

主要统计指标解释

社会消费品零售总额 指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团用于非生产、非经营用的实物商品金额，以及提供餐饮服务所取得的收入金额。个人包括城乡居民和入境人员，社会集团包括机关、社会团体、部队、学校、企事业单位、居委会或村委会等。

批发和零售业单位 指在流通环节主要从事商品批发活动和零售活动的单位（含法人单位、产业活动单位、个体经营户）。

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

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

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

连锁总店（总部） 负责连锁企业资源（商号、商誉、经营模式、服务标准、管理模式等）的开发、配置、控制或使用等功能的企业核心管理机构。连锁经营是指经营同类商品或服务，使用统一商号的若干店铺，在同一总店（总部）的管理下，采取统一采购或特许经营等方式，实现规模效益的组织形式，包括直营连锁、特许连锁和自愿连锁三种形式。直营连锁是指连锁店铺由连锁公司全资或控股开设，在总部的直接控制下，开展统一经营的连锁经营形式；特许连锁是指拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业（特许人），以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者（被特许人）使用，被特许人按合同约定在统一的经营模式下开展经营，并向特许人支付特许经营费用的连锁经营形式；自愿连锁是指若干个店铺或企业自愿组合起来，在不改变各自资产所有权关系的情况下，以同一个品牌形象面对消费者，以共同进货为纽带开展的连锁经营形式。

连锁门店 在连锁企业经营管理的基础上，按照总店

（总部）的指示和服务规范要求，承担日常销售业务的店铺，称连锁门店，包括直营店（控股店）和加盟店。

（1）直营店（控股店）是指由连锁企业总部投资开设，按连锁经营管理模式，由总部统一管理的店铺。

（2）加盟店是指在特许连锁中，被特许人获得特许人授权后，使用其商标、商号、经营模式、专利和专有技术等经营资源建立的店铺，也包括自愿连锁的成员店。

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

餐饮业单位 指在一定场所，专门从事对食物进行现场烹饪、调制，并出售给顾客主要供现场消费服务活动的单位（含法人单位、产业活动单位、个体经营户）。如各种饭馆、中西餐厅、酒馆、茶馆和火车餐车、车站食堂、飞机场餐厅等。

住宿业单位 指有偿为顾客提供临时住宿服务活动的单位（含法人单位、产业活动单位、个体经营户）。如旅游饭店、宾馆、酒店和旅馆、旅店等。

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

消费者信心指数 消费者信心指数是反映消费者信心强弱的指标；它通过调查获取消费者对当前及未来一段时期就业状况、收入水平和消费意愿的主观判断和心理感受，以数学方法对其量化编制而成；是预测经济走势和消费趋向的一个先行指标，是监测经济周期变化的重要依据。消费者信心指数由消费者满意指数和消费者预期指数构成。其中消费者满意指数反映了消费者对当前经济生活的评价；消费者预期指数反映了消费者对未来一段时期经济前景发展变化的预期。

指数取值介于 0 和 200 之间，100 为指数强弱临界点，指数超过 100，表明消费者信心处于强信心区，数值由 100 趋近 200，表明消费者信心逐渐增强；反之，指数小于 100 时，表示消费者信心处于弱信心区，数值由 100 趋近 0，表明消费者信心逐渐减弱。