

# 2017-2022年中国零售市场 全景调查与投资风险报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国零售市场全景调查与投资风险报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/D04382S9BV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

随着 2014 年全球经济发展分化，全球零售市场也呈现出了不同的发展态势。美国经济持续走强带动了北美地区的零售市场发展，综合来看北美地区企业在全全球零售 250 强中占据 87 个席位，87 家公司的销售收入在 2014 年同比增长 5.2%，但是由于受到其他经济因素的影响，企业利润增长面对压力，平均综合净利润率仅为 3.1%，同时 87 家公司中超过一半的公司都出现了亏损或者利润下滑的情况，经营业绩出现分化。从总销售额来看，虽然公司数量上欧洲地区以 93 家公司上榜位列第一，但是北美地区企业在全全球零售前 250 强中占比仍旧最大。欧洲零售市场由于受到欧洲经济疲软的影响，93 家公司的营业收入增长仅为 2.1%，下降到五年来最低水平，并成为五大地区中增速垫底的地区，英国公司集体疲软。93 家公司中 30% 的公司出现衰退，30% 的公司虽然保持增长但是增速有所下降。欧洲地区企业的利润率仅为 2.4%，为全部地区中最低，93 家公司中 10% 的公司出现亏损，43% 的公司利润下滑。在日本零售市场影响下，虽然中国和香港的零售企业营收增长较快，但是亚太市场整体营收增速出现滞后，全年营收增长为 5.8%。该地区净利润率 2.6%，虽然大部分公司盈利但是一半以上公司出现利润负增长。拉美和非洲/中东地区不仅营收增长最快，分别为 8.5% 和 19.4%，利润率在五个地区中最高，分别为 3.8% 和 5.6%，体现了新兴市场的潜力。

各地区零售产业发展情况

各地区零售销量占比

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国零售市场全景调查与投资风险报告》共十五章。首先介绍了零售行业市场发展环境、零售整体运行态势等，接着分析了零售行业市场运行的现状，然后介绍了零售市场竞争格局。随后，报告对零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售行业发展趋势与投资预测。您若想对零售产业有个系统的了解或者想投资零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 零售业相关概述

1.1 零售业简介

- 1.1.1 零售业的定义
- 1.1.2 零售业的形式
- 1.1.3 零售贸易的特征
- 1.1.4 零售贸易的功能
- 1.2 零售业的准入条件
  - 1.2.1 注册登记条件
  - 1.2.2 资金条件
  - 1.2.3 技术及设备条件
- 1.3 零售业的产业特点
  - 1.3.1 行业生产要素特征
  - 1.3.2 行业的周期性特征
  - 1.3.3 行业的季节性特征
- 1.4 零售业的业态概述
  - 1.4.1 划分标准及定义
  - 1.4.2 基本业态介绍
  - 1.4.3 发展规律分析

## 第二章 中国零售业发展规划背景分析

- 2.1 宏观经济环境
    - 2.1.1 全球经济现状
    - 2.1.2 中国经济现状
    - 2.1.3 经济发展趋势
  - 2.2 政策环境
    - 2.2.1 流通体制改革
    - 2.2.2 放开二孩政策
    - 2.2.3 成立无店铺零售业组织
    - 2.2.4 支持实体零售O2O转型
  - 2.3 社会环境
    - 2.3.1 人口结构变化
    - 2.3.2 城镇化进程加快
- 城镇化进程

- 2.3.3 互联网浪潮涌起
- 2.3.4 新生代消费群体兴起
- 2.4 关联产业环境
  - 2.4.1 零售业和物流业
  - 2.4.2 零售业和商业地产
  - 2.4.3 零售业和逆向物流

### 第三章 2014-2016年中国零售业发展全方位剖析

- 3.1 中国零售业发展总况
  - 3.1.1 行业发展进程
  - 3.1.2 行业发展特征
  - 3.1.3 行业发展动态
  - 3.1.4 行业发展趋势
- 3.2 2014-2016年中国零售业发展现状综合分析
  - 3.2.1 2014年行业运行状况
  - 3.2.2 2014年行业资本并购分析
  - 3.2.3 2015年行业运行状况
  - 3.2.4 2015年行业资本并购分析
  - 3.2.5 2015年企业运营状况
  - 3.2.6 2016年行业运行状况
- 3.3 2014-2016年中国网络零售业发展状况分析
  - 3.3.1 行业发展概况
  - 3.3.2 行业发展进程
  - 3.3.3 行业发展现状
  - 2014年各地区零售产业发展情况
  - 3.3.4 行业竞争优势
- 3.4 2014-2016年中国农村零售业发展探析
  - 3.4.1 行业发展概况
  - 3.4.2 行业发展历程
  - 3.4.3 行业发展现状
  - 3.4.4 行业连锁经营状况

