

“十五”湖北消费品市场回顾及未来五年展望

“十五”时期，在国家一系列扩大内需、活跃经济的宏观调控措施的持续作用下，湖北消费品市场规模进一步扩大，新型流通方式快速发展，商品供应充裕，城乡居民购买力不断增强，消费结构升级明显加快，以汽车、住宅、通讯为主的消费热点已经形成，市场供求格局发生根本性变化，国内市场进入持续、健康、繁荣活跃、稳定增长时期。到2004年全省社会消费品零售总额已达2667亿元，比2000年增长49.1%，年均增长10.5%，成为拉动全省国民经济增长的重要的支撑力量。展望“十一五”，全省市场发展面临新的机遇与挑战。平稳较快发展，稳中有升，市场规模明显扩大，将构成市场运行的总基调。综合各方面因素考虑，社会消费品零售额预计年平均增长12%左右。

一、消费品市场运行的主要特点

（一）市场销售保持稳定增长，市场运行质量明显提高

“十五”时期，全省消费品市场面对省内、国内、国外许多不可预测因素，克服了种种困难，继续保持了平稳增长势头。“十五”时期，省委省政府相继出台了一系列具体的开拓市场、扩大消费政策措施，取得明显成效。一方面增加机关、事业单位职工工资，提高中低收入者收入水平，城镇居民收入增加，消费者收入预期明显改善，带动了城市市场的繁荣；另一方面，加大农村基础设施建设的投资力度，加快农村小城镇建设的步伐，基础设施得到明显改善，使农村在交通、通讯、用水用电等方面的条件明显改观。尤其是“十五”后期，随着党中央、国务院一系列惠农政策的贯彻落实，全省农村税费改革成果的进一步巩固，农民收入大幅度提高，增强了购买能力，农村消费品市场发展有所加快。同时，通过加大市场开拓力度、举办一系列促销活动、发展现代营销方式和新型流通业态等措施，促进了消费市场稳步增长。2004年，全省实现社会消费品零售总额2667.5亿元，居全国第六位。在中部省份中，仅次于河南，居第二位。与2000年相比增长49.1%，年均增长10.5%（剔除物价因素，实际增长10.1%），消费品市场继续保持了平稳增长的发展态势，市场大省的地位得到巩固和提高。其中，2004年全省城市实现消费品零售额1829亿元，农村实现消费品零售额838亿元，与2000年相比，平均每年增长12.8%和6.1%，考虑农村购买力的大量流入城市、县改市和城镇化建设等因素影响，农村市场的实际增长速度要远远高于6.1%。

“十五”时期，在市场保持平稳增长的同时，市场运行质量明显提高。主要表现在两个方面：一是市场运行平稳，波幅减小。平稳是近年来市场运行的主要特征，与“九五”时期形成鲜明对比。“九五”时期，增幅最高的1996年增长高达23.0%，最低的1999年为9.2%，增幅落差达13.8个百分点。“十五”时期，每年大体保持了10%-13%的增长速度，市场在较小的波幅区间内平稳运行，消费品市场对经济的促进作用及贡献率逐步增强。二是消费者的消费心理趋于成熟，消费行为更加理性。“十五”时期，为建立和完善社会主义市场经济体系的需要，国家相继深化了住房、医疗、教育等多项改革措施，并逐步建立起了城镇职工养老保障体系，下岗职工最低生活保障体系以及住房贷款制度，拓宽了城镇居民的消费领域，增大了消费者的预期支出压力，分流了城镇居民的购买力。在巨大的支出压力面前，全省消费者表现出前所未有的成熟和理性，从容化解了各项改革带来的挑战，量入为出，合理消费，在个人资产大量增加的同时，消费品的消费量也得到稳步提高。2004年全省城乡居民人均消费品零售额为4439元，比2000年的3007元提高47.6%，四年间人均每年净增加消费品零售额358元。

