南卫视成为了引领中国娱乐节目的火车头。其收视率连续5年占据省级卫星电视的首位。2009年8月，湖南卫视的收视率曾一度超越中央电视台占据全国首位。关于湖南卫视的广告收入，2006年度为10亿元、2008年度为15亿元、2009年度超过了20亿元。

湖南卫视的成功刺激了其他省级卫星电视，其他省级电视台也继湖南卫视之后不断开设了各类娱乐节目，并获得成功。在2009年度，浙江卫视、江苏卫视、安徽卫视、东方卫视等取得了较大的进步。

进入高度发展期的中国数字电视

中国决定将2015年停止模拟电视全面进入数字电视作为发展目标。并从2004年开始致力于数字电视的发展。2008年是数字电视普及最快的一年，数字电视的用户数量已经达到了4,766万户。在2009年到达了7530万户，与2008年相比增长率为58%。

表2：数字电视用户数量的变化（2005—2009年）
（单位：万户）



来自：CCID/CRC

从数字电视用户的地域分布来看，沿海地区与内陆地区差别不大，但是内陆地区的发展速度比沿海地区略快。从所占比例来看，江苏省、广西壮族自治区、广东省、湖南省、山西省这五省位列前五名。

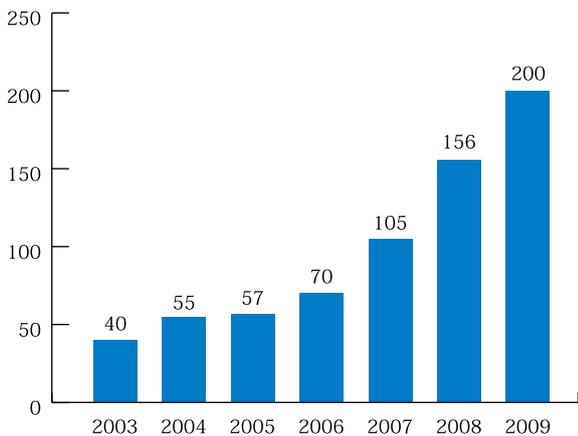
截至2008年，数字电视共有179个频道。

例如：《天元围棋》、《靓妆》、《汽摩》、《留学世界》、《游戏竞技》、《高尔夫网球频道》、《电视指南》、《英语辅导》、《摄影频道》、《早期教育》、《孕育指南》、《育婴宝典》、《环球奇观》、《东方物流》、《财富天下》、《风云音乐》、《风云足球》、《世界地理频道》、《第一剧场》、《女性时尚》、《风云剧场》、《CCTV戏曲》、《CCTV电影》、《CCTV娱乐》、《车迷频道》、《天盛欧洲足球频道》、《中国电影频道》、《新动漫》等。

对于电视购物制度的强化

2004年以来，中国的电视产业迅速发展。2007年，中国的电视购物的市场规模已经达到105亿元，2008年增至156亿元，一年达到了超过50%的增长。2009年超过了200亿元，预计在2020年将扩大至3,000亿元，达到占零售市场整体1.5%的规模。

表3：中国电视购物销售额的变化（单位：亿元）



来自：CCID/CRC

但是由于电视购物普遍存在虚假宣传以及伪劣产品等问题，消费者仍普遍存在着不满。鉴于此，中国政府于2009年12月公布了“关于电视购物频道建设和管理的意见”，开始加强对电视购物的管理。“意见”的具体内容如下。

- (1) “行业许可制”的应用。任何机构，未经广播电视总局批准，禁止开设电视购物频道并播放电视购物节目。并且，禁止将现有电视频道与节目变更为电视购物频道与节目。（例如：利用信息服务、电视指南等名目的电视购物节目等）。另外，禁止扩大播放范围。
- (2) 对进入行业进行限制。对于职员与设备的配置等设定要求、对于启动资金设定要求，规定全国播出的不少于1亿元，省级行政区域内播出的不少于5000万元，市地级行政区域内播出的不少于3000万元，不得以无形资产以及实物或场地等出资。
- (3) 播放平台的限制。2010年1月10日起，除经批准开办的电视购物频道和播放电视购物时段外，一律不得播出电视购物节目。不仅新闻频道和国际频道等专门频道，电视购物频道也禁止播放电视购物广告。在教育频道、儿童频道等专门频道中，禁止播放不适合未成年收看的电视购物广告。
- (4) 播放时间的缩短。对于目前还未开设电视购物频道的电视台，可以开设1个每次播放时长不超过5小时的专门电视购物时段（19:00至21:00除外），只可以在经过批准的固定频道中播放。另外，在电视购物频道与电视购物的播放时段，禁止播放广告（包括电视购物广告）。
- (5) 售后服务的加强。开设电视购物的电视台，必须加强对电视购物运营公司的管理。电视购物的运营公司必须承诺，对于通过电视购物购买商品的消费者设定退货期限，有质量问题的商品可无条件退换，对于给消费者造成的损失，依法承担法律责任。另外，关于在电视购物专用的播放

时段销售的商品以及服务，由与电视购物频道签约的电视购物运营公司负责经营并承担相应的一切法律责任。

国家网络电视的开设

互联网自从其诞生至今以超乎寻常的速度持续发展。2009年与2000年相比，中国的互联网用户数量从1,700万人增至3.84亿人，在十年间扩大了20倍之多。关于互联网的普及率，从全国平均水平来看，虽然不到30%，但是在北京、上海、广州等大城市已经达到了50%。

互联网是一种新兴产业，同时也是一种新媒体。作为一种新兴产业，互联网与IT技术、信息产业、电子商务等有着密切的联系。对政治、经济、社会、军事、科学技术、文化、教育等各产业的各领域产生重大影响。互联网成功缩小了中国与世界先进国家之间的差距，这一新兴产业已经成为中国经济增长的一部分。另外，在促进经济结构与发展方式的改革方面也发挥着重要的作用。

对于作为产业的互联网，中国政府积极地采取扶持体制。在政策与资金等方面采取优惠政策，推进“政府网络工程”与“企业网络工程”、“家庭网络工程”等。

同样，中国政府对作为新信息传播手段、新媒介的互联网表现了高度的关心。例如：中国的政府首脑通过互联网了解民意，同时通过互联网对影响民意的事情进行高度重视。

例如，2009年12月28日开播的中国网络电视台（www.cntv.cn）正是中国政府重视互联网媒体，推进互联网媒体战略的有力证明。

中国网络电视台（www.cntv.cn）汇集互联网电视、IP电视、手机电视、移动媒体等各种媒体，播放的频道包括新闻频道、综合频道、博客频道（爱西柚）、搜索频道等。在2010年，计划开设财经、电影、电视剧、探索、健康、气象、家居、旅游、教育、民族、音乐等频道。

图1：中国网络电视台



<建议>

媒体，特别是电视播放行业，是中国为数不多的未开放领域之一。中国政府严格限制外资以及民间资本进入该领域。对于外国节目设立特定的播放内容限制，并限制播放时间。但是，以电视为首的媒体产业作为潜在发展性最强的领域正在引起各方面的关注。

媒体是与政治体制有直接关系的敏感领域，外资企业希望中国政府进行彻底改革的这一愿望较难实现。但是可以要求放宽对日本节目（动画片等）播放内容与播放时间的限制。另外，在节目制作与播放技术、电视购物、数字电视内容等领域存在外资企业参与的可能，因此收集各方面信息、确立向中国进军战略是可行的。具体建议如下。

- ① 希望放宽对日本节目（动画片等）播放内容与播放时间的限制。
- ② 希望广泛提供与外资企业进行合作，交流方面的信息。

第6章 运输业

1. 海运

2009年对国际海运而言，是最能感受中国影响的一年。年初货流量陷入低谷，之后由于中国政府为扩大内需采取积极的财政政策和金融政策的适度放宽，经济开始呈V字型恢复，能源、原材料运输市场急速反弹，集装箱运输在下半年也开始缓慢回升。

下面，将依次回顾中国交通运输部的政策、散货运输动向、集装箱船运输动向、港口货物吞吐量状况、以及国际海运面临的课题。

中国交通运输部的政策

2010年1月15日召开的全国交通运输工作会议上作了以下报告。

2009年回顾

①积极应对国际金融危机，实施促进经济增长的一揽子计划（建设基础设施，如新增万吨级以上深水泊位96个，改善内河航道里程1192公里等）。

②大力提高交通运输服务保障能力。

确保重点物资的运输与城乡居民生活用品的运输，有效组织铁矿石疏港、电力“迎峰度夏”以及冬季储煤的运输。

③加强交通运输市场监管。

鼓励老旧运输船舶提前淘汰，建立国际集装箱班轮的运价备案制度，延长中资“方便旗”船特案免税政策，实施两岸海上直航12项政

策措施。

④继续开展交通运输“安全生产年”活动。

⑤积极推进依法行政和对外交流合作。

⑥加强节能减排工作。

2010年的目标与展望

会议上确定了以下项目。

①增强内河航运能力。

②继续强化运输保障服务。

③加强运输监督。

④坚持深化改革和依法行政。

⑤健全安全监管和应急保障体系。

⑥推进科学技术和节能减排。

⑦继续扩大对外交流合作。

⑧编制“十二五”规划。

从上述内容可以看出，2010年的政策是努力推进综合运输体系发展，强化内河航运能力，提高运输设施装备的技术水平和信息化水平，将交通运输业建设成资源节约型、环境友好型行业，2010年的方针是积极的深化和扩大对外交流。

散货运输动向

2009年回顾

2008年下半年，干散货市场受世界经济危机影响急剧下滑，2009年初波罗的海指数以600点的历史最低值拉开了帷幕。因世界经济减速，各国钢铁

公司相继实施减产举措，而且许多在市场繁荣时大量订造的新船即将竣工，因此人们预测2009年的市场将在低谷徘徊。

然而，由于各国实施刺激经济的政策，特别是中国推出扩大内需的重拳，用4万亿人民币刺激经济发展和进行基础设施建设等，造成钢铁需求量增加，对钢铁原材料的需求也相应地大幅增加。结果6月时猛增到4,291。之后，受一些中小钢厂和贸易商集中SPOT购买以及船舶延迟交货等因素影响，尽管市场波动很大，但铁矿石需求全年都处于旺盛状态。

此外，由于煤矿事故和环保对策至使，中国煤炭生产成本上涨，以及国际煤炭价格下滑等因素，中国煤炭进口量从2008年的4,000万吨飙升到2009年的12,000万吨。中国第一次成为煤炭纯进口国，供应源头也从以往的东南亚变为澳大利亚，运输的吨英里大大增加，因此支撑了中国超巴拿马型、大灵便型船舶市场的发展。供应方面，人们曾经预测会有大量船舶完工，而实际上发生了多起因船东融资困难等取消订单和延期交船的事件，实际上只有61%的订单完工。(CLARKSONS Drybulk freight

market as of 9 February 2010)。

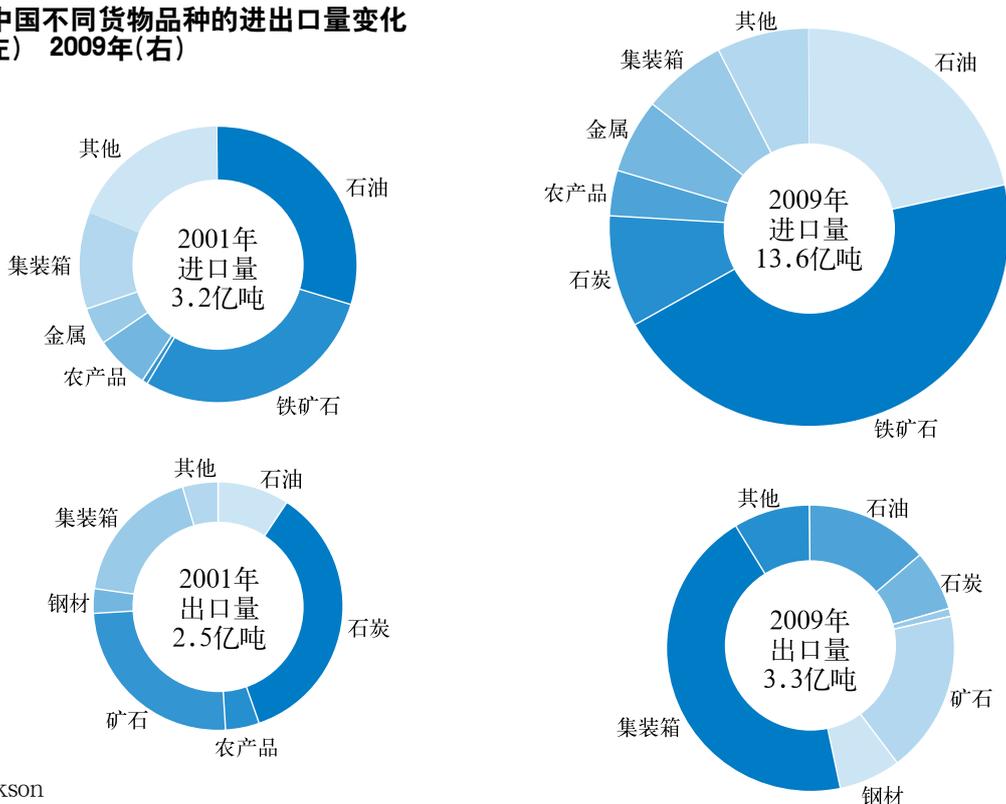
2009年干散货物运输市场如上所述，由于运往中国的货量猛增以及竣工船舶的减少，景气指数大大超过年初的预测。

至于油轮市场，一般有一个季节性变化，即春季下滑，夏季低位徘徊，冬季前开始回升，不过2008年的情形完全相反，2009年是从低谷起步。

之后市场需求仍不见好转，曾经预想的单壳船退市并无多大进展，因此统治市场的是一种悲观情绪，到夏季和冬季仍无起色。2009年油轮市场全年的平均值很低，跌破WS40。

从中国贸易量的变化来看，2001年总进口量为3.2亿吨，总出口量为2.5亿吨，进口和出口相差不多，但2009年进出口量分别为13.6亿吨、3.3亿吨，其差距扩大到4倍。进口货物中增长较大的是铁矿石，增长6.7倍，达5.2亿吨，石油增长3倍，达2.0亿吨，煤炭增长49倍，达1.2亿吨。出口货物中增长较大的是，集装箱增长3.2倍，达1.0亿吨（图表1）。也就是说，中国扩大了自给率下降的原材料、燃料的进口，以满足本国国内的消费，而且通