### 3.5 中国零售行业发展的SWOT分析

#### 3.5.1 优势 (Strength)

#### 3.5.2 劣势 (Weakness)

#### 3.5.3 机会 (Opportunity)

#### 3.5.4 威胁 (Threat)

### 3.6 未来中国零售业的主要方向

#### 3.6.1 业态多元化

#### 3.6.2 市场定位科学化

#### 3.6.3 经营方式特色化

#### 3.6.4 管理手段现代化

#### 3.6.5 自助购物普及化

#### 3.6.6 企业发展规模化

#### 3.6.7 企业经营国际化

## 第四章 2014-2016年零售业态之：超市业分析

### 4.1 2014-2016年超市行业发展概况

#### 4.1.1 超市行业概述

#### 4.1.2 市场发展规模

#### 4.1.3 市场竞争格局

#### 4.1.4 区域发展形势

#### 4.1.5 网上超市发展

#### 4.1.6 连锁超市信息化

### 4.2 超市的经营管理

#### 4.2.1 经营的五个不平等

#### 4.2.2 超市管理的关键点

#### 4.2.3 零售超市经营策略

#### 4.2.4 高校超市经营策略

#### 4.2.5 人力资源管理误区

### 4.3 连锁超市市场营销策略

#### 4.3.1 市场营销SWOT分析

#### 4.3.2 农村连锁超市的发展

#### 4.3.3 生鲜连锁超市的发展

- 4.3.4 发展存在的主要问题
- 4.3.5 市场营销的策略选择
- 4.4 中小超市的竞争战略策略选择
  - 4.4.1 发展优势分析
  - 4.4.2 发展劣势情况
  - 4.4.3 企业战略定位
  - 4.4.4 竞争策略选择
- 4.5 超市的发展趋势
  - 4.5.1 未来发展方向
  - 4.5.2 行业发展趋势
  - 4.5.3 农村超市前景

## 第五章 2014-2016年零售业态之：便利店分析

- 5.1 世界部分国家或地区的便利店分析
  - 5.1.1 全球主要地区形势
  - 5.1.2 美国便利店的发展
  - 5.1.3 日本便利店发展分析
  - 5.1.4 韩国便利店发展现状
  - 5.1.5 台湾地区便利店行业浅析
- 5.2 中国便利店的发展概况
  - 5.2.1 市场发展特点
  - 5.2.2 主要经营特征
  - 5.2.3 区域发展格局
  - 5.2.4 便利店物流模式
- 5.3 我国便利店发展形势分析
  - 5.3.1 行业发展优势
  - 5.3.2 行业发展劣势
  - 5.3.3 未来发展机会
  - 5.3.4 发展面临威胁
- 5.4 便利店的投资分析
  - 5.4.1 产业发展必要
  - 5.4.2 市场定位分析

- 5.4.3 赢利基础分析
- 5.4.4 投资规划建议
- 5.4.5 投资前景看好
- 5.5 中国便利店发展存在的问题及对策
  - 5.5.1 发展面临挑战
  - 5.5.2 产业发展建议
  - 5.5.3 经营策略分析
- 5.6 便利店的前景和趋势
  - 5.6.1 发展前景广阔
  - 5.6.2 市场发展机遇
  - 5.6.3 核心发展趋势

## 第六章 2014-2016年零售业态之：购物中心分析

- 6.1 世界部分国家或地区的购物中心分析
  - 6.1.1 美国购物中心
  - 6.1.2 德国购物中心
  - 6.1.3 日本购物中心
  - 6.1.4 东南亚购物中心
- 6.2 2014-2016年中国的购物中心分析
  - 6.2.1 行业发展回顾
  - 6.2.2 发展驱动因素
  - 6.2.3 市场利弊分析
  - 6.2.4 O2O经营模式
  - 6.2.5 社区购物中心
  - 6.2.6 未来发展趋势
- 6.3 区域发展情况分析
  - 6.3.1 区域发展总况
  - 6.3.2 华东地区发展
  - 6.3.3 华南地区发展
  - 6.3.4 华中地区发展
  - 6.3.5 华北地区发展
  - 6.3.6 西南地区发展