（二）商品供应日益丰富，消费市场繁荣活跃

“十五”时期，随着全省经济的不断发展，经济结构调整的不断深入，全省工农业生产势头良好，市场上吃穿用各类商品琳琅满目。不论是工业品还是农副产品，商品品种更加丰富多彩，质量档次明显提高，极大地满足了居民消费。据测算目前市场上主要商品供求平衡和供大于求的已达100%，供不应求的商品已很难找到。据有关资料显示，“九五”期间市场上供不应求的商品仍占一定比重。“十五”期间，随着经济的发展，市场上供不应求的商品逐渐被供大于求和供求平衡的商品所取代，供不应求的商品目前在市场上已消失。长期以来困扰我们的商品短缺时代一去不复返了，买方市场占主导地位的市场格局得到确

立，消费者在购物消费方面的自由度和选择空间达到了前所未有的高度。与此同时，全省上下不断深化经济体制改革，加快经济结构调整步伐，以市场需求为导向组织生产取得丰硕成果，市场有效供给不断增加，特别是以手机、计算机为代表的 IT 商品，用于改善人们居住条件和生活质量的住房装饰商品、家用电器等商品大量增加，使市场商品供求结构更趋合理。

（三）消费结构升级明显加快，消费热点抢眼

“十五”时期，随着全省综合经济实力的日益增强，城乡居民收入不断增长，到 2004 年城镇居民人均可支配收入已达到 8023 元，农村居民人均纯收入 2890 元，年均增长幅度分别为 9.8%、6.2%，城乡居民购买力不断增强。居民收入增加，促进消费结构的改善，生活质量得到了提高，以汽车、住宅、通讯为主的消费热点已经形成。“十五”时期，随着人们生活水平的不断提高，湖北省居民的消费结构发生了很大改变，消费结构升级明显加快。

1、汽车成为湖北省居民新的消费热点已显初现

“十五”时期，随着湖北省国民经济快速发展和居民收入水平的提高，以及汽车的降价及汽车消费贷款的增加激活了湖北车市，汽车销售活跃，汽车消费成为亮点。许多价格合理，款式新颖的轿车深受消费者青睐，常常出现有价无货、提前预订的现象。据对全省限额以上批发零售贸易企业统计，2004 年全省汽车类实现零售额 11.49 亿元，比 2000 年增长 9.8 倍，年均增长 81.2%，增长幅度在所统计的 38 个商品分类中遥遥领先，成为“十五”时期增长幅度最快的商品。汽车已由生产资料变成生活消费品，成为湖北省居民的消费的热点。毫无疑问，汽车消费成为湖北“十五”时期主导型消费热点。

2、住房热销带动相关产业快速发展

“十五”时期，随着居民收入增加，购买住房，改善居住条件，成为很多居民生活的重要目标，住宅消费形成了日益升温的消费热点。2000 年，湖北的住宅销售额仅为 73.1 亿元，2004 年达到 199.15 亿元，增长了 1.7 倍；其中售给个人由 2000 年的 62.48 亿元增加到 2004 年的 282.31 亿元，增长了 3.5 倍；私人购房比重由 2000 年的 86.5% 提高到 2004 年的 93.5%。另据抽样调查，2004 年末全省城镇居民人均住房建筑面积达到 27.3 平方米，比 2000 年末增长 96.4%，四年间人均净增加 13.4 平方米。住房需求的增加带动了消费品市场中相关商品销售升温，湖北省 2004 年建筑及装潢材料类、化工材料类分别比上年增长 32.7% 和 411.6%。

3、以移动电话为主的通讯器材销售大幅增长

随着通讯费用降低，手机新款不断推出，手机消费成为“十五”时期又一大消费热点。据统计，2004 年全省限额以上批发零售贸易企业通讯器材类实现零售额 6.49 亿元，比 2000 年增长 1.59 倍。从商品品种看，由于移动电话科技含量不断提高，款式、品种、功能不断增多，同时，价格不断下调，移动电话持续旺销。另外，率先购买移动电话的消费群体已进入手机更新换代的新一轮消费周期，使市场需求量进一步扩大，市场普及率大幅度提高，城乡居民的人均占有率迅速增长。手机已由奢侈品成为居民生活必需品。