图表1：中国不同货物品种的进出口量变化
2001年(左) 2009年(右)



出处: Clarkson

过加工贸易增加了产品出口。

2010年的展望

2010年在政府主导的扩大内需政策的刺激下，中国粗钢生产将保持增长势头，预计超过6亿吨。中国国内的矿山品位低，无法大幅度增产，因此人们普遍认为中国的进口铁矿石量将刷新去年创造的历史最高记录。

另外，经济逐步恢复的欧美和日本的铁矿石进口量也将超出2009年，因此2010年的货物运输量将坚挺上扬。

船舶供应方面，2010年计划完工的船舶比2009年多，人们担心随着新造船大量竣工会打破供需平衡，发展成为2010年的一个严重问题。不过，可以想到的是，2010年与2009年一样，将出现一些新船订单取消和延迟交船的问题，因此必须关注实际的交船量。

2010年的干散货物运输市场将取决于欧美日的货物运输需求的恢复状况，以及中国等新兴国家的货物需求增加量能否与船舶的大量供应保持平衡，其发展前景尚不明朗。

2010年油轮市场的发展将超过去年。

不仅原油需求开始恢复，而且原油未来走高趋势较强，储藏需求进一步旺盛，供求关系紧张。随着经济回暖，原油需求恢复态势持续下去的话，船舶供需关系将更加紧张，因此油轮市场也将呈现繁荣景象。

此外，原则上2010年理应淘汰的单层船舶（单层船壳结构）将加快退市步伐，估计2010年油轮市场的发展超出上一年。

集装箱船运输动态

2009年回顾

下面将09年与08年的主要航线的货物输送量做一个回顾。

图表2：北美货物运输量

亚洲/北美货物流动量与中国+香港所占比例

(单位：万TEU)

	向东航线	中国+香港	比例	向西航线	中国+香港	比例
09年1-11月	1039.7	722.7	69.5%	544.6	251.3	46.1%
08年1-11月	1238.9	854.5	69.0%	569.6	233.5	41.0%
	减16.1%	减15.4%		减4.4%	涨7.6%	

根据（财）日本海事中心统计的资料（出处：PIERS），09年北美货物运输量（1~11月）如上图表2所示，向东航线（亚洲→北美）的货物量比上一年同期减少16.1%，其中从（中国+香港）发出的货物减少15.4%，所占比例为69.5%。向西航线（北美→亚洲）的货物量同比减少4.4%，其中发往（中国+香港）的货物同比增加7.6%，所占比例为46.1%。

关于向东航线，由于受08年秋天正式爆发的世界经济危机的余波影响，美国金融机构缩紧贷款，造成消费低迷，从亚洲到北美的消费品出口受挫。另一方面，向西航线的货物流量整体上减少，但成为亚洲最大消费国的中国的经济恢复比欧美早，因此流向中国+香港的货物量呈同比增长态势。

图表3：欧洲货物运输量
亚洲欧洲货物流动量（单位：万TEU）

	向西航线(亚洲出发)	向东航线(抵达亚洲)
09年1-11月	1039.5	492.7
08年1-11月	1248.5	486.5
	减少16.7%	增加1.3%

欧洲货物运输量是根据由欧洲进出贸易的航运公司组成的ELAA(European Liner Affairs Association)的统计资料，比较09年与08年的1-11月后得出上述结论。

从亚洲发往欧洲(向西航线)的货物减少16.7%，而从欧洲发往亚洲(向东航线)的货物增加1.3%。

雷曼兄弟破产后，全球陷入经济低谷，之前为货物流量增长2位数作出突出贡献的俄罗斯和

东欧各国的经济也受到沉重打击。结果，从亚洲发往这些地区的消费品出货量急遽缩水。另一方面，从欧洲涌向亚洲的货物由于亚洲经济急速回暖，自去年中期开始上涨。

图表4：日中之间集装箱货物运输量
日本/中国货物流动量（单位：万TEU）

	日本→中国	中国→日本
09年1-12月	94.2	184.7
08年1-12月	95.8	206.9
	减少1.7%	减少10.7%

根据SCAGA(海运同盟事务局)发布的统计数字，09年日中之间集装箱货物运输量如上述表格所示，出口（从日本发往中国）减少1.7%，进口（从中国发往日本）减少10.7%。总运输量比上一年减少7.8%，为278万9950TEU。日中航线整个货物流量自08年11月开始，在金融危机的影响下急速下滑，09年3月开始上升并反超，夏季开始不仅从日本发往中国的废纸增加，汽车相关部件/材料的运输也得到恢复，而且到年底大项目的相关货物和机械产品等增加趋势明显，使货物流量加快增长。

亚洲区域内货物运输量

根据亚洲区内讨论协议组织（IADA）的统计，亚洲区域内货物运输量在09年比08年增加了0.32%，达1231万TEU。南中国、北中国的进出口量如下面所示。

出口

南中国输出 118.5万TEU 减少2.7%
北中国输出 205.4万TEU 减少8.7%

进口

南中国输入 69.7万TEU 增加8.8%
北中国输入178.0万 TEU 增加23.5%

注：南中国：南中国 + 福建省、北中国：北中国 + 中国

南北中国贸易在亚洲区域内货物运输量所占的比例为46.4%，合计571.6万TEU。由此看

出，在亚洲区域内的集装箱货物流动中，中国发挥了举足轻重的作用。

2010年的展望

综合《海事PRESS》和《SHIPPING GAZETTE》等行业报纸的信息后估计，2010海运集装箱的货物流动方面，亚洲/北美之间与亚洲/欧洲之间等2大主航线将在上一年负增长的基础上反弹，出现正增长。预计从亚洲到北美（向东航线）的货物增加10%，从北美到亚洲的（向西航线）增加5%，从亚洲到欧洲的（向西航线）增加5%，从欧洲到亚洲的（向东航线）的增加10%。（海事PRESS 2010年1月18日 2010年定航动向预测）

人们认为，今年日中贸易肯定超过去年，但很少有人认为会恢复前年的水准。日中航线本身从以前的急速扩大进入到稳定发展的阶段，今年的增长速度可能低于5%左右。

亚洲区域内的货物流量受今年1月1日正式生效的中国与ASEAN(东南亚国家联盟)之间FTA的影响，估计贸易活动频繁，恢复强大的货物流通。

港口货物吞吐量状况

09年全国港口货物吞吐量达69.1亿吨，比去年增加8.2%。外贸货物为21.4亿吨，比去年增加8.67%。铁矿石、石油、煤炭的进口大幅度上升。

09年全国港口集装箱吞吐量与上一年相比，首次减少5.8%，为1.21亿TEU。上海港的集装箱吞吐量严重受挫，减少10.7%，为25.2万TEU。尽管如此，上海的吞吐量仍然排在世界第二位。包括上海在内的沿海地区的吞吐量减少5.9%，为1.9亿TEU。中国交通运输部根据进出口因世界经济恢复而增长的趋势，预测今年将出现正增长。集装箱增加2%，达1.25亿TEU，总量增加13%，达78亿吨。

国际海运面临的课题

- 2009年由于经济不景气，货物流通量减少，各家国际航运公司使用如减速航行、停航、压缩船队规模、折船等，一切手段来削减运力。然而，集装箱航线上并未消除供给过剩的现象，相关船运公司竞相控制货源，造成严重的过度竞争，结果海运行业特别是近海的集装箱班轮航线上，“零运费、负运费”横行一时。交通运输部不忍旁观航运公司疲于竞争的情形，引进了国际集装箱班轮运价备案制度，使市场一度趋于稳定，但最近听说出现了冒失行动的中国航运公司。该运价备案制度带来了繁琐的事务工作，而且不分国内外，要求所有航运公司必须遵守制度，因此监督机构必须注意，防止出现遵纪守法的企业反而吃亏的现象。
- 2009年3月25日、中国国务院（中央政府）批准了2020年前将上海建成国际金融中心、国际航运枢纽的方案。对国际航运公司来说，上海港使用更加方便，并且有望出台有助于降低成本的政策。

具体而言，一旦国际出口重箱能用本公司母船完成国内段运输（沿海运输），那么目前从中国经韩国、香港中转的国际集装箱就可以在中国国内进行，对船运公司来说可以节约时间和成本，对上海港来说有助于增加集装箱货物的吞吐量。
- 100%外资的航运企业其业务范围会受到一定限制，还无法进行港口的船舶代理店业务。如果这些业务能向外资开放，就可以提高企业的盈利水平。
- 《防治船舶污染海洋环境管理条例》于2009年9月9日发布，自2010年3月1日起实施。该条例中规定了油污事故解决办法，要求载运污染危险性货物的船只和超过1万总吨的其他船只要与油污清除企业签订协议，但截止2月25日实施细则仍未出台，另一方面，也未发布实施延期的通知，令航运公司感到无所适从。

<建议>

- ① 关于国际集装箱班轮运价备案制度，希望加强监督，防止走形式主义。
- ② 希望放宽由外国母船进行国际集装箱进出口货物的国内部分运输的许可（有利益的沿海航运权限制）。
- ③ 希望向外国企业开放中国港湾的船舶代理店业务。
- ④ 为了让相关单位可以在条例实施日期对应，希望发布实施细则等时，充分考虑给相关单位必要的准备时间后，早日发出通知。

2. 空运

羽田—北京首都机场之间的国际旅客包机航班开始航行

在2009年4月的中日首脑会谈中，就开设航班问题达成一致。2009年7月，中日航空当局之间就详细的框架达成一致：中日双方每日各两个航班，即每日共四个航班。根据此协议，从2009年10月25日开始，日本方面由日本航空和全日空，中国方面由中国国际航空开始航行。

由此，羽田机场至中国的航班，在原有上海虹桥机场的基础上增加了北京首都机场，这两个机场内白天的航班增多，提高了旅客的方便性。

2009年中国航空旅客概况

2009年中国民航的旅客运输量（国内、国际合计）为2亿3051万人，与前一年相比增长了19.7%。2008年秋季开始，受到由美国金融危机引发的经济危机的影响，国际航线与前一年相比减少了3.0%；与此相对的是国内航线反映了中国经济的早期复苏，与前一年相比取得了大幅度增长，增长了22.2%。

2009年中国各机场旅客运输量排名

	机场	2009年 (千人)	增减率 (与前一年相比)
1	北京首都机场	63,375	+16.9%
2	广州机场	37,049	+10.8%
3	上海浦东机场	31,921	+13.1%
4	上海虹桥机场	25,079	+9.6%
5	深圳机场	24,486	+14.4%
6	成都机场	22,638	+31.3%
7	昆明机场	18,945	+19.3%
8	西安机场	15,295	+28.3%
9	杭州机场	14,945	+17.9%
10	重庆机场	14,038	+26.0%
11	厦门机场	11,328	+20.7%
12	武汉机场	11,304	+22.8%
13	长沙机场	11,284	+33.5%
14	南京机场	10,837	+22.0%
15	青岛机场	9,660	+17.8%
16	大连机场	9,550	+16.4%
17	海口机场	8,390	+2.0%

18	三亚机场	7,941	+32.2%
19	沈阳机场	7,505	+10.2%
20	郑州机场	7,342	+24.7%

出处：CAAC

2009年中日之间航空旅客的情况

2009年访问中国的日本人人数为3,317,500人（与2008年相比减少了3.7%）（出处：中国国家旅游局）。

这是由于世界经济不景气的影响导致企业收益恶化，出差等出国业务被暂缓，同时个人消费的下降也对出国观光旅游产生了影响。另外从4月下旬开始，新型流感感染的扩大，特别是从5月至6月为了避免感染，或者可能是对与感染者乘坐同一飞机时的临时隔离措施产生反感这两点原因造成了较大影响。但是作为积极的一面，燃油附加费伴随燃油价格的下滑阶段性地下降，7月至9月甚至取消了燃油附加费，虽然唤起了旅游需求，但是并未成为超越前一年旅游量的拉动力。

另一方面，2009年访问日本的中国人数为100万6千人（12月为推测数值），与前一年相比增加0.6%，是有史以来旅客最多的一年。

受日元升值或新型流感的影响，许多来自外国的访日旅客大幅度减少，经济在很早就开始复苏的中国是唯一一个访日旅客增加的国家。虽然年初延续了08年后半年开始的复苏趋势，但是由于日本国内新型流感感染的扩大，5月以后观光或教育旅游发生了大量取消和延期的情况。然而，由于①7月开始对个人旅游签证解禁，②Visit Japan Campaign (VJC) 唤起旅游需求，③以北海道（道东）为外景地的电影《非诚勿扰》的热映使北海道受到关注等因素，加上中国政府实施大规模的经济复苏刺激政策，使中国国内经济早期复苏。8月起，除建国60周年前的9月之外，同比持续增长了两位数。

2009年中国航空货物概况

2009年中国民航货物运输量（国内、国际

合计)为445万吨,与前一年相比增加了9.3%。受内需支撑的国内航空货物与前一年相比增加了11.4%,但是,关于国际航空货物的需求,特别是上半年受到经济危机的影响,因此与前一年相比仅增加了5.5%。虽然经济危机导致世界性需求低迷,但是进出中国的航空物流依然坚挺并取得了实质的进展。

另外关于各机场的运输量,上海浦东机场、北京首都机场和广州白云机场这三个机场占中国全部机场货物运输量的52.6%(共497万吨),三个机场的拥挤且货物运输需求集中的整体情况并未出现改观。

2009年中国各机场货物邮递运输量排名

	机场	2009年 (千吨)	增减率 (与前一年相比)
1	上海浦东机场	2,543	▲2.3%
2	北京首都机场	1,476	+7.9%
3	广州机场	955	+39.3%
4	深圳机场	605	+1.2%
5	上海虹桥机场	439	+5.6%
6	成都机场	374	+0.1%
7	昆明机场	259	+9.5%
8	杭州机场	226	+7.4%
9	南京机场	200	+6.7%
10	厦门机场	196	+0.3%
11	重庆机场	186	+16.1%
12	天津机场	168	+0.9%
13	青岛机场	135	+3.8%
14	西安机场	127	+8.5%
15	大连机场	126	▲2.7%
16	沈阳机场	112	+9.7%
17	武汉机场	102	+13.4%

表中的机场运输量均在10万吨以上 出处:CAAC

2009年中日之间航空货物的情况

2009年中日航空货物量(日本发往中国)