上述结构变化显示，目前，湖北省居民消费结构升级势头强劲，以汽车、住宅、通讯为主的新型消费热点已经形成。

4、城乡消费增幅差距大幅度缩小，城乡市场出现共同发展的可喜局面

“十五”后期，随着党中央、国务院一系列惠农政策的贯彻落实，全省农村税费改革成果的进一步巩固，农民收入大幅度提高，增强了购买能力，农村消费品市场发展明显加快。2004 年湖北省农村市场（县及县以下）实现消费品零售额达 838.05 亿元，比 2003 年增长 11.0%，增幅较上年提高 3.0 个百分点，较税改前的 2001 年提高 3.9 个百分点，为 1998 年以来最高水平。

湖北省城乡消费增幅在 2003 年缩小 7.3 个百分点的基础上，2004 年继续缩小。农村市场与城市市场零售额增幅差距由上年的 4.1 个百分点，缩小为 2004 年的 3.1 个百分点，缩小了 1.0 个百分点，与城市市场同步增长。这是近几年城乡消费增幅差距最小的一年。这一个可喜的变化，说明城市消费一头热的状况开始改变。其深层意义在于，长期以来国民经济链条中农村消费需求不足的薄弱环节正在弥合。

5、餐饮业零售额快速增长成为拉动消费增长的重要因素

“十五”时期，全省消费品零售额继续保持稳步增长走势，在相当程度上取决于餐饮、旅游等服务性消费的快速增长，餐饮业成为消费品市场一大亮点。伴随着人民群众生活水平的提高、生活节奏的加快、生活方式的创新，餐饮业营业收入一路走高，持续增长，呈现淡季不淡、旺季更旺的销售局面。餐饮业在全省各行业中领先发展。2004 年全省实现餐饮业零售额首次突破 300 亿元大关，为 353.82 亿元，比 2000 年增长 83.8%，年平均递增 16.5%。餐饮业零售额占消费品零售总额的比重 2000 年的 10.8%，上升到 2004 年的 13.3%，四年上升了 2.5 个百分点。餐饮业增长幅度高出零售总额增幅 6 个百分点。飞速发展的餐饮业将人们从厨房中逐渐解放出来，其背后的支撑正是城乡居民收入的日益提高，折射出的正是解决了温饱，大步奔向小康的百姓生活。

（四）购物环境好转，新型业态蓬勃发展

“十五”时期，在城市，一座座具有时代气息和多种服务功能的大型综合商厦不断涌现，精美的装潢，一流的设施，丰富的商品，优质的服务，使广大顾客在购物的同时，享受着现代生活的时尚。囊括了流行的吃喝玩乐项目销品茂已有两家开业，其中武汉销品茂系华中地区规模最大、功能最全的大型购物中心。商业经营形式发生巨大变革，多种零售业态共同发展，如超级市场、便民店、专卖店、购物中心、仓储式商场、无店铺销售等，显示了强大的生命力。原有的百货店等业态，逐渐摆脱旧的模式，焕发出新的生机。尤其是被称为现代商业“第二次革命”的连锁经营，是体现社会化大生产的现代流通方式。“十五”时期，连锁商业从少到多、从小到大，逐步发展壮大起来，出现了经营规模不断扩大、多业态持续发展的良好势头，对改造传统商业模式、发展现代化大型超市、推动湖北现代流通业的发展、扩大内需、拉动经济增长起到了积极的促进作用。据统计数据显示，2004 年，全省共有限额以上连锁总公司（总店）76 家，比 2001 年增加 24 家，其中零售连锁总店 56 家，餐饮连锁总店 20 家；从业人数 62507 人，营业面积 214.5 万平方米，分别比 2001 年末增长 48.8%和 171.5%。连锁门店数快速扩张，经营规模迅速扩大。2004 年全省限额以上连锁零售业和餐饮业连锁门店总数达 2193 个，比 2001 年净增 1522 个，平均每天新开一家以上，增长 226.8%。实现销售额 286.13 亿元，比 2001 年增长 206.5%，其中零售额达 225.50 亿元，增长 186.3%。在 2004 年中国连锁百强名单上，武汉市武商集团、中百集团和中商集团等三大上市公司名列其中。连锁商业、餐饮业零售额占社会消费品零售总额的比重由 2001 年的 4.0%上升到 2004 年的 8.5%。连锁经营覆盖的领域和范围不断扩大，已拓展到零售业、餐饮业、服务业三大行业的 50 多个业种。目前，大型连锁超市已成为城市居民购买食品和其他日常生活用品的主要场所。在连锁经营呈现快速发展的同时，其他新型商业业态也在迅速兴起，给全省流通业带来了现代经营理念、新的营销方式、新的管理手段。零售业态层次更加明显，营销手段多样化，极大地方便了居民生活。

（五）假日经济、会展经济带动了全省城乡消费品市场的繁荣活跃

据统计，“十五”时期，以旅游、娱乐、餐饮、购物为主要特征的假日经济，有力地扩大了全省消费需求，促进了经济的增长。城乡居民节假日休闲娱乐消费逐渐成为新的消费时尚，假日消费成为“十五”时期市场发展中的一道新的亮丽的风景线。假日消费为零售市场带来了巨大商机。自从实行“黄金周”制度以来，居民“黄金周”的消费热潮一浪高过一浪，在“黄金周”的带动下，“十五”时期历年“黄金周”期间实现的社会消费品零售额明显高于全年均值。2004 年“黄金周”所在的 5 月和 10 月，全省社会消费品零售总额增长 14.5%和 14.1%，形成了上下半年的两个增长高峰。据统计，2004 年“十一”黄金周期间，全省接待海内外游客 467.53 万人次，旅游收入 13.17 亿元，比上年同期分别增长 14.51%和 11.42%，创“十一”黄金周有史以来最好成绩。另据统计，武汉市的武商、中商、中百、汉商、工贸 5 大商业集团 2004 年“十一黄金周”实现零售额 5.33 亿元，

比上年同期增长 27.4%。与此同时，“十五”时期，在湖北省大中城市逐步兴起的会展经济，对活跃消费品市场也起到了重要的促进作用。各种形式的会展不断在全省各地举行，吸引了众多居民和外地客商，人气足，市气旺，现场零售增长迅猛。这些会展活动，不仅宣传了湖北，打造了湖北品牌，而且给旅游、餐饮、零售业带来了巨大的商机，有力地拉动了全省社会消费品零售总额的增长。

二、消费品市场发展面临的困难和问题

“十五”时期，湖北消费品市场运行总体上保持了良好的态势。但同时，从湖北消费品市场运行情况看，仍然面临着不少困难和问题。突出表现为三个方面：

（一）全省消费率偏低。根据相关统计资料测算显示，“十五”时期，湖北消费率增长偏低，消费率逐渐呈现出下降趋势。2001 年至 2004 年，全省消费率（社会消费品零售总额/生产法 GDP）分别为 42.4%、42.8%、43.7%和 42.3%。2004 年为 4 年里最低的水平，一年内下降了 1.4 个百分点。从最终消费率看，2000?2003 年全省平均最终消费率（最终消费/GDP）为 54.0%，而全国消费率为 58.7%，比湖北省高 4.7 个百分点；发达国家消费率一般在 70%-80%，全省低出 20 多个百分点。这表明湖北省消费率不仅没有达到全国平均水平，也与国际水平相差甚远。根据国际上一般规律，在人均 GDP1000 美元左右时，世界各国居民消费率一般为 61%。2002 年全省人均 GDP 已达到 1000 美元，但全省的居民消费率（居民消费/GDP）却仅为 43.5%，比国际平均水平低 17.5 个百分点。如此低的消费率，导致消费对经济增长的贡献率偏低，2004 年全省消费对 GDP 增长的贡献率只有 34.0%，比 2000 年低 7.2 个百分点，反映出消费需求对经济发展的影响作用不够突出，对经济增长的带动能力减弱。目前湖北经济发展水平已处于工业化中期，显然消费水平与经济发展阶段是不相适应的。导致消费率水平过低的主要原因：一是湖北省居民收入水平低于全国平均水平，2004 年湖北省城镇居民人均可支配收入比全国平均水平低 1399 元。二是居民对未来收入、支出预期不太乐观，同时居民购买力的分流在一定程度上、一定时期内制约着湖北消费品市场的发展。此外农村居民收入增长缓慢，消费增长不快，城乡消费水平差距明显，目前湖北农村居民消费水平仅相当于城镇居民的四分之一，成为影响湖北消费率水平偏低的一个重要因素。