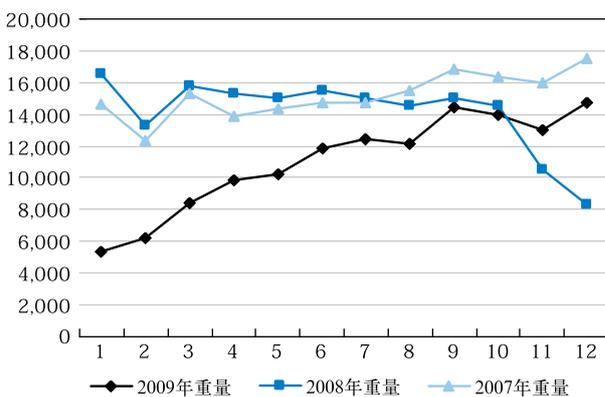
航空货物需求从年初开始逐渐复苏,从11月开始已经超过前一年的总量,但与前年相比仍然存在差距。结果是09年全年的13万吨与08年相比,是08年的78.3%,在金额基数(2009年财务省贸易统计)方面则是08年的79.1%。

基于金额基数的各个品种其它的构成比为:半导体等电子零部件(25.0%)、电路等机器

(6.3%)、影像机器(5.2%)、科学光学机器(8.5%),机械类、运输用机器以及杂类产品占全部的70%以上的情况未发生较大变化。

各品种的上年同比为:半导体等电子零部件(87.0%)、影像机器(94.8%)、科学光学机器(87.9%),其构成比中,前几位主要品种的下降幅度较小。与之相对的是其他品种大幅度下降,总额也随之降低。特别是半导体等制造装置锐减了43.1%。

国际航空货物运输量



2009年中日航空货物量(中国发往日本)

据2009年财务省贸易统计,金额基数仅为前一年的77.1%。另外各品种构成比(金额基数)为:用于事务的机器21.7%,通讯机18.8%,音响和影像机器(含零部件)10.3%,衣物以及附属品8.8%,半导体等电子产品7.5%,精密机器类6.7%。各品种的上年同比为:除通讯机比前一年增加3.1%以外,其他所有品种均比前一年减少20%~30%。

中日之间航空货物运输的情况

从2009年年初开始,各航空公司开始减少航班和供给。但是由于10月以来需求的迅速复苏导致供应出现紧张,因为在2009年10月以及11月,特别是面向欧美国家增加了许多临时航班。

从结果的角度讲,进出中国的国际航空货物运输量与前一年相比有所增加,但是,中日间的数量(金额基数)却有所减少,形成了对比。

由于应对中国国内工厂生产管理优化,使

为了应对出口日本产品延期交货而安排加航空运输数量减少，因而减少了对航空运输的需求；产品检验工作中移交中国导致了成品经由日本运输的需求下降；为降低物流成本而采用了海上运输等措施，导致中日之间的结构性航空运输需求降低，这一情况不可否认。

另外，关于中国发往日本的主要品种——纤维制品，其中一部分生产基地正在由中国转向巴基斯坦等南亚地区。

今后的展望及课题

根据IMF的经济预测（2009年10月），2010年中国的经济增长率为9.0%，在中国当局实施的经济刺激政策所带动的内需的支撑下，预测中国经济将继续保持高速增长。由此可以预见到中国的航空旅客需求以及进出中国的航空货物需求将以国内需求为中心，并在今后取得飞速增长。

另外在日本的首都区域，计划在2010年3月增加成田机场的出发和到达范围，并在同年10月开放羽田机场新国际线的候机大厅，并增加出发和到达范围，中日之间的航空运输能力将得到增强。

关于中日之间的航空旅客需求，虽然期待日本经济复苏可使对日本出发航班的需求尽早恢复，但是同时希望能够消除对于仍然存在的中国食品安全问题的担忧。另外，关于访问日本的中国旅客的需求，可能会继续坚挺地增长。但是希望通过放宽中国人访日签证的办理条件，实现各种手续的简化及迅速化，提高出国人员的便利性等手段，使访问日本的中国人日益增加。另外中国大陆与台湾直航航班的开航，使台湾行成为中国人出国旅游的一部分，并与其它目的地的竞争也逐渐激烈。但必须通过官民合作并宣传日本的魅力来获得这场竞争的胜利。

在高速增长的中国经济的支撑下，关于中日之间航空货物的需求预测会继续坚挺增长。但是如前所述，由于中日之间航空货物需求结构的变化，预计中日线路与进出中国的各条线路相比增长率相对较低。

<建议>

“放宽中国人赴日签证的条件”

中国人的赴日签证手续，目前已阶段性的有所放宽，但仍希望各项手续能更加简单、快捷，为赴日访客提供更多的便利，让更多的中国人来到日本。

3. 陆运

中国交通运输部的政策 (陆运相关项目)

2009年的回顾与2010年的展望（出自2010年1月15日召开的全国交通运输工作会议报告）

2009年的回顾

应对国际金融危机，在交通基础设施建设方面取得成果。

公路水路固定资产投资完成1.13万亿元，对GDP增长贡献0.5%，在整个交通基础设施建设方面确保了1200万个就业岗位。

交通运输服务保障进入新阶段。

确保了重要物资（煤炭、铁矿石、石油、粮食、化肥）、城乡居民生活用品、国庆庆典活动交通运输、救灾物资的运输，开辟了新阶段。

继续推进农村交通运输发展。

加大农村公路建设的比重（特别是中西部贫困地区），增加车购税中投资到农村公路建设的金额的比例，新建农村公路38万公里。

实施了确保交通基础设施建设资金的税制改革。

取消养路费后，又取消政府还贷二级公路收费（1430个站点、占整体的74%），每年安排260亿元作为基础设施建设的补助资金。

强化了交通运输市场监管。

颁布了《汽车运价规则》和《道路运输价格管理规定》，加强对大型车辆超载的取缔，在全国主要城市（100处）设置了监测机构。

推进了技术创新。

在各高速公路上导入ETA，此外，组织开展高速公路安全服务技术、营运车辆安全保障技术的推进。

进一步加强了节能减排工作。

实施了营运车辆燃料消耗量市场准入制度，公布了“十一五”第二批节能产品（技术）目录。

2010年的目标

进一步推进公路建设和养护。

为支援通过扩大内需搞活经济的政策的实施，继续建设高速公路、农村公路，以及继续实施公路改造、公路安保、危桥改造、灾害防治等相关工程。

继续强化运输保障。

继续强化重点物资、城乡居民生活必需品、救灾物资、上海世博会物资、广州亚运会物资的运输保障，振兴鲜活农产品的绿色通道网络政策，建立货物中转基地与综合性物流园区的货物集中基地一体化的体系。

继续强化市场管理。

通过企业自律、社会监督、行业考核、信息公开等手段建立公路市场的管理体系，依据市场原理形成良好的陆运市场，加强违法营运车辆的举报和超载行为的取缔。

坚持深化行政改革。

推进燃油价格和税费改革的管理监督的人员安置编制，修改《公路保护条例》、《运价条例》、《公路运输条例》等。

健全安全监督和紧急保障体制体系。

做好技术创新和节能减排。

修改IT化标准化体系，推进公共运输信息平台建设和行政许可制。开展公路与生态环境、公路节能减排与循环利用等工作，加强交通技术的研发与应用，落实营运车辆燃料消耗量准入制度，改善交通固定资产投资项目的节能评估制度，并向国民展开节能宣传活动。

继续强化对外交流合作。

召开国际运输论坛、第三次中日韩交通运输部长会议。

公路建设动向

2009年回顾

09年新增公路的总里程为9.8万公里。其中，高速公路4,719公里，总里程达6.5万公里，处于世界第二位。

在作为重点实施政策的农村公路建设中，特别提高中西部边远贫困地区的农村公路建设的投资比例，实施第3期农村公路建设工程，新改造里程38万公里。

此外，完成需要修复的公路2.6万公里、危桥2407座的养护工程。

图表1：高速公路、公路里程变化表（万KM）

	05年	06年	07年	08年	09年
高速公路	4.1	4.5	5.4	6.0	6.5
一级公路	3.8	4.5	5.0	5.4	未发表数据
二级公路	24.6	26.3	27.6	28.5	未发表数据
三级公路	34.5	35.5	36.4	37.4	未发表数据
四级公路	92.1	157.5	179.1	200.5	未发表数据
等级外公路	33.9	117.4	104.8	95.2	未发表数据

出处：公路水路交通行业发展统计公报

2010年的展望

高速公路建设工期通常为3年，现在还没有贯通的高速公路里程有6,130公里，其中重点建设3,000公里。主要是西部地区8条省级公路年内竣工，以及地震灾区的基础设施恢复等。

此外，在农村公路建设中，计划“十一五”规划的农村公路建设计划中尚未完成的东部、西部地区农村沥青（水泥）路建设年内完工。

陆运市场动向

2009年回顾

国际金融危机也给国内物流业带来深刻影响。第一季度的运输需求极其低迷，运货车辆投资不及上一年同期的一半，但随着扩大内需政策的实施，第四季度需求强势反弹，车辆投入数量也超过上一年，特别是挂车的销量是上一年的5~6倍。相反，陆运市场整体呈下降趋势，各企业理应满足客户降低成本、提高品质的要求，对

事关企业存亡的物流改善认真对待，因而面临着严峻的考验，同时也促成了中小企业自然淘汰、企业为提高竞争力在品质和效率提高方面的自主努力，或者企业之间的联合、合资，结果国际金融危机给物流企业带来了提升效率、扩大规模的变革。

去年1月中国实施了燃料价格与税费改革。取消了以往地方政府为筹措修路资金按车辆载重吨数征收的“养路费”，将燃料消费税折算进燃料销售价格中，把修路资金改为中央行政征收的方式，此举对运输企业来说相当有利，可以降低固定成本，运费随需求变化而变化。此外，对于通过超载等不法行为，依靠低廉运费而生存的个人、中小运输企业来说，成本大幅度增加，从而促成这些个人、中小企业自然淘汰，结果有助于运输市场健全、规范和企业大型化。

在要求提高运输效率、振兴纳入物流的形势下，公路运输加快了IT化。行政（中央、地方政府）、通信媒体（中国电信、移动）共同参与，设立了多个公共道路运输平台，给运输公司带来了有效连接车辆供给信息与货物需求信息的新战略机会。

图2：陆路货物量变化

	05年	06年	07年	08年	09年
货物量 / 亿吨	134.2	146.2	163.9	191.7	209.7
货物周转量 / 亿吨KM	8,693.2	9,754.3	11,35.7	32,868.2	36,383.5

出处：公路水路交通行业发展统计公报

2010年展望

世界经济出现缓慢恢复的兆头，从中国经济政策的持续性、稳定性来看，预计2010年中国经济将稳定增长，内需进一步扩大，出口开始回暖，由此物流业的增长率可能超过去年。

培养健全的交通运输市场是重点课题，但目前还存在以下问题。实际从事运输业务的多是个人、中小企业，低廉的运费是他们经营的基础。往往形成低廉运费的原因有超载、过度劳动、起用老旧车辆、保险不完善等。而且还有一个原因

是，作为买方的货主也存在低运费决定一切的观念，对品质价值的认识较低，高质量服务的运费很难被接受。随着警告、举报违法行为等运输市场管理的加强，将按市场原理纠正运费市场，而且运输行业将更加规范，企业规模将进一步发展（M&A、联合、合并）。

建设环境融合型、节能型的交通运输体系被作为一项重大策略，陆运节能减排的对应方法有以下3点动向受到关注。一是加快新旧运输设备的更换、替换。货车方面，北京地区以实施08年奥运会交通管制为契机，在实行车辆限行（分时间和地区）的同时，全面淘汰（不许上牌、不给车检）不符合排放限制的车辆（“黄标车”=“Euro II 车辆”），各地方也在不断效仿北京模式。不管折旧时期多长，半强制性地实施“黄标车”的淘汰、切替，也导致了运输成本增加。二是交通基础设施建设的集中化。根据《物流业调整和振兴规划》的方针，目前主要城市环线上零星分布的卡车运货集散站将集中建成大规模物流园区（卡车运货集散站）或配送中心。三是推进各地物流园区之间的干线运输与市区内集配送车辆的分工。有机结合运输工具、体系，通过提高车辆使用率、载货率，减少燃料消耗量等自主努力，帮助节能减排的同时，还可以带来综合性成本削减。

公路运输IT化是运输行业不可缺少的领域，虽然已经设立了多个公路公共信息平台，但需要提供更新的方式和服务，并推进普及。相反地，目前还存在服务内容与实际的经济活动、国民运输需求不一致，与日新月异的信息技术不一致的问题，因此急需增强运输业的综合性和扩大区域信息的应用范围，建立政策性标准体系（数据标准化、评价基准的设定等），以及导入公共平台事业的准入制等。

“发票”的取缔，介入不公平运价市场的整治。

- ② 希望有计划的淘汰废弃不符合环境规定的交通运输工具（特别是“黄标车”）。
- ③ 关于道路公共平台事业准入制的导入，希望前提条件是不分内资或外资，机会均等。

<建议>

- ① 为形成健全的陆运运价市场，希望进一步加强对违法车辆、超载车辆、虚假

第7章 批发·零售业

1. 批发行业

批发行业概况

中国经济在北京奥运会结束后仍然保持增长，在世界经济因雷曼兄弟破产而继续下跌的形势下，2009年度中国GDP增长率创下8.7%的记录，批发零售的销售总额也继续保持高增长率，达10.5万亿元（同比增长15.5%）。

消费品销售总额中批发与零售的比重

（单位：亿元）

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
消费品销售总额	59,501	67,176	76,410	89,210	108,487	125,343
同比	--	12.9%	13.7%	16.8%	21.6%	15.5%
批发及零售	50,257	56,589	64,326	75,040	91,198	105,413
酒店及餐饮	7,550	8,887	10,345	12,352	15,404	17,998
其他	1,694	1,700	1,739	1,818	1,885	1,932

出自：中国统计年鉴 2009及国家统计局信息

2001年11月中国加入WTO。由此，中国承诺自2004年开始的2年内，与外资合资的批发商进入中国市场，而且决定3年内解除对外资企业的各种限制（地域、数量、投资比例等）。这样，外资企业可以在中国国内不受限制地展开营业活动。不过，外资企业之前已进入中国批发、零售市场，现在国有批发企业、民营批发企业、外资批发企业之间的竞争非常激烈。

批发行业现状（2009年动向）

企业数量

截止2008年底，中国国内从事食品及日用品的批发企业大约1万9千家。其中国有企业占半壁江山，民营企业占45%左右。外资企业只有5%

左右，不过新成立的件数在增加。经营低温（冷藏、冷冻）商品的批发企业占整体的10%，剩余90%的批发企业专注经营常温商品。

批发企业的分类

约1万9千家批发企业中，专门经营食品的占整体的70%左右。其原因是，随着食品的西方化、高度化，食品消费的不断增长，而且准入门槛低，因此尽管企业之间的竞争越来越激烈，但加入的企业仍呈增长趋势。专门经营日用杂货的批发企业占整体的20%多，受以城市为主消费扩大的影响，衣服、化妆品等的营业额增加，加入企业同样呈增长趋势。剩余的10%左右是综合性批发企业，经营食品和日用杂货两方面。

批发企业的活动地区

与日本不同的是，普及遍及整个中国的、全国规模的批发企业极少。在以沿海地区为中心的大城市从事销售活动就是批发企业的现状。大城市圈的购买力强，销售旺盛，因此各批发企业努力加强在大城市圈的销售。而且，这些沿海地区还有一些优势，如高速公路和仓库等物流基础设施比较完善，可以削减运输和保管的相关成本，并且可以迅速对应销售区域的扩大，所以批发企业以大城市圈为中心开展活动。

低温（冷藏·冷冻温度带）物流

目前国内批发企业经营的商品多是常温商品。国内的食品批发企业一般规模小，无力投资从事低温物流时保管、配送需要的设备。而且，即使实际从事低温物流的批发企业也无法彻底执行保管、配送过程中需要的温度管理等，因此有时不合格商品和质量管理上存在问题的商品也在

市场上流通，摆放在店面里。另一方面，市场上对生鲜三品（肉、鱼、蔬菜）和新鲜牛奶等乳制品的需求越来越高，三聚氰胺事件以后人们对食品安全问题越来越重视，在这种情形下，生产低温商品群的大型食品厂家中，许多企业通过自家物流将货物配送到零售商家，因此对担任中间物流的批发企业带来了压力，使他们不得不采取对应措施。

2010年的展望

08年底，中国国内的批发企业中外资企业占5%左右。国内企业看准批发市场规模扩大的趋势，通过与外资企业合作、合资等手段，获得资金，扩大规模，取得先进技术的趋势将愈加明显。各企业将投资保管、配送设备，引进收发订单和在库管理的先进管理系统，提高业务效率和成本竞争力等，以便应对市场竞争。

此外，目前流通行业中零售店与制造厂家之间的直接交易也在广泛地进行，使没有附加价值的批发企业陷入困境。为打破这种局面，估计会有更多的大型批发企业积极行动起来，通过与国内企业合资来扩大规模，扩张配送区域以增加业务量，在各地成立支店和销售店等。

批发行业的市场竞争日益激烈，估计会有更多企业为提高自身竞争力，停止单一的、统一的配送业务，开始提供符合市场需求的各种服务（例如涉足低温物流，扩大经营商品范围，提供加工、包装等具有附加价值的服务）。

市场上对低温商品群的需求量逐年增加，为提高附加价值，为涉足上述低温物流行业，预计将有更多大型批发企业加大对专用仓库、专用车辆等的投资。不过，进行设备投资后，相应地还需要提高员工的水平，培养具有专业知识和技术的员工。

<建议>

- ① 经营范围的许可：企业在经营新领域的商品之前，必须向当局申请扩大经营范围。不过有时花费时间太多，对应窗口人员不同，要求的文件数量、内容也不相同。各企业苦于对应，因此希望尽快改善。
- ② 通行证问题：从事北京市内物流业务前，必须取得通行证。虽然可以向当局申请，但外资企业申请时，很少所有申请件数都得到许可（如申请10件，仅许可3件）。希望考虑给外资企业施展拳脚的机会。
- ③ 为扩大低温商品的市场需求以及贯彻确保食品安全性，培养具有低温物流专业知识和技术的人员成为当务之急。希望政府把握现状，促进人才培养。
- ④ 目前食品批发企业规模小，无力进行低温物流中保管配送所需要的设备投资。希望通过与具有核心技术的外资企业的合作等，推进行业重组。

2. 零售业

百货公司、超市、便利店等日本流通巨头正在加快向中国市场进军脚步。日本国内市场在二十世纪九十年代就迎来了成熟期，1996年零售总额达到146万亿日元这一高峰之后，开始出现下滑趋势，到2008年已缩小到135万亿日元。由于日本消费市场不景气且前景黯淡，所以只好将目光投向经济快速回升至恢复正常增长轨道的中国消费市场。据2009年12月10日日本经济新闻报道称，Seven&I：扩大便利店、超市、餐饮三大支柱产业，争取5年后销售额达到目前的5倍约4,000亿日元；永旺：目前拥有30家超市，数年后有望扩展到100家店铺；罗森：通过与当地企业合营的形式，在上海开了300家分店；全家：在上海、苏州、广州等地开了300家分店；三越伊势丹：到2014年为止再增5家分店，共计10家店铺；高岛屋：计划在2012年进军上海市场；讯销集团：旗下的优衣库品牌目前约有50家分店，2011年有望超过100家。

虽然中国的零售业对外资限制十分严格，但从二十世纪九十年代开始逐渐对外开放，2001年12月加入WTO之后，原则上已转为自由贸易。下面先对中国零售业的对外开放过程进行回顾，在此基础上再对近期的动向与今后的展望作一个概观。

中国零售业的对外开放

对外开放政策的发展

从1949年建国初开始到二十世纪七十年代末期为止，苏联模式的社会主义和计划经济体制长期支配着零售领域。在这一时代与其说是零售业，还不如称之为“配售商”，国营企业根据政府的供给计划分配物资。自1978年末改革开放政策实施后，中国就逐渐从国营企业的垄断形势中摆脱出来，开始出现私营商店，并最终取代了配售制度。然而1992之前，不仅是外国独资企业（100%外资），连成立合营与合资的零售以及批发企业也被严令禁止。

1992年7月，除了北京、上海、大连之外，还决定在其他11个城市尝试引进1-2家中外合营、合作的零售企业（独立店），并开始逐步开放。接着又在1994年决定尝试引进合营连锁店，这时有2家公司（日本的伊藤洋华堂、荷兰的万客隆）得到中央政府认可，并在全国推广。此外，在1995年6月的“外国企业投资产业指导目录”中，外资利用范围得到了进一步扩大。

此外还在1999年6月实施了“外商投资商业企业试点办法”，大幅度放宽了对零售业、批发业的外资引进条件。到那时为止，外资引进地区已从最初的11个城市发展到全国各省市和直辖市等大部分主要都市。然而对于拥有4家店铺以上的连锁店和批发业，仍旧有众多限制事项，比如中国公司的出资比例必须占到51%以上等。

加入WTO后的对外开放

2001年12月，中国正式成为WTO成员，在入世议定书附件9中，承诺了零售领域的外资开放条件：1) 地区限制：入世时至入世后2年内放宽地理上的限制，入世后3年内撤销地区限制；2) 外资限制：入世后2年内，开放外资控股，入世3年内撤销外资限制。但是，对于经营特定品种且拥有超过30家店铺的连锁店，不能由外资控股；3) 限制品种：入世后5年内，逐步放宽对经营品种的限制；4) 特许经营：入世后3年内，撤销所有限制。

根据以上内容，于2004年6月1日实施了“外商投资商业领域管理办法”。在该法中，允许外商独资，允许特许经营，撤销地区限制，撤销版权限制等（一部分自2004年12月11日起实施），大幅度放宽了原有限制。

市场的现状：竞争激烈化

外资参与情况

现在中国国内已经有多家世界上主要的大型零售商店。其中最为突出的就是法国的家乐福和美国的沃尔玛。这两家公司的成功，可以说都是归功于大型零售店战略、价格营销战略以及低成本

本经营战略。

1995年，家乐福以一种全新的大卖场业态首先打入北京和上海两个大都市，正式进入中国市场，并积极拓展内陆地区的消费市场。此后一直保持着强劲的发展势头，2008年的销售额高达338.2亿元，店铺数也扩大至134家，在中国连锁零售业百强中排名第6。

此外，美国的沃尔玛也于1996年进入中国，在深圳经济特区开设了第一家沃尔玛购物广场和山姆会员商店，并以此为据点从1998年开始在中国境内全面展开。2008年取得278.2亿元的销售额，店铺数达到123家，在中国连锁零售业百强中排名第9。

除了这2家公司外，英国的特易购（Tesco）（135亿元、61家、24位）、泰国的易初莲花（130亿元、76家、25位）等大卖场和马来西亚的百盛（107亿元、40家、30位）等百货公司在中国也很受欢迎。

日本零售业也很早进入中国市场。以1992年八佰伴（当时）打入上海市场为开端，不受营业状况的影响，有多家企业向中国市场发起挑战，但是也有很多企业因为不得已的苦衷而中途撤退或转让。以目前的情况来看，Seven&I凭借大型超市、便利店及餐饮3大领域在中国的主要城市开设了多家分店，永旺旗下也拥有多家大型超市和便利店，这两大日本流通巨头在中国的影响力正在不断扩大。除此之外，平和堂在湖南省取得了成功，罗森和全家便利店的网点数量不断增加，迅销的“优衣库”和良品计划的“无印良品”也在不断加快开分店的速度。

连锁零售业百强

2009年3月，中国连锁经营协会发布了“2008年中国连锁零售业百强”榜。2008年连锁百强销售规模达到1.2万亿元，同比增长18.4%，占社会消费品零售总额的11.1%。连锁百强内，海外品牌占据19个席位，其中日本永旺（Aeon）排在第54位，伊藤洋华堂（Ito Yokado）则排在第68位。（伊藤洋华堂是根据北京的销售额来排

名的，若加上在成都的销售额，估计能上升至第50名左右）

排在前十位的公司如下所示。

（单位：百万元）

		销售总额	增长率	店铺数	增长率
1	国美电器有限公司	104,593	2.2	1,362	33.5
2	苏宁电器集团	102,342	19.7	812	28.5
3	百联集团有限公司	94,329	8.3	6,418	△0.6
4	华润万家有限公司	63,800	26.8	2,698	10.1
5	大商集团有限公司	62,555	24.6	150	3.4
6	家乐福（Carrefour）	33,819	14.1	134	19.6
7	康成投资（大润发）	33,567	31.1	101	18.8
8	物美集团有限公司	30,200	8.1	2,010	6.6
9	沃尔玛（Wal-Mart）	27,821	30.6	123	20.6
10	农工商超市集团	26,675	20.7	3,330	3.2

合作及合并的生存策略

中国的零售业以国营百货公司为中心，通过合作及合并扩大规模，在竞争中摸索生存之道。值得一提的是家电折扣店在百强中占据1、2位，但都是通过不断的合并及收购发展成为大型零售业的。此外，以排名第3的百联集团为例，它是在行政主导体制下，由上海第一百货及华联集团为中心的百货公司、超市、便利店等合并而成的大型零售集团。另外，北京的王府井、东安集团、西单、友谊商店集团等百货公司也合并成为一个大型集团。

中国经济随着物价下跌倾向逐渐增强，价格竞争也愈演愈烈，零售业不得不通过裁员和计算机化等措施降低店铺经营成本。今后，合并将从单纯的规模扩大阶段转向更深层次的统一采购、人事交流及系统集成等完全的组织合并。

新动向：内陆市场和网上购物

势如破竹的内陆市场

中国内陆地区的经济发展一直处于掉队的状态，这一形势在2008年秋出现了转机。上海、广州等沿海大城市由于受到金融危机引起的全球经济衰退的影响，经济发展呈现停滞趋势，而内陆地区由于不依赖进出口和外商投资，所以受到的创伤较小，在此基础上中央政府出台的4万亿元

经济刺激政策也拉动了内陆地区快速发展。

2009年度中国的31个省、直辖市、自治区的地区生产总值增长率的前十排名中，内蒙古自治区居全国首位，年均增长率超过17%。除了排名第2的沿海城市天津以外，自第3位的重庆市起，以下的四川省、广西壮族自治区、湖南省、陕西省、吉林省、湖北省、辽宁省等都是内陆城市。随着经济的快速发展，内陆城市的消费水平也普遍提高。以大型家电卖场为例，在沿海地区同比增长率只有2~5%，内陆地区则超过了20%。日资企业方面，湖南省（长沙市、株洲市）的平和堂、四川省（成都市）的伊藤洋华堂成绩突出，频频见报。沃尔玛在2009年的1月至8月短短几个月内就以内陆地区为中心大量开设了35家门店，大城市的消费已呈饱和状态，但若在内陆地区开设分店不仅成本低而且能够选择好的地段。

迄今为止一直引领中国经济发展潮流的沿海大城市，经济发展呈现停滞趋势，竞争愈演愈烈，相较之下内陆地区尚有发展的余地。地方城市的个人消费水平提高和零售业态的发展前景十分乐观。

网上购物

在中国，面向网络消费者的市场规模正在急速扩大。据2010年1月9日日本经济新闻报道，2009年中国网上购物的市场规模达到2,600亿元，去年同期比增长2.1倍，预计会在3年内赶超日本的市场规模。2008年中国网络人口数量就已超过美国，预计到2009年末将达到3.8亿人左右，这一规模是日本的4倍，其中仅宽带使用人数就超过了1亿人。

在中国网上购物中最受欢迎的商品是书籍和基础化妆品，消费者通常会在网上购买普通店铺中难以买到的书籍和海外品牌的化妆品。也有很多人想购买数码相机、手机等电子产品，这样一个不存在地区差、时间差，也不用担心称得上是中国特有的盗版商品的购买环境而备受推崇。

另外，送货上门体系和货款回收体系等网上购物中必不可少的基础配备也在快速前进，若继

续保持这一趋势，在未来有可能发展成世界上最大的网上购物市场。

真正竞争的开始

欧美和日本花费几十年时间历经发展、竞争、成熟等过程才建立起目前的零售业市场，中国则打算用十年多时间一下子赶上。加入WTO后的对外开放政策吸引了更多外资企业入驻中国，中国国内零售业与外资零售业的竞争，百货公司与综合超市的竞争等也愈演愈烈。