（二）市场竞争能力不强。“十五”时期，一些国际著名零售商和省外大型连锁企业纷纷抢滩湖北市场，给湖北市场带来巨大冲击，与这些“国际国内巨鳄”相比，湖北商贸企业现代化程度偏低，经营方式相对落后、企业规模小、竞争力不强的弱点暴露无遗。全省流通企业“小散弱”的传统组织形式依然存在，市场竞争能力较弱，特别是国有流通企业产权不清，机制不活，经济效益得不到根本改善。另外，湖北消费品零售额占全国比重有所降低。由 2000 年的 5.2%，降低到 2004 年的 4.9%。与全国比较，“十五”时期湖北消费品零售额名义增长率低 1.6 个百分点，2004 年名义增长率在全国 31 个省市中与云南并列排第 22 位；在中部六省中，“十五”时期湖北消费品零售额名义增长率分别比河南、湖南、江西低 1.5、0.5 和 0.2 个百分点。

（三）市场的规范化程度不高。具体表现为：一是市场竞争行为不够规范，降价促销愈演愈烈，这对生产经营者的后续发展十分不利。二是消费市场秩序比较混乱，假冒伪劣商品，特别是危及人们生命安全的食品药品等屡禁不止，严重影响了居民的消费信心，抑制了消费需求。同时大城市消费瓶颈问题越来越突出，如交通堵塞、电力和水资源紧张、公共消费设施不配套等问题影响了消费结构升级。三是市场的布局规划还不够规范，零、乱、散的现象还比较突出，缺乏必要的监管制度。特别是广大农村市场，市场容量较小，商业网点分布极不均衡，且流通成本高，农村居民对大件商品的“买难”还普遍存在。四是消费环境也是制约消费需求的另一重要因素。如目前农村广播电视转播设施落后及缺电、缺水等原因，造成家用电器等耐用消费品难以在农村普及。

三、“十一五”全省消费品市场发展展望

展望“十一五”，全省市场发展面临新的机遇与挑战。平稳较快发展，稳中有升，市场规模明显扩大，将构成市场运行的总基调。根据最新的投入产出模型预测及综合各方面因素考虑，社会消费品零售额预计年平均增长 12%左右。从中长期看，湖北

省消费市场保持较快增长是完全有可能的。大部分农民正处于从温饱到小康的转化过程中，居民的消费水平并不高，耐用消费品拥有率也比较低，服务性消费的份额还较小。另外，湖北省经济现已步入新的发展时期，随着市场化程度的不断提高，内生经济增长的活力进一步增强，内需将会进一步扩大，消费政策、消费体制、消费环境也会得到进一步改进，这些都将为消费增长带来巨大潜力，国内市场将迎来新一轮消费热潮。

第一，随着建立和谐社会各项政策逐步到位，调整收入分配格局有利于城市居民购买力水平总体提高，从而促进消费需求的实现和市场规模的扩大。今后一段时期，国家将逐步完善社会保障体系，创建和谐社会，进一步完善城市居民最低生活保障制度，切实保障困难群体的基本生活，整顿和规范收入分配秩序，合理调整国民收入分配格局，有利于消费总水平的提高。