中国逐渐从“世界工厂”蜕变为“大规模消费市场”，做为大规模消费市场的，中国市场，必将得到更大的发展。但是，这并不意味着所有行业及所有企业都会均衡发展。零售业的最初理念是令光顾的每位顾客满意，是否能成为受地区居民拥戴的商店至关重要。这与店铺数和资本金的多少，以及内资和外资的区别等没有任何关系。目前，零售业最需要关注的是如何才能不断的推陈出新，抓住客户。今后不管竞争多么残酷，也要不断将自己打造成客户心中的理想形象，以迎接真正的竞争时代的到来。

<建议>

- ① 希望能修订“外商投资商业领域管理办法”以及其他相关法规，使之与中国加入WTO的承诺以及其它一般国际习惯保持一致。具体修改内容如下：
 - 在检查并审核审批新店铺的申请时，在最低注册资本上应给予国内外零售企业同等的待遇。
 - 撤销“商业领域管理办法”第18条中规定的，对在境内累计开设店铺超过30家以上的外资零售企业的所有权限制以及一部分日用品的销售限制。
 - 保证外资零售企业和中国零售企业的区分审查标准完全一致。

- 撤销商品种类限制。例如药品及香烟，或者至少确保零售限制规定平等适用于国内外零售企业。
 - 制定和公布“本方法”时，保持与城市发展计划一致，并确保国内外的零售企业享受到同等待遇。
- ② 希望商务部及其对应的地方机关，能够加大现行审核审批手续的透明度，并将手续简化。

第8章

金融·保险业

1. 银行

2009年中国经济实质GDP增长率为8.7%，虽然受到08年9月发端于“雷曼事件（Lehman Shock）”的世界经济低迷影响，但仍旧不负所望超额达成8%的政府既定目标。能够顺利达成目标的一个重要原因是08年11月决定实施的“四万亿元”等连串扩大内需政策奏效。为扩大内需保增长，实行“积极财政政策和适度宽松货币政策”，人民银行、银行业监督管理委员会（银监会）发挥窗口指导作用，促进各银行的信贷投放。

银行业的经营情况

2009年末，金融机构的人民币以及外币贷款余额为42.6万亿元，去年同比增长33.0%，存款余额为61.2万亿元，去年同比增长27.9%（表1）。09年新人民币贷款净增额为9.6万亿元，大大超出最初所定的5万亿元以上以及08年实绩（新贷款增加额：4.9万亿元）。从每月的贷款实绩来看，上半年有几个月单月贷款就增至1~2万亿元（图表1），“4、5月份起及时引导银行业从信贷超常规投放逐步转向常态”（银监会主席刘明康、《中国金融》杂志2010年第3号采访中的发言）由于进行了窗口指导，从下半年开始贷款增速得到缓和。

根据银监会的统计，2009年的金融机构不良债权比例从08年的2.4%降至1.6%（表2）。不良债权比例下降的原因，除了09年1月农业银行整体改制为农业银行股份有限公司，并将不良债权移交给下属资产管理公司（AMC）外，另一个原因是由于作为分母的贷款余额大幅增加。09年

内新贷款净增额的21.9%用于房地产，一直保持上升趋势的房地产价格一旦下跌，不良债权比例就可能上升，银监会表示“中国商业银行的拨备达1万亿元，同时银行业赢利水平比较高，因此我们很有信心应对可能的损失。”（刘明康主席，上述采访中的发言）。

2009年9月末，工商银行、中国银行、建设银行的税前利润分别为1,289亿元、848亿元、1,116亿元。截至09年9月末，资本充足率：中国工商银行12.6%、中国银行11.6%、中国建设银行12.1%，均超出最低水准11%（中国人民银行“中国货币政策执行报告 2009年第四季度”）。

表1：2009年中国所有金融机构贷款、存款统计

		单位	2009年末	去年末比
贷款 余额		万亿元	42.6	10.5
	人民币	万亿元	40.0	9.6
	外币	亿美元	3,799	1,362

		单位	2009年末	去年末比
存款 余额		万亿元	61.2	13.2
	人民币	万亿元	59.8	13.1
	外币	亿美元	2,089	162

资料：中国人民银行
“中国货币政策执行报告 2009年第四季度”

表2：商業銀行不良債權額、同比率

(億元、%)		2008年末			2009年末		
		餘額	不良債權比例	合計中所占比例	餘額	不良債權比例	合計中所占比例
不良債權		5,602.5	2.4%	100.0%	4,973.3	1.6%	100.0%
按分類	次級類(破產擔擾)	2,625.9	1.1%	46.9%	2,031.3	0.7%	40.8%
	可疑類(實質破產)	2,406.9	1.0%	43.0%	2,314.1	0.7%	46.5%
	損失類(破產)	569.8	0.3%	10.2%	627.9	0.2%	12.6%
按金融機構	主要商業銀行	4,865.3	2.5%	86.8%	4,264.5	1.6%	85.7%
	國有商業銀行	4,208.2	2.8%	75.1%	3,627.3	1.8%	72.9%
	股份制商業銀行	657.1	1.4%	11.7%	637.2	1.0%	12.8%
	城市商業銀行	484.8	2.3%	8.7%	376.9	1.3%	7.6%
	農村商業銀行	191.5	3.9%	3.4%	270.1	2.8%	5.4%
	外資銀行	61.0	0.8%	1.1%	61.8	0.9%	1.2%

資料：中國銀行業監督管理委員會 (CBRC)

圖表1：金融機構各月貸款淨增額



資料：中國人民銀行、CEIC、中國證券報

围绕金融业、金融机构的动态

金融监督管理的强化

09年出现信贷激增，“为了从根本上规范信贷资金使用，确保信贷资金进入实体经济和保护广大金融消费者权益”（刘明康主席），银监会在下半年制定并出台了“三个办法、一个指引”。具体指的是“固定资产贷款管理暂行规定”（固定资产贷款管理暂行办法）、“流动资金贷款管理规定”（流动资金贷款管理暂行办法）、“个人消费贷款管理暂行规定”（个人贷款管理暂行办法）3个办法和“项目融资业务指南”（项目融资业务指引）。

所说的都是一些十分基本的内容，例如颁布“个人消费贷款管理暂行规定”（公开解说草案）时的说明：个人贷款业务发展迅猛，2009年上半年累计新增个人消费贷款6,508亿元，比08年同期多增3,917亿元。因为之前一直没有统一的管理规定，所以需要制定操作规范。金融机构个贷业务违规操作现象，特别是“伪造购房合同骗取银行担保贷款”（假按揭）、“假借他人名义借款”（顶冒名）以及贷款挪用等时有发生。”

扩大农村金融机构网点的设立

有意见说，虽然银行信贷激增，但主要是面向国有大企业和基础建设项目，对农村以及小企业的贷款还不够。针对农村金融，银监会于2009年7月29日颁布了“新型农村金融机构2009—2011年总体工作安排（工作安排）”，其中明确指出未来3年将在全国35个省市（西藏自治区除外）以及计划单列城市，再设1,294家新型农村金融机构。其中，村镇（镇是比村高一级的农村行政区划单位）银行1,027家，专门贷款公司（贷款公司）106家，农村资金互助社161家，像这样的新型农村金融机构数量在2009年末将达到172家。据报纸报道：在这些银行之中，村镇银行的设立以城市商业银行（相较于四大国有商业银行、股份制商业银行更倾向于地方小型银行）为主。

对消费金融公司的设立许可

投资带动了2009年中国经济恢复，2009年增加的银行贷款主要是用于固定资产投资。虽然个人消费增加了，但如何调整经济结构，扩大消费需求仍就是一大课题。银监会于2009年7月颁布“消费者金融公司试行管理规定”（消费金融公司试点管理办法，7月22日。8月13日对外公布）。2010年1月，北京银行（北京）、中国银行（上海）、成都银行（成都）获准以主要出资人身份筹建消费金融公司。

个人消费贷款过去一直是银行才有的业务，本次规则公布后也可以通过“专门用于消费贷款的金融公司”办理。个人消费贷款最高可贷月收入的5倍，虽然只是小额融资，但可以促进家用电器和手机等的销售。消费贷款的利息等融资条件由消费金融公司自行决定后，再交由银监会审批。据“金融时报”等报道，此类贷款与银行的个人消费贷款相比，具有单笔授信额度小、审批速度快、无需抵押担保、贷款期限短等独特优势。

外国银行的动态

截至2008年末，共有46个国家和地区共196家外国银行在中国设置了237处代表处。其中有12个国家和地区共28家银行设立了100%外资的当地法人，共有157家分店。中外合资银行有2家（5家分行、下属机构1处），其他25个国家和地区的75家银行共设置了116家分行。另外，2008年末被许可经营人民币业务的外国银行分店有58家，外资银行当地法人27家。

截至2009年9月末，外国银行现有资产总额1万亿3,104亿元（1,919亿美元），虽占到中国银行业资产总额的1.7%，但这一比例与2008年末的2.2%相比有所下降。

2010年的金融展望

2010年中国人民银行将保持货币政策的连续性和稳定性，继续实施“适度宽松货币政策”。货币政策的目标是金融机构的新人民币贷款增加

额达到7.5万亿元。继续实施平稳的金融政策，把推动经济持续增长放在优先位置，坚定不移地实施“适度宽松货币政策”。但是，为了对应流动性过剩，不仅于2009年7月加大中央银行票据发行量，吸收流动性，还在2010年初连续2个月上调存款准备率，并根据资产价格和物价水平强化包括上调利息在内的紧缩政策。

中国当局对贷款的态度鲜明：强化风险管理，不同行业、不同领域区别对待。具体而言，“推进信贷管理”方面，列举了1) 地方资金筹措平台（地方融资平台。通过地方政府及其平台公司等进行的基础建设和房地产贷款）、2) 房地产（为首套自住型住房消费除外）、3) 高耗能、高排放和产能过剩行业其他“积极支持经济发展方式转变”方面，列举了1) 对小企业、“三农”（农业、农村、农民）的金融服务、2) 节能减排环境、3) 扩大消费信贷、4) 棚户区改造、中低价位住宅建设（2010年1月26日“2010年第一次经济金融形势通报会”上银监会主席刘明康的发言）

<建议>

2009年初国家税务局突然发出通知，要追回2008年度海外融资所得税预扣税款（10%）。还开始在部分地区征收预扣营业税（5%）（辽宁省、北京还未开始征收），这些税费负担到头来还是会转嫁给最终顾客。这件事将会牵涉到外资银行顾客利息成本的上升，希望能够取消。

2. 人寿保险

2009年市场动向

市场概况

寿险业保费总收入8,144.2亿元，同比增长11%。截至2009年末寿险公司的总数为58家（其中内资公司30家，外资公司28家）。

各地区市场份额情况，前两位的排名没有变化，广东省（深圳市除外）占8.7%居首位，接下来是江苏省占8.2%，北京市同比增长18.0%，市场份额增至6.5%，赶超上海市跃居第三位。

销售产品结构的变化

去年以来，中国保险监督管理委员会（以下简称保监会）为改善寿险公司的收益性，督促各寿险公司进行产品结构调整，作为其中的一环，于1月23日发布以改善投资连结保险相关销售秩序为目的的加强销售管理通知《关于进一步加强投资连结保险销售管理的通知》。在产品结构调整过程中，许多寿险公司将销售方针从偏重趸缴

储蓄型产品，转向大力发展期缴保障型产品，新期缴保单保费收入在所有新保单保费收入中所占的比例上升至25.2%（比2008年增加5.4个百分点）。另一方面，储蓄型产品的代表——投资连结保险以及万能保险的销售量得到了一定的控制。

各公司的业绩

中国最大寿险公司中国人寿的保费收入首次出现负增长。其原因可能是受到抑制销售主力趸缴型产品，加强销售期缴型产品这一政策影响的结果。而排名第二的平安人寿由于继续保持趸缴型产品的销售，并加强期缴型产品的销售，因此实现正增长。综上所述，2009年各大公司由于销售战略的不同业绩也出现明显的差别。

由于银行窗口销售情况良好，外资寿险公司整体的市场份额从去年的4.9%扩大至5.2%。

【表】2009年、2008年业绩参考（出处：中国保险监督管理委员会主页）

2009年主要新闻

保险法的修正和会计新规的制定

10月1日发布了新修订的《中华人民共和国保险法（以下称作保险法）》。这是《保险法》自1995年颁布以来的首次实质性修订，根据经营环境的变化、新增了明确保险立约人以及被保险人利益、扩充保险公司经营范围、加强风险管理等条文。具体而言有以下内容，例如从保护保险立约人权利出发的“明确保险金支付所需天数”，经营范围扩充方面有“资产运用渠道的扩充”、“房地产投资的解禁”等。

在会计方面，为使保险公司的会计处理方法进一步接近国际会计标准，财政部于12月22日制定了《保险合同相关会计处理规定》，要求保险公司从编制2009年年度财务报告时开始实施。该规定的发布实施，对保险公司财务素质的进一步提升和加强国际竞争力等具有重要意义和深远影响。

商业银行投资保险公司的解禁

11月26日，中国银行业监督管理委员会（以下简称银监会），制定了《商业银行投资保险公司股权试点管理办法》，以规范商业银行投资保险公司相关的实际业务、风险管理等。该办法颁布后，保险公司也成为银行法中认可的出资对象，因此商业银行可以投资（出资）保险公司。

据报道，12月25日保监会批准交通银行取得中保康联人寿的股份（中国人寿持有51%），除此之外，中国建设银行也与ING集团达成协议，收购其拥有的太平洋安泰人寿保险有限公司的股权（50%），目前正在等待保监会批准。今后，为了进入保险市场，商业银行投资保险公司的现象将会不断增多。

国有投资公司收购新华人寿

业内排名第五的新华人寿，由于原董事长涉嫌违法，2007年中国保险保障基金（相当于日本的“被保险人保护机构”）收购部分股东手中的股份，将新华人寿临时纳入保监会管辖下。11月国有投资公司中央汇金投资有限责任公

司正式接手中国保险保障基金所持的所有股份（38.815%），成为新华人寿最大的股东。而新华人寿股份的17.273%又被同为国有企业的宝钢集团（第三大股东）所持有，自此新华人寿实际上已成为国有控股保险公司。

2010年的展望和课题

2010年将继续调整产品结构

2010年还将进一步扩大自2008年下半年开始的产品结构调整（从偏重趸缴 储蓄型投资型产品，转向期缴 保障型产品）。从中国保险产品的结构上来看，期缴 保障型产品的收益相对较高，因此这一调整有助于提高保险公司的收益。但是，储蓄型产品方面，虽然以投资连结保险为代表的投资型商品的销售受到抑制，但是养老保险的销售仍旧继续保持良好势头。因此，上述变动能否顺利推进还存在不明确的因素。

此外其他动态还有：保监会有意向在上海地区率先试点个税递延型养老保险，通过税收优惠政策扩大保险销售。

银行窗口销售的变化

11月起商业银行可以参股保险业务，因此已有几家银行决定投资保险公司。银行与相关保险公司今后将如何开展窗口销售战略，将成为2010年的关注点之一。

资产运用的多样化和风险管理

保险法的修订，加速了保险公司资金运用方式的多样化进程。特别是允许保险资金投资不动产这一条，引起广泛注目。资金运用的多样化，虽然能够为保险公司提供各种各样的收益机会，但保险公司的风险也随之多样化，因此，如何加强风险管将变得比之前更为重要。

通知要点，外资企业不能同时申请设立多家分公司或者分店。即使申请了，也不会同时被审核、被批准。希望在新分公司或者分店设立许可证的申请过程中，外资保险公司能享受到与中国企业同等的国民待遇。

- ② 外资企业进入中国市场时，规定必须成立合资企业。并且外资的出资比例不得超过50%。希望能放宽这一限制。
- ③ 外资企业若无担保仍旧不能投资公司债券，而且投资公司债券的资金不超过上季末总资产的40%。由于这些限制，需要分散投资，这样一来想要降低投资风险就变得相当困难。因此希望能够放宽对外资保险企业投资公司债时的限制。

<建议>

- ① 根据中国保险监督管理委员会或者中国保险监督管理委员会当地监督管理局的

表：2009年、2008年业绩

公司名称	2009年 保费收入(亿元)	去年比	份额	2008年 保费收入(亿元)	份额
中国人寿	3,101.7	-0.9%	38.1%	3,131.0	42.7%
平安人寿	1,323.0	30.8%	16.2%	1,011.8	13.8%
太平洋人寿	675.8	2.2%	8.3%	660.9	9.0%
泰康人寿	670.1	16.0%	8.2%	577.5	7.9%
新华人寿	667.8	19.9%	8.2%	556.8	7.6%
中国人保寿	524.4	82.0%	6.4%	288.1	3.9%
太平人寿	225.9	19.4%	2.8%	189.1	2.6%
生命人寿	70.0	-12.8%	0.9%	80.3	1.1%
中国人保健康	62.0	-55.0%	0.8%	137.8	1.9%
合众人寿	58.0	6.4%	0.7%	54.5	0.7%
民生人寿	48.6	-22.6%	0.6%	62.8	0.9%
幸福人寿	42.8	312.2%	0.5%	10.4	0.1%
阳光人寿	41.3	48.4%	0.5%	27.9	0.4%
国华人寿	38.8	335.0%	0.5%	8.9	0.1%
正德人寿	29.7	60.1%	0.4%	18.6	0.3%
英大人寿	28.6	31.7%	0.4%	21.7	0.3%
嘉禾人寿	28.5	-40.0%	0.4%	47.6	0.6%
华夏人寿	28.0	42.7%	0.3%	19.6	0.3%
平安养老	21.1	82.2%	0.3%	11.6	0.2%
长城人寿	15.3	-10.3%	0.2%	17.1	0.2%
信泰人寿	11.2	-13.4%	0.1%	13.0	0.2%
百年人寿	3.3	-	0.0%	-	-
平安健康	1.0	186.1%	0.0%	0.3	0.0%
昆仑健康	0.8	315.4%	0.0%	0.2	0.0%
瑞福德健康	0.3	-88.8%	0.0%	2.4	0.0%
中油人寿	0.1	752.3%	0.0%	0.0	0.0%
太平养老	0.0	-	0.0%	0.0	0.0%
中国人寿养老	0.0	- 0.0%	0.0	0.0%	
长江养老	0.0	-	0.0%	0.0	0.0%
泰康养老	0.0	-	0.0%	0.0	0.0%
外资人寿保险公司合计	7,717.9	10.6%	94.8%	6,976.6	95.1%
友邦(美: AIA)	80.4	6.1%	1.0%	75.8	1.0%
中意人寿(意: Generali)	45.0	113.1%	0.6%	21.1	0.3%
华泰人寿(美国: ACE)	43.3	61.1%	0.5%	26.9	0.4%
中英人寿(英: Aviva)	41.8	8.5%	0.5%	38.5	0.5%
信诚人寿(英: Prudential)	40.2	8.2%	0.5%	37.1	0.5%
中美大都会(美: metlife)	20.6	28.4%	0.3%	16.0	0.2%
中德安联(德: Allianz)	17.6	-26.9%	0.2%	24.1	0.3%
中宏人寿(加: Manulife)	16.5	17.9%	0.2%	14.0	0.2%
光大永明(加: Sunlife)	14.9	2.8%	0.2%	14.5	0.2%
海康人寿(荷: AEGON)	14.8	-5.2%	0.2%	15.6	0.2%
恒安标准(英: Standard Life)	14.5	-28.6%	0.2%	20.4	0.3%
太平洋安泰(荷: ING-Aetna)	9.8	-6.3%	0.1%	10.5	0.1%
联泰大都会(美: MetLife)	9.1	-10.5%	0.1%	10.1	0.1%
首创安泰(荷: ING)	8.7	-52.5%	0.1%	18.2	0.2%
招商信诺(美: Cigna)	8.5	-45.7%	0.1%	15.6	0.2%
金盛人寿(法: AXA)	8.3	40.9%	0.1%	5.9	0.1%
瑞泰人寿(瑞: skandia)	7.1	94.8%	0.1%	3.6	0.0%
国泰人寿(台湾: 国泰人寿)	6.0	0.9%	0.1%	6.0	0.1%
海尔纽约(美: NY Life)	4.6	8.5%	0.1%	4.2	0.1%
恒康天安(加: Manulife)	3.5	24.8%	0.0%	2.8	0.0%
中法人寿(法: CNP)	2.7	109.8%	0.0%	1.3	0.0%
中新大东方(新: Great Eastern)	2.4	113.6%	0.0%	1.1	0.0%
中航三星(韩: 三星生命)	2.3	85.5%	0.0%	1.2	0.0%
长生人寿(日: 日本生命)	2.1	28.3%	0.0%	1.6	0.0%
中保康联(澳: CMG)	0.8	-45.5%	0.0%	1.5	0.0%
君龙人寿(台: 台湾人寿)	0.4	23502.1%	0.0%	0.0	0.0%
汇丰人寿(英: HSBC)	0.2	-	0.0%	-	-
新光海航(台: 新光人寿)	0.1	-	0.0%	0.0	0.0%
外资人寿保险公司合计	426.3	18.1%	5.2%	361.0	4.9%
合计	8,144.2	10.99%	-	7,337.6	-

3. 财产保险

中国保险市场的现状

市场成长力的强度

中国保险业自1980年在改革开放下恢复以来，随着经济发展和国民生活水平提高，一直保持着惊人的成长速度。

虽然由于2008年世界金融危机，保险市场受到极大打击，但是2009年寿险财险保费总收入仍高达11,137亿元，同比增长13.8%，让我们看到了其强大的成长力。2009年度寿险财险保费总收入中，财险保费收入2,993亿元，同比增长22.4%。另外，寿险保费总收入也有7,457亿元，同比增长12.0%，健康险保费574亿元，同比增长1.9%，意外伤害险保费收入230亿元，同比增长13.3%。

表1：2004年—2009年 中国保险业的发展情况
(单位：亿元)

年度	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
保费总收入	4,318	4,927	5,641	7,036	9,784	11,137
去年同比	11.3%	14.1%	14.5%	24.7%	39.1%	13.8%
财产保险	1,125	1,281	1,580	2,086	2,446	2,993
去年同比	30.8%	13.9%	23.3%	32.0%	17.3%	22.4%

出处：中国保险监督管理委员会（CIRC）HP

表2：保险机构数量 2009年末

保险机构	数量（外资）
集团公司	8(0)
财产保险公司	52(18)
人寿保险公司	59(28)
再保险公司	8(6)
资产管理公司	9
保险代理店（专业）	2,510
保险经纪人	436
外资保险代表处	155

出处：中国保险监督管理委员会（CIRC）HP

极大的潜力

虽然知道中国保险市场具有巨大的潜力，但是它在世界保险市场的地位仍旧很低。表明保险普及率的保险深度（保费收入占GDP的比例）和保险密度（每个人每年的保费），2008年只有3.3%和105.4美元。比世界平均保险深度7.01%和保险密度633.9美元还要低很多。2009年中国GDP排名世界第三，预测2010年将会赶超日本排到第2位，保险市场的成长潜力非常大。

表3：2008年 市场规模比较

(单位：百万美元、美元)

	保费收入总额	排名	世界分布(%)	保险深度(%)	保险密度	
寿险财险	世界	4,269,737	-	100.00	7.07	633.9
	OECD成员国30个	3,696,073	-	85.56	8.32	3,015.2
	北美	1,345,816	1位	31.52	8.54	3,988.8
	中国	140,818	6位	3.30	3.30	105.4
	日本	473,197	2位	11.08	9.80	3,698.6
财险	世界	1,779,316	-	100.00	2.95	264.2
	北美	719,751	1位	40.45	4.6	2133.2
	中国	44,987	10位	2.53	1.0	33.7
	日本	106,085	4位	5.96	2.2	829.2

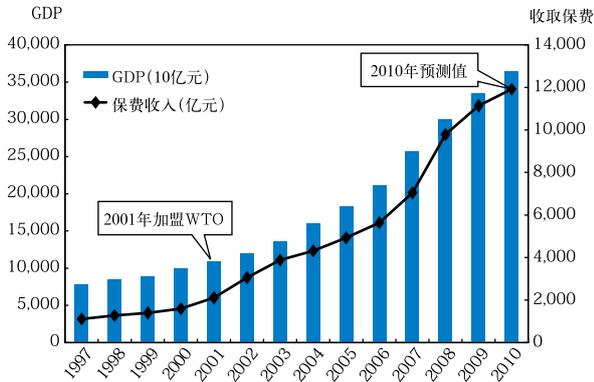
出处：2009年中国保险年鉴

保险市场随着GDP扩大

2009年中国的人寿保险和财产保险保费收入是2001年加入WTO时的5.3倍。世界排名也从当时的13位，上升至2008年的第六位。中国保险市场的特征是零售领域所占份额极小，批发领域占到大部分。因此，与GDP的关系就变得相当密切。GDP和保险总额在数量上的变化如表4所示，从图表中能看出两者几乎平行。

表4：GDP和保险总收入变化

(单位：10亿元 (GDP)、亿元 (保费收入))



出处：中国统计年鉴、中国保险年鉴等 注(※)假定2010年预测值为GDP的9%进行估算

中国财产保险市场概况

中国保险业自1980恢复业务，该年国民生产总值(GDP)4,517亿元，财产保险保费收入4.6亿元。到了2009年，名义GDP32.5万亿元，财产保险保费收入2,993亿元。之所以能得到如此大的发展，是因为中国保险公司一边接纳保险市场的竞争环境变化，一边积极引进海外保险公司的经营理念、产品、服务、系统等经营模式战略。另外，近几年中国大型保险公司还积极投资资本市场。这样一来，不仅能够增强资本实力，还能实现经营健全化，提升全球、规范化竞争能力。

表5：中国保险公司的上市情况

公司名称	时间	证券市场
中保国际	2000年6月	香港
中国人民保险	2003年11月	香港
中国人寿保险	2003年12月	纽约/香港
	2007年1月	上海
平安保险	2004年6月	香港
	2007年3月	上海
民安HD	2006年12月	香港
太平洋保险	2007年12月	上海
	2009年12月	香港

出处：各保险公司HP

表6：中国财产保险公司保费收入以及市场份

(单位：万元)

公司名称	总公司所在地	09年保费收入	市场份额
中国人民财产保险	北京	11,946,412	39.92%
太平洋财产保险	上海	3,422,795	11.44%
平安财产保险	深圳	3,848,338	12.86%
中华联合保险	乌鲁木齐	1,943,963	6.50%
大地财产保险	上海	1,025,303	3.43%
天安保险	上海	700,002	2.34%
永安财产保险	西安	533,887	1.78%
国寿财产保险	北京	790,604	2.64%
阳光财产保险	北京	659,729	2.20%
安邦财产保险	宁波	531,152	1.77%
太平保险	深圳	450,034	1.50%
都邦财产保险	北京	397,704	1.33%
出口信用保险	北京	684,436	2.29%
永诚财产保险	上海	412,335	1.38%
华泰财产保险	北京	289,960	0.97%
安华农业保险	吉林	222,683	0.74%
阳光农业保险	哈尔滨	164,920	0.55%
中银保险	北京	199,263	0.67%
渤海保险	天津	103,824	0.35%
大众保险	上海	144,147	0.48%
天平汽车保险	上海	190,577	0.64%
民安保险	深圳	127,716	0.43%
华安财产保险	深圳	280,873	0.94%
其他(10家合计)		540,785	1.81%
小计		29,611,441	98.94%
所有财险合计		29,928,990	100%

出处：中国保险监督管理委员会(CIRC)HP

外资财产保险公司现状

截至2009年末外资财产保险公司有18家，保费收入总额为31亿7,549万元。自加入WTO以来，中国逐渐撤销对外资保险公司的限制，经营许可审批速度等也得到提升。中国当局虽然表现出开放的态度，但外资财产保险的保费收入份额仍只有较低的1.06%左右。另外，收入增加率同比增长只有10.1%，低于市场整体增长率22.4%。

表7：外资财产保险公司保费收入以及市场份额
(单位：万元)

公司名称	国名	据点所在地	09年保费	份额
AIU	美国	上海、广州、深圳、佛山、北京	80,992	0.27%
东京海上日动火灾	日本	上海、广州	33,034	0.11%
三井住友海上	日本	上海、广州、北京	32,828	0.11%
三星火灾	韩国	上海、北京、深圳、苏州、青岛	26,425	0.09%
安联保险	德国	广州	25,843	0.09%
RSA	英国	上海、北京	13,166	0.04%
日本财产保险	日本	大连、上海、广州	12,982	0.04%
Liberty	美国	重庆、北京、杭州	22,178	0.07%
丘博	美国	上海	11,721	0.04%
丰泰	瑞士	上海	15,247	0.05%
苏黎世	瑞士	北京	12,199	0.04%
现代海上火灾	韩国	北京	8,025	0.03%
Generali	意大利	北京、大庆	11,444	0.04%
爱和谊财产保险	日本	天津	2,396	0.01%
Groupma	法国	成都	4,321	0.01%
Cathay	台湾	上海、南京	2,275	0.01%
日本兴亚	日本	深圳	671	0.00%
LIG	韩国	南京	1,803	0.01%
小计			317,549	1.06%
所有财险合计			29,928,989	100%