第二，农村市场可望得到较快增长。在建设社会主义新农村的大背景下，今后一段时期，国家继续加大“三农”的支持力度，改善农村生产生活条件，提高农业综合生产能力，促进粮食增产和农民增收，取消农业税，切实减轻农民负担和保护外出务工农民的合法权益，这些政策措施将有利于提高农村居民消费信心和农民收入的逐步提高，为农村市场发展提供坚实的基础，将会带动农村市场加速发展。

第三，控制投资总规模，调整投资与消费的关系有利于提高消费率。中央经济工作会议提出，要调整投资结构，努力增加城乡居民收入，提高购买力，完善消费政策，改善消费环境，培育和扩大消费热点，积极促进消费增长。这些政策将极大提高湖北省消费能力。湖北人均 GDP 已突破 1000 美元，这标志着湖北省居民的生活水平和生活质量步入了一个新的发展时期，促进城乡居民消费的空间更大了。消费率特别是居民消费率的提升将改变全省消费率水平长期偏低的状态。在经济增长中，消费需求具有非常重要的作用，在经济发展到一定阶段，支撑经济增长的投资需求和出口需求增长都将逐渐降低，而消费需求增长率则保持在一个较高的水平上，从而消费需求成为经济增长的主发动机。

第四，城市化进程的加快将带动消费需求的扩张。人口的自然增长必然将对消费需求产生一定程度的拉动作用。从人口城乡结构来看，随着城市化、城镇化进程的加快推进，2004 年全省城镇人口已经达到 2627.8 万人，占全省总人口的比例已经提高到 43.68%，比上年增加 53.1 万人，相当于增加了一个中等县市的人口。据专家预测，全国到 2010 年城市化水平将达到 45% 左右，湖北省将高于全国平均水平，城市人口的增长必然带动消费需求的增长。随着湖北省投资力度的加大和工业化进程的推进，必定会加快城市化进程，从而增加对水、电、路、通讯发展的巨大拉力，扩大消费需求新的增长空间。

第五，消费结构升级将促进消费需求的增长。国外一些国家的发展经验表明，当人均国民收入超过 1000 美元、恩格尔系数降至 40% 左右时，是居民消费行为和消费结构发生重要变化的关键阶段。湖北目前的人均 GDP 已超过 1000 美元，消费水平将会随着收入的增加而增加。城乡居民消费需求的重点和结构从传统的满足基本生活消费的温饱型开始向以追求提高生活质量和发展为主的小康型转变，围绕住、行和消费者身心发展与健康的消费支出开始成为消费需求的重点。

从房地产市场看，随着房价的逐步稳定和经济适用房建设规模的扩大，住房消费仍将保持高速增长。住房消费的增长将带动建材、装饰、家居、家电等相关领域消费的增长。

从汽车消费看，近两年，汽车才开始大量进入普通家庭，与电脑、移动电话等耐用消费品的拥有量相比有很大差距，而且，发达国家的发展也证实，汽车将拉动经济增长 20-30 多年，因此居民消费结构升级将在较长一段时间内支撑消费品市场增长。

通讯、信息消费进一步成为新的消费热点，手机消费仍将保持快速增长。

旅游消费成为消费热点。按照国际经验，人均 GDP 达到 800-1000 美元时，旅游消费将进入快速增长期。从旅游市场看，随着各级政府对旅游业扶持开发力度的加大，旅游业将成为湖北的一大优势产业、富民产业和生态产业，加上城乡居民收入水

平的不断提高，旅游休闲消费将日益成为人们日常生活的重要组成部分。旅游消费也将成为湖北省消费品市场的主要推动力量和新的消费亮点，对整个消费的拉动将逐渐增强。

餐饮消费正在兴起。餐饮消费的兴起，是经济发展和社会文明进步的又一个重要标志。在“十一五”时期，其发展速度将会更快。举家外出就餐已经不是什么新鲜事情了，将来在外就餐的频率将会更多，消费水平将会更高。