出处：中国保险监督管理委员会（CIRC）HP、各公司HP

新保险法的实施

如上所述，中国保险市场发展迅速，因此，修改完善保险法使其适应当前形势就成为当前一个紧迫的课题。2009年10月1日新“保险法（以下称为新保险法）”应运而生。本法在2002年修改的原保险法基础上增加条文49个，删除原保险法条文20个，修改条文123个。

保险法的沿革

中国保险法的立法工作始于1949年。现代中国保险立法的主要沿革有：1985年《保险企业管理暂行条例》、1992年《上海市外资保险机构暂行管理办法》《海商法》、1995年《保险法》、2002年《外资保险管理条例》、2004年《保险公司管理规定》《外资保险公司管理条例实施细则》、2005年《保险代理机构管理规定》《保险经纪人管理规定》、2006年《保险营销员管理规定》《机动车交通事故责任强制保险条例》和

2009年的“保险法”。

重点加强对被保险人利益的保护

新保险法的主要修改点有以下几点。

- 进一步明确保险活动当事人的权利、义务，完善保险合同相关法律，保护被保险人的合法权益。
- 扩大保险公司业务范围，拓宽保险资金运用渠道。
- 修改完善对保险公司偿付能力的监督管理。
- 完善保险公司业务规则和进入、退出保险市场机制。
- 加强对保险业的监督管理，强化对保险违法行为的处罚的监督力度。
- 进一步明确保险活动当事人的法律责任，打击保险违法行为。等

新保险法未来发展模式的规划

新保险法的立法者之一指出“本次颁布的新保险法，立法时虽然结合保险业的现状、市场形成情况和监督管理实践等，但其发展模式并不完善。需要进一步建立更加完善的制度和法律结构”。随着市场的开放，外资保险公司等进入中国市场，在带来先进的经营模式的同时，也通过竞争使市场根基得以坚固。中国市场对此也有着深刻的认识。

2010年中国财产保险市场的展望

从电话营销看销售渠道多样化

电话营销汽车保险形势大好，影响力稳步扩大。汽车保险占财产保险保费整体收入的7成左右。而这一保险销售渠道中有7成是通过汽车经销商等代理店渠道销售的，因此对该渠道的依赖性也變得越来越高。由于过去汽车保险给代理店的代理费过多，招募成本增加以致保险经营难以维持。认识到这一点，为缩减成本，有价格竞争力的电话营销引起大家的关注，并逐渐成为渠道

战略的支柱之一。

自2007年平安财产保险公司首创以电话营销方式销售汽车保险以来，人民财产保险、太平洋财产保险、大地保险、天平保险等数十家财产保险公司都开始进军电话营销市场。2009年平安财产保险电话销售汽车保险的保费收入超过30亿元。这一金额占该公司个人汽车保险的15%，同比增长60%。另外，2009年5月人保财产保险在北京设立呼叫中心，进一步充实了新渠道。天平保险是一家汽车专业保险公司，新渠道保费收入的9成都依赖电话销售。

今后，其他竞争保险公司也都将争相效仿，进一步扩大电话销售，预测5年之内将占到个人汽车保险市场的3成左右。通过电话销售收取的个人消费的汽车保费，在平时的折扣上还要再减10~15%。在这一市场需求下，若是能够通过电话营销扩大产品销售，并通过网络销售、良好的银行窗口销售等进一步提高客户便利性，就能加速实现销售渠道的多样化。

公司变化带给保险产品新契机

自2002年开始中国进入汽车普及时代后，零售市场中的汽车保险明显增加了。但是，目前仍保留了对外资财产保险公司销售汽车强制责任险的限制，希望这一限制能尽早得到放宽。

将于2010年7月起实施的侵权责任法（侵权责任法）等，不仅可以提高社会的权利意识、赔偿意识，还能扩大充实包括汽车保险在内的赔偿保险领域，需求也将进一步增大。此外，由于个人住宅需求旺盛，住宅综合保险等保险业务也将不断增加。

改善汽车保险收益的措施

为防范汽车保险理赔环节出现的风险，2009年政府出台了一系列有力措施①提高理赔服务的品质、②严格管理降低保险金代领风险、③共享信息实现保险费折扣的合理化等。通过实施以上措施，汽车保险成果得到了明显改善。从以上措施中可以看出政府当局对汽车保险监督的细致性和积极性。希望今后能出台更多更好的措施，以

改善汽车保险收益。

通过良性市场竞争强化体制

过度的价格竞争只会使市场变得疲惫不堪。但是，如果过分看重保险市场的稳定，可能会引起恶劣影响。保险公司体制的形成需要花费一定时间，并且市场竞争也受到限制。保险公司站在消费者角度开发商品和充实服务是保险公司本身应当具备的竞争力的培养工作，是不能怠慢的。保险公司如果要进一步增强竞争力，除了继续实施原有的保险收入扩大战略外，还要将提高收益性及核心竞争力作为今后工作的重点。

<建议>

- ① 现在已经施行通过电话营销扩大产品销售并通过网络销售、银行窗口销售等提高客户便利性，希望能够进一步提供便利条件、实现销售渠道的多样化。
- ② 目前对外资财产保险公司销售汽车强制责任险的限制依然存在。希望能尽早放宽这一限制。并且希望今后能施行有秩序的公正的相关制度。
- ③ 过度的价格竞争只会使市场变得疲惫不堪，但如果过分看重保险市场的稳定，可能会引起更加恶劣的影响。除了继续实施原有的保险收入扩大战略外，希望能在提高收益性和核心竞争力的基础上完善制度。

4. 证券

2009年中国证券市场概况

金融危机后的危机治理对策，特别是宽松的货币政策对2009年的中国证券市场产生了巨大影响。2009年的股票价格（上海综合指数）从2008年末的1,820.81到2009年末的3,277.14约上升了80%（如下图所示）。从股票价格变动上来看，自年初开始就急速攀升，在8月4日到达顶峰3,471.44，8月份后进入调整局面，9月1日开始短短一个月时间又迅速回落至2683.72，之后一直到年末都处于缓慢上升状态。

这一现象的出现主要是受到2008年出台的金融危机治理对策的影响。由于实施了积极财政政策和宽松的货币政策，年初开始银行融资迅速增长，急速的金融缓和导致部分资金流入股市楼市。再加上中国经济恢复速度明显快于其他国家，境外“热钱”开始再度流入股市楼市。为防范年中资产价格泡沫崩溃，人民银行对过度宽松的货币政策进行了微调，这也成为股票价格调整的一大原因。

从债券市场来看，自2008年债券价格急升后，2009年基本只在小范围内变动。从银行间国债指数来看，从2008年末的124.08降至2009年的117.16，全年收益率曲线整体上移。

股票价格和成交量（上海证券交易所、每周）



注：只有上海证券交易所所有成交量
出处：根据证监会、CEIC制作

2009年证券市场发生了几件大事，第一件是IPO（首次公开发行）重启和发行制度改革。中

国证券监督管理委员会（以下称作证监会）于6月10日公布《关于进一步改革和完善新股发行体制的指导意见》（以下称作指导意见）。发行制度改革相关意见发布后，IPO重启时机成熟，于是2008年9月起暂停的IPO在6月份重启。中国虽然在2005年引进了IPO询价机制，但还是被指出原有的发行市场存在过热等问题。虽然《指导意见》中指出要进一步推进由市场机制决定新股发行价格，但并不能保证6月改革后就能建立起完善的发行价格形成机制，因此要讨论如何进一步改革发行制度。

第二件是设立创业板。证监会于2009年3月31日发布《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》（5月1日起实施）。在深圳交易所设立面向新兴企业的市场，10月30日开始正式上市交易。二十一世纪初，发达国家的IT泡沫崩溃导致设立创业板市场搁置，创业板在经历10年的漫长岁月之后终于问世了。

创业板的推出实现了股票市场体系的多层化。创业板设立后，才真正形成主板、中小企业板、创业板、柜台交易市场（旧三板、新三板市场）这一系列多层结构。另外，创业板的设立为最近不断增加的人民币PE基金提供了退出渠道。

第三件是2010年1月推出股指期货和融资融券业务。2010年1月8日，国务院批准①在证券公司试行融资融券业务和②推出股指期货。股指期货和融资融券业务的推出，有助于改善股票行情形成机制，不至于出现过热或过冷现象。

证券行业的动向

2009年随着股票市场的恢复，证券公司的收益情况也很理想。截至2010年1月，57家公司净利润合计611.19亿元，同比增长90.1%。营业收入方面，基本集中在排名靠前的公司，另一方面从整个行业来看，经纪人业务收入依然占7成左右。另外，IPO重启也有助于增加投资银行业务的收益。这一收益也趋向于集中到排名靠前的几个证券公司中。证监会从开始就一直采取让实力

强证券公司变得更强，淘汰实力弱的公司这一行业整顿方针，而实际的市场动态也不断诠释了这一点。

从证券投资基金的情况来看，年初开始股票价格就逐渐恢复，年末净资产规模达到86,760.8亿元，同比增长38%（万得资讯数据）。另外，2009年基金数量增至118支。其中，股票型基金收益走高，而债券型基金、货币市场型基金收益走低。

证券公司整顿不断加速。证监会于10月发布了“一参一控”（为避免关联交易与同业竞争，同一股东不得控制多家证券公司，也不得参股多家证券公司。具体而言，就是一家机构或者受同一实际控制人控制的多家机构参股证券公司的数量不得超过两家，其中控股证券公司的数量不得超过一家）的日程表。根据该日程表的安排，各证券公司到2010年末为止必须实现“一参一控”。但是，不包括在2007年证券行业整顿中增加了子公司的中央汇金和建银投资，这两家公司只要在2013年5月前达到“一参一控”的要求即可。日程明确后，各证券公司以及金融机构旗下的证券公司开始进行整理、吸收。

此外，从证券公司上市方面来看，2009年有3家公司上市，分别是1月份上市的西南证券（“借壳”上市），8月份上市的光大证券（普通IPO）和11月份上市的招商证券（IPO）。2010年2月广发证券（借壳）上市，截至2010年2月，上市证券公司已达到12家。净资本是证监会对证券公司进行分类管理的一个重要指标，因此证券公司都企图通过上市扩充净资本，以提高在分类管理上的排名，进一步扩大业务。

对外开放

从对外开放方面来看，证监会2009年新批19家QFII（合格的境外机构投资者）。截至2009年末，共有86家境外机构获得QFII资格，投资额度达到164.7亿美元（万得资讯）。在税制方面，国家税务局2月下发通知明确，QFII的股息

红利和利息收入应当缴纳10%的企业所得税。另一方面，从QDII（合格境内机构投资者）来看，2008年爆发金融危机后，一度停止了QDII资格的审批工作，直到2009年2月才重启。截至2009年末，QDII的投资额度合计640.3亿美元（万得资讯），收益率也随着海外市场的恢复，从第2季度开始改善。

在成立中外合资公司方面，1月证监会批准德意志银行与山西证券成立新的合资证券公司。这是自2007年重新受理中外合资证券公司申请后批准的第2家公司。第1家是瑞信方正证券（2008年批准、瑞士信贷与方正证券的合资公司），从2月份开始营业。整顿（如上所述）今后将会不断扩大的证券行业，直到出现具有国际竞争力的大规模证券公司为止，对外开发的速度可能会一直受限。

2010年展望

随着2010年初推出股指期货和融资融券业务，中国资本市场改革将明确朝着新方向发展。从国务院发布资本市场改革发展“九条意见”

（2004年）后的发展情况来看，首先通过2005年开始的非流通股改革和2004~2007年的证券公司重组，清理了中国资本市场的历史遗留问题，其次，2007年以后通过提高上市公司的质量、加强对内部交易等违法行为的查处、加强证券公司的风险管理、修改发行制度、创业板上市等措施，巩固资本市场的基础。虽然对历史遗留问题的处理还不够充分，但基础巩固仍在不断推进。再巩固基础的前提下，推动资本市场创新，决定推出股指期货和融资融券业务。换言之，中国资本市场在2010年凭借这两项交易的开放，迈出改革的第一步。

2010年1月，证监会主席尚福林列举了今年工作的七项重点。不仅包括适时推出融资融券业务试点、保障股指期货平稳顺利上市等，还特意强调了继续深化发行制度改革。此外，2009年推出创业板后，进一步完善了由主板、中小企业板、创业板、柜台交易市场构成的多层次资本市

场体系，特别是对建立以柜台交易市场为基础的全国场外市场，能起到一定的推动作用。并且，上海证券交易所的国际板（境外企业在中国国内上市）也成为今年的关注点之一。

<建议>

① 希望能根据以下几点，放宽外资对中国证券业、资产管理业的投资限制。

- 放宽投资限制和扩大业务范围
- 公布放宽限制的具体日程

② 希望能根据以下几点，放宽对内对外投资的限制

- 放宽对QFII、PE、不动产投资的限制
- 将申请手续简化和透明化
- 明确投资相关税制
- 放宽对QDII等对外投资的限制

③ 希望根据以下几点，放宽外资企业在中国国内市场的融资限制。

- 允许在中国国内市场发行股票
- 允许在中国国内发行债券

④ 希望能修改、放宽中国企业在海外发行股票的规则。

⑤ 希望能尽早推出海外市场指数ETF。

- 海外市场指数ETF上市标准的明确化
- 海外市场指数ETF上市申请手续的明确化

第9章 观光·娱乐业

1. 旅游

2009年市场动向

日本来华旅游

受到发生于2008年9月的“雷曼事件”对世界经济低迷影响，以商务旅游为中心的旅游需求大幅减少。

进入2009年，从5月份开始虽然提前预定情况出现好转迹象，但又由于4月27日发出A（H1N1）型流感4级警戒而预定接连被取消，致使上半期（1-6月）旅游市场的形式变得相当严峻。（2009年上半年同比减少15.50%）