保健和健康消费起步。现在人们对健康越来越重视了，投入保健和健康方面的资金正在迅速增长。近年来，人们更加重视保健品和健康类商品的消费，特别是绿色食品备受欢迎。

此外，随着零售业的对外开放，各种便利、优惠、快捷的新兴业态和服务方式，以及消费环境的进一步优化都为消费提供了便利，也将给消费品市场的发展注入新的活力。现代流通方式的推进和流通体制改革的完善将为市场发展提供良好的外部环境。

四、发展对策与建议

随着国民经济的快速发展和城乡居民收入水平的不断提高，湖北省消费品市场发展的宏观环境日渐趋好。可以预见，“十一五”时期的消费品市场面临着巨大的发展机遇，但同时也面临着严峻的挑战。一是随着城乡居民消费升级步伐的加快，消费结构正处在变化的关键时期，如何满足居民日益增长的多层次、多样化的消费需求，已成为市场发展的关键。二是随着经济全球化步伐的加快，特别是零售业的全面对外开放，如何迎接挑战，重新构筑全省新型的商贸流通体系，加快流通产业结构调整 and 资源整合，提高市场竞争力，已成为流通工作的当务之急。三是市场规范化势在必行。加强立法和制度建设，加快与国际通行做法的接轨，也是当前的一项重要任务。因此，面对激烈的市场竞争和日益增长的市场需求，如何采取相应的对策措施，抓住发展机遇，应对挑战，我们认为重点要采取以下措施：

（一）千方百计扩大就业，增强消费者信心。就业是民生之本，是改善分配关系、缩小收入差距、实现共同富裕的重要前提。为增加城镇居民收入，要努力做好就业再就业工作，大力发展社区服务、餐饮等劳动密集型产业，鼓励中小企业和非公有制经济的发展。加强劳动职业培训，引导职工转变就业观念，发展灵活多样的就业方式。落实好最低工资制度，确保职工工资按时足额发放。要提供平等的就业机会。要彻底消除进城务工农民的歧视性政策和障碍，简化各种手续，防止乱收费。努力构建城乡统一的劳动力就业市场，为农民提供平等的就业机会，最大限度增加农民的非农收入，推进工业化和城镇化的大发展。

（二）努力提高居民收入，增强消费能力。消费是收入的函数，收入提高，必然会扩大消费需求，消费水平会相应提高。推动居民消费增长，要以科学发展观为指导，体现以人为本，着眼于改善人民生活，促进经济增长方式转变，实现经济社会发展的良性循环。通过发展农业生产、减轻农民负担、清理拖欠农民工工资等措施，使农民收入继续保持较快增长势头。加大对职工最低工资制度执行情况的检查力度，督促企业按时足额发放职工工资。进一步改革机关事业单位工资制度，完善公务员职级工资制度，推进国家公职人员福利待遇货币化，保证行政事业单位人员工资及时足额发放。使居民收入与经济同步增长，提高最终消费水平的重要物质基础。同时，要加大对低收入阶层的收入转移支付力度，缩小贫富差距。

（三）尽快完善社会保障体系，促进居民购买力的实现。社会保障制度的完善是改善人们消费取向，提高居民购买力实现程度的关键。继续巩固“两个确保”，规范和完善城市“低保”工作。扩大社会保险覆盖面，提高个体私营等非公有制企业的社会保险参保率，完善灵活就业人员的参保办法。完善社会统筹和个人账户相结合的基本养老保险制度。妥善解决关闭破产企业退休人员医疗保障问题。积极探索建立农村居民最低生活保障制度。要从社会保障体系上和各项政策措施上让居民对自己未来的利益保障心中有数，从而增强居民即期消费行为，增强居民消费信心。对于养老、医疗、就业等涉及城乡居民切身利益的改革，要建立公众参与机制，合理把握改革的力度和节奏，提高改革的科学性和透明度，避免居民负担过快加重，降低人们对未来预期的不确定性，促进居民购买力实现。