进入下半期后，虽然形势没有出现大的好转，但由于中国特有的经济恢复政策奏效，将全球经济不景气带来的不良影响降至最低，日本的商务出差等需求也开始恢复，游客量达到331.75万人次（同比减少3.73%），仅比去年略减，排名第一。

然而在观光需求方面，由于继续维持日本前往西藏、新疆的旅游禁令，因此2009年全年形势从整体上来看还是十分严峻的。

【附件1】

外国人来华旅游

与日本来华旅游情况基本相同，全世界来华旅游形势都很严峻。

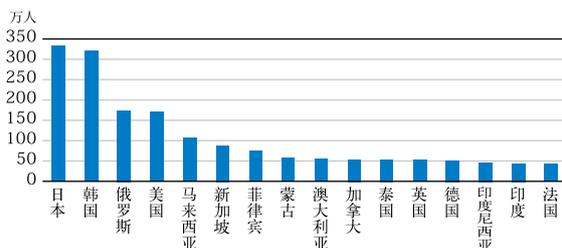
特别是在“雷曼事件”中受到重创的韩国、俄罗斯，来华游客急剧减少。（同比增减：韩国，减少19.26%；俄罗斯，减少44.20%）

另一方面，马来西亚、新加坡、印度尼西亚

等东盟各国来华游客微增，再一次说明了中国和东南亚各国之间的关系不断增进。（同比增减：马来西亚，增加1.78%；新加坡，增加1.57%；印度尼西亚，增加10.04%）

另外，虽然印度来华游客数量只有45万人次，实际数量还要更少一些，但是同比增加2.82%，实现稳健增长，2010年预计会继续保持这一趋势。

表1：2009年12月主要来华国家游客数量统计



中国公民国内旅游

中国公民的国内旅游一直处于高涨趋势，2009年总人数累计约19亿人（同比增加11%）、观光收入突破4万亿元（同比增加15%以上）。

国家旅游局2010年政策方针中指出“以国内旅游为重点，积极发展入境旅游，有序发展出境旅游”，国内旅游的重要性进一步增强。

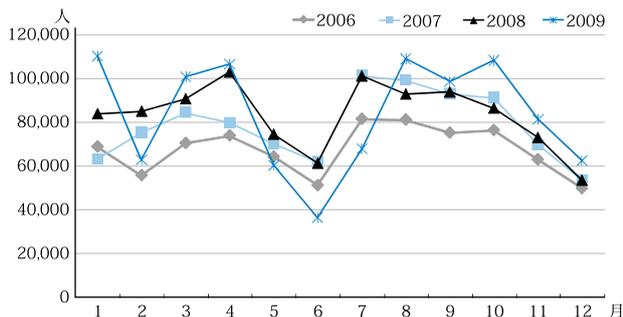
令人感到意外的是国内旅游相关的官方信息较少，虽找不到确切的凭证，但其中最受欢迎的旅游目的地应数杭州西湖、桂林山水、天安门广场、万里长城、黄山、云南丽江、九寨沟、张家界等地。

中国公民海外旅游

赴日旅游

A (H1N1) 型流感和雷曼事件也对发展形势良好的中国赴日旅游市场产生了冲击, 上半期(1-6月)中国公民赴日游客人数比去年的减少了4.2%, 全年形势相当严峻。但是, 8月个人签证的解禁为市场带来了转机, 关注度不断提高, 并实现了以观光需求为中心的V字恢复, JNTO发布的数据为: 1,006,915人次, 从此结果来看, 同比增加了0.7%(约6,500人次)。

表2: 中国公民赴日游客数量的变化



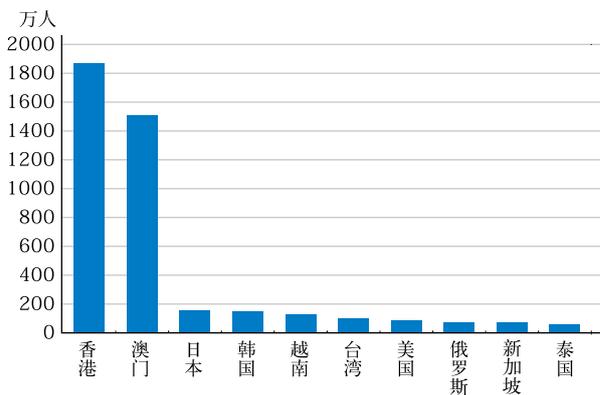
海外旅游整体情况

2009年海外旅游情况与赴日旅游基本相同, 上半期市场受到A (H1N1) 型流感和雷曼事件影响停滞不前, 下半年恢复情况良好, 总人数达到4,766万人, 同比增加4.0%。(国家旅游局数据)

出境旅游国家除去香港澳门, 日本是实质上的第一名, 并且今后也将继续保持这一趋势。

(国家旅游局公布的数据中, 中国赴日游客人数1,552,500人(基于总人数), 不算香港澳门, 按国别排名第一。【附件3】)

附件3: 2009年中国海外旅游游客数量



2010年市场动向展望

根据2010年国家旅游局公布的数据

国家旅游局公布的2010年旅游市场预测

如下所示

- ① 中国国内旅游总人数预计将达到21.5亿人次, 同比增长13%。
- ② 外国人来华旅游总人数预计将达到1.32亿人次, 同比增长5%。
- ③ 中国海外旅游总人数预计将达到5100万人次, 同比增长7%。

随着经济的稳步增长, 旅游市场将继续扩大。特别是中国海外旅游人数即将突破5,000万人次, 中国在世界入境旅游业(特别是东亚)影响力与日俱增。

而令人担忧的是, 日本来华旅游市场是否能够复活。

我们总是将市场低迷的原因归咎于A (H1N1) 型流感和雷曼事件等外部短暂性阻碍因素, 但实际上由于廉价旅游商品泛滥导致出现商品企划能力下降和旅游目的地开发停滞等现象, 致使大观光游客(特别是重复游客)数量不能进一步扩大才是问题的关键所在。

如不出现明显的旅游阻碍因素, 希望通过调

整行业结构等手段，能在2010年的这个时候实现观光市场的复兴。

外国人来华旅游（特别是日本）

第一，2010年度最受瞩目的将从5月份开始历时半年的“上海世博会”。世博会吸引海外游客目标为350万（其中，日本游客人数目标：100万人），希望能给近几年一直低迷的外国人来华旅游（特别是日本）市场发展注入新的催化剂。

第二，近几年随着中国经济的发展，商务旅游等市场不断扩大，2010年也将继续保持增长趋势。

第三，中国内陆地区旅游的复活。四川大地震后处于复兴阶段的四川省、由于民族问题等受到世界各国指责或者发出旅游禁令的西藏、新疆等是阻碍前往观光资源丰富的内陆地区的因素，只要能得到改善，就一定能对扩大旅游需求起到很大的推动作用。

中国人海外旅游（特别是日本）

在赴日外国游客3000万人项目（赴日外国游客2013年1500万人、2016年2000万人、2019年2500万人）中，中国市场可以说是最重要的市场。

若单从中日之间的市场来看，2009年度中国赴日游客人数微增至100.6万人次，在日本外国游客中所占比例达到14.8%（去年同比：上升2.8P），保持稳步上升，今后业将会进一步扩大。

中国人国内旅游

动车等铁路网和动车轨道建设的高速推进，为国内旅游市场的扩大提供了基础设施方面的强有力支援。

此外，以古城镇为中心的城市自助游指南等旅游信息在质和量上都进一步得到充实，今后中国国内的观光市场必将取得飞跃性扩大。

<建议>

① 希望能解除对外商投资旅行社经营的中国公民海外旅游的禁令。

· 中国公民的海外旅游呈爆炸式增长，而外资旅行社在多年的海外旅游企划和销售中积累了丰富的知识和经验，相信可以促进中国公民海外旅游的进一步发展。

② 希望能够强化对中国观光旅游目的地的管理。

· 拥有世界遗产（38处）、受到56个民族丰富多彩的文化熏陶的中国，拥有丰富的旅游资源，是世界上为数不多的旅游资源国。然而，旅游目的地开发、宣传还是不够充分，日本市场上的旅游企划大多只专注于旅游费用，中国的魅力并没有得到很好的展现。

· 虽然中国形象持续受到这几年发生的食品安全、环境污染、民族问题等不良影响是一大原因，但是也与我们这些从事旅游业相关服务的人员努力不够有关，必须进行深刻的自我反省。

· 从中日相互交流观点来看，为了进一步扩大中国公民赴日旅游的规模，当务之急是中日、官民一体共同寻找扩大日本来华观光游客规模的对策。

2. 酒店

2009年外国人入境人数动向

受到始于2008年秋的世界经济危机影响，在2009年上半年之前中国酒店行业受到极大冲击，呈现低迷态势，但到了2009年下半年即开始逐渐好转。各大城市的情况虽有不同，但据中国国家旅游局统计，2009年中国的外国人入境人数最终还超过了2008年。

在各大城市中，上海的外国人入境人数最多有439万人，北京343万人，广州231万人，各大城市累计入境人数恢复到去年的90%以上。而天津、大连、杭州、重庆等城市2008年、2007年入境人数连续两年实现增长。

主要城市外国人入境人数如下所示。但下列数字中香港、澳门、台湾同胞不包含在中国人内。

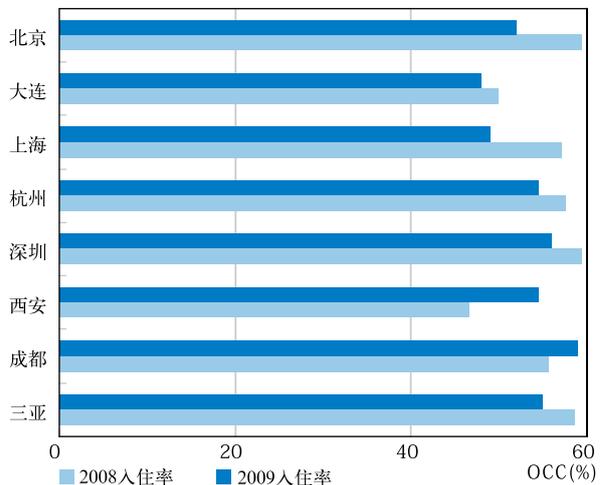
城市名称	2009年入境人数	2008年入境人数	2007年入境人数	09年/08年增减率	09年/07年增减率
北京	3,429,198	3,357,173	3,826,081	102.1%	89.6%
天津	1,305,772	1,130,037	952,372	115.6%	137.1%
大连	947,705	856,223	750,156	110.7%	126.3%
上海	4,390,495	4,416,223	4,426,148	99.4%	99.2%
苏州	1,160,336	1,217,247	1,218,879	95.3%	95.2%
杭州	1,572,838	1,543,665	1,453,650	101.9%	108.2%
青岛	801,424	697,736	924,213	114.9%	86.7%
广州	2,311,843	2,144,926	2,231,622	107.8%	103.6%
深圳	1,463,808	1,514,186	1,616,415	96.7%	90.6%
珠海	478,622	493,068	506,576	97.1%	94.5%
桂林	751,126	814,409	825,995	92.2%	90.9%
西安	616,090	535,837	850,905	115.0%	72.4%
重庆	847,967	742,792	622,427	114.2%	136.2%
成都	439,993	346,697	521,559	126.9%	84.4%
昆明	561,620	498,172	487,641	112.7%	115.2%
包含其他城市总数	25,467,349	24,929,725	25,733,149	102.2%	99.0%

2009年中国酒店行业的市场变化

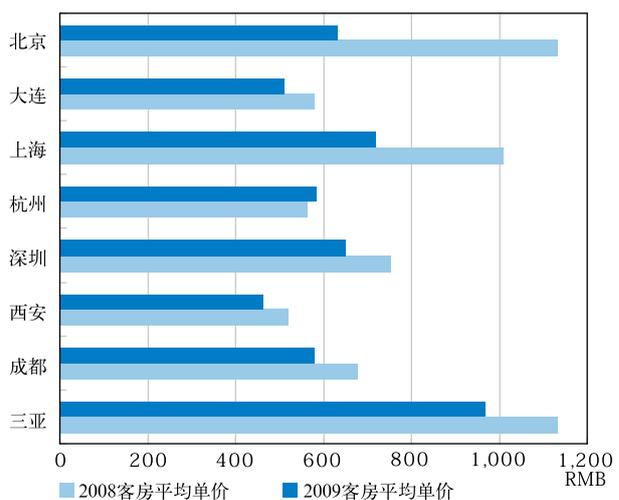
2008年世界经济危机对酒店市场造成了极大的冲击，其中商务需求方面，为节约开支而缩减差旅费（住宿费），导致下榻酒店等级下降的变化尤其显著。而从客房供给量来看，以因召开

奥运会酒店数量大增的北京市为首，中国国内各大城市通过近几年的开发，酒店间数也都突飞猛进，因此导致客房供给量过多。

主要城市平均入住率（高级酒店群）



主要城市平均客房单价（高级酒店群）



在这个大环境下，北京、大连、上海、深圳、三亚等城市中吸引外国人最多的高级酒店群（4星以上）的入住率、客房平均单价全都出现下跌。此外，外国商务客人的减少，许多高级酒店群开始下调曾经高昂的客房价格，将目光投向拥有“中低价格水平酒店群”的国内市场。

2010年市场趋势与担忧

以上是对2009年世界经济危机后市场变化的

总结，到了2010年随着中国经济的恢复，酒店市场也开始出现恢复迹象，但由于酒店客房供给量过剩，导致供大于求，因此酒店之间的价格竞争会一直延续到2010年，并且会愈演愈烈。

随着酒店之间竞争不断激化，为扩大影响力，各大酒店争相发挥自己的特色（服务水平、商品），推出各种“促销方案”。然而，由于价格竞争日益激烈，为确保收益，业内控制人工费的趋势在不断加强。

而随着酒店间数的增加，酒店面临人才不足问题，不能确保人才稳定和适当的工资待遇，要想维持良好的服务水平有很大困难。

<建议>

- ①为帮助提高当地酒店员工服务水平从日本国内派出“具有丰富经验的优秀员工”时，希望能放宽必须提供大学毕业文凭等严格条件。
- ②在严峻的市场环境下，为了招徕顾客，各大酒店都使出浑身解数发挥自己的特色，而日资酒店的卖点在于使用日本国内高品质食材制作而成的日本料理。而制作日本料理需要从日本进口中国本土所没有的日本国产海鲜、新鲜食品等，希望能进一步扩大运输渠道，简化通关手续。