（四）处理好投资与消费的比例关系。解决投资率较高，投资与消费的结构失衡的问题，关键不在于简单地压投资，而在于通过积极地调整收入分配政策，切实不断提高各阶层居民的收入水平，使不断扩大消费建立在居民收入增长与经济增长相匹配的基础上，使消费增长真正成为拉动经济增长的主要动力。在宏观经济稳定快速增长的同时，使投资和消费的结构关系趋于合理。因此，必须重新认识消费对经济的重要作用，在制定国民经济发展规划和宏观调控政策等方面，坚持科学的发展观，坚持以人为本，将消费需求提到投资需求、出口需求的前面，放在政策的首位，尽快实现经济增长方式由投资拉动型向消费主导型的重大转变。

（五）加快建立健全社会信用体系，积极发展信贷消费。社会信用体系建设，要立足省情，借鉴国际经验，形成以道德为支撑、产权为基础、法律为保障的社会信用制度。“十五”时期，信贷消费虽然在湖北省一些经济发展较快的地区逐渐开展起来，但由于“门槛”较高，难入寻常百姓家庭，在整个消费品支出中所占份额很小。信贷消费发展潜力很大。利用信贷促进消费，要从改变居民消费观念入手，普及信贷消费知识，同时提高信贷消费吸引力，确定合理的利率水平，简化贷款手续，延长贷款年限，增加贷款种类，从而吸引更多的消费者利用信贷进行消费。

（六）大力发展消费品市场。适应消费需求发展趋势，搞好城乡零售市场的规划布局。合理布局城市商业中心，形成能够带动消费升级和创造都市商业氛围的消费中心。以小城镇建设为依托开拓农村消费品市场，鼓励各类投资主体投资农村商业设施建设，支持国内外大中型流通企业向小城镇延伸经营网络，采取直营连锁和特许经营等方式改造提升农村集贸市场和代销店，形成以县城为重点、乡镇为骨干、村为基础的农村消费品零售网络。加快发展“万村千乡”市场工程，建立新型农村市场流通网络，改善农村消费环境。加快发展贴近和方便居民生活的便利店、折扣店和中小型综合超市。发展专业性较强的家电、食品、建材等专业连锁超市。重视发展仓储式商场、专业店、专卖店等新的业态形式。适度发展大型综合超市，控制发展大型购物中心。

（七）继续培育和扩大新的消费增长点，激发大众消费热情。“十五”时期，住房、汽车、电子通讯、旅游等新消费热点的快速增长对推动消费结构升级和消费需求稳定增长发挥了重要作用。但从整体来看，?方面这些新的消费热点在整个消费中所占比重较小，另一方面还没有形成广泛的大众消费效应。为了进一步扩大消费需求，加快消费结构升级，必须继续努力培育和扩大新的消费增长点，发挥住房、汽车等新的消费热点在拉动消费结构升级中的重要作用。目前，要进一步改善消费环境，增加经济适用房的供给，满足广大中低收入者改善居住条件的需求。要尽快开放住房二级市场，活跃住房交易。控制部分城市住房价格的过快上涨。在城市住宅区规划中要考虑停车场的建设。制定鼓励经济型轿车使用和发展的有关政策。进一步扩大消费信贷，要重点发挥消费信贷对普通大众家庭的支持力度，使住房、汽车等消费热点大众化；尽可能地增长经济型住房（包括廉租房）的供给，激发中低收入阶层的购买能力。

（八）加大整顿和规范市场经济秩序的工作力度。加快研究制定规范市场的地方性法规和规章，加快商业诚信体系建设，尽快建立和完善统一公平、规范有序的市场体系，营造公平合理的竞争环境，保障消费者的合法权益。积极推进连锁经营、物流配送等新型流通业态的发展，研究解决跨地区发展连锁企业在税收、管理等方面的制约因素，积极稳妥地发展电子商务，扩大电子信息网络消费，加快流通现代化建设步伐。大力推进中部地区商贸圈的合作和发展，取长补短，加快培育大型流通企业集团，促进湖北市场做大做强。