## 6.4 国内典型城市购物中心开发情况

### 6.4.1 典型城市开发情况

### 6.4.2 一线城市开发情况

### 6.4.3 二线城市开发情况

### 6.4.4 三线城市开发情况

## 6.5 购物中心的设计

### 6.5.1 景观规划设计

### 6.5.2 本体建筑设计

### 6.5.3 消防系统设计

### 6.5.4 照明系统设计

### 6.5.5 区域购物中心规划

## 6.6 购物中心发展面临的问题

### 6.6.1 规模过于庞大

### 6.6.2 发展定位模糊

### 6.6.3 人才资源匮乏

### 6.6.4 项目缺乏创新

### 6.6.5 经营方式单一

## 6.7 中国购物中心的发展建议

### 6.7.1 大型购物中心发展对策

### 6.7.2 购物中心转型突破思路

### 6.7.3 购物中心零售营销策略

### 6.7.4 购物中心招商引资策略

## 第七章 2014-2016年零售业态之：百货店业分析

### 7.1 中国百货店业发展概况

#### 7.1.1 百货行业发展特点

#### 7.1.2 百货业的本土优势

#### 7.1.3 外资百货在华发展

#### 7.1.4 百货行业逆境求生

#### 7.1.5 百货业的物业模式

#### 7.1.6 百货业的发展趋势

### 7.2 2014-2016年中国百货行业运行分析

- 7.2.1 2014年百货行业发展态势
- 7.2.2 2014年连锁百货经营业绩
- 7.2.3 2015年百货行业效益分析
- 7.2.4 2015年百货行业运行特征
- 7.2.5 2016年百货行业转型升级
- 7.3 百货业供应商关系管理探析
  - 7.3.1 百货业供应商关系管理简述
  - 7.3.2 百货业供应商关系管理的作用
  - 7.3.3 传统百货加强与轻奢品牌合作
  - 7.3.4 百货业与供应商合作模式变革
  - 7.3.5 百货业供应商关系管理的问题
  - 7.3.6 百货业供应商管理的发展趋势
- 7.4 百货行业营销策略分析
  - 7.4.1 百货店常用的促销手段
  - 7.4.2 百货商场营销的主要因素
  - 7.4.3 百货行业多元化营销模式
  - 7.4.4 价格战成百货店营销误区
  - 7.4.5 百货行业促销推广建议
- 7.5 大型百货店运营分析
  - 7.5.1 大型百货定位模式探析
  - 7.5.2 大型百货的内部准入条件
  - 7.5.3 大型百货服务质量的要素
  - 7.5.4 大型百货店发展面临的挑战
  - 7.5.5 大型百货店的转型发展策略
- 7.6 百货行业面临的挑战及发展对策
  - 7.6.1 百货业存在的主要问题
  - 7.6.2 百货行业转型迫在眉睫
  - 7.6.3 百货业竞争力提升策略
  - 7.6.4 传统百货企业创新策略

## 第八章 2014-2016年其他零售业态分析

### 8.1 大卖场

- 8.1.1 大卖场业态概述
- 8.1.2 大卖场行业运营现状
- 8.1.3 大卖场巨头谋求转型
- 8.1.4 大卖场企业战略调整
- 8.1.5 外资大卖场在华布局
- 8.1.6 大卖场竞争对手分析
- 8.1.7 大卖场营销策略创新
- 8.2 仓储式商场
  - 8.2.1 仓储式商场发展历史
  - 8.2.2 仓储式商场经营分析
  - 8.2.3 仓储式商场营销特征
  - 8.2.4 仓储式商场制约因素
  - 8.2.5 仓储式商场发展策略
- 8.3 专业店
  - 8.3.1 专业店的变迁过程
  - 8.3.2 专业店业态的发展
  - 8.3.3 专业店的经营特色
  - 8.3.4 国内专业店发展升温
  - 8.3.5 专业店运营管理策略
- 8.4 专卖店
  - 8.4.1 专卖店特点及影响因素
  - 8.4.2 传统专卖店面临转型
  - 8.4.3 对专卖店营销的思考
  - 8.4.4 专卖店运营策略建议

## 第九章 2014-2016年主要商品零售市场发展分析

- 9.1 服装市场
  - 9.1.1 中国服装行业不断发展壮大
  - 9.1.2 国内服装零售市场发展规模
  - 9.1.3 2015年服装零售市场特征
  - 9.1.4 2016年服装零售市场动态
  - 9.1.5 服装零售线上线下渠道比较

- 9.1.6 服装零售市场消费需求分析
- 9.1.7 服装零售市场未来发展趋势
- 9.2 家电市场
  - 9.2.1 我国家电行业持续平稳增长
  - 9.2.2 2015年家电零售市场规模
  - 9.2.3 2016年家电零售市场动态
  - 9.2.4 家电零售市场盈利模式分析
  - 9.2.5 家电零售电商渠道竞争格局
  - 9.2.6 家电零售市场未来发展趋势
- 9.3 汽车市场
  - 9.3.1 2014年汽车市场产销规模
  - 9.3.2 2015年汽车市场产销规模
  - 9.3.3 2016年汽车市场产销规模
  - 9.3.4 政策鼓励汽车销售多样化
  - 9.3.5 二手车销售市场商业模式
  - 9.3.6 汽车零售市场未来发展趋势
- 9.4 食品市场
  - 9.4.1 中国食品工业发展规模
  - 9.4.2 食品零售市场运行特征
  - 9.4.3 食品零售市场价格走势
  - 9.4.4 食品电商市场发展模式
  - 9.4.5 食品消费未来分化趋势
- 9.5 化妆品市场
  - 9.5.1 化妆品终端零售市场特点
  - 9.5.2 化妆品零售市场发展规模
  - 9.5.3 化妆品零售市场渠道分析
  - 9.5.4 化妆品网购市场快速崛起
  - 9.5.5 化妆品零售市场前景展望

## 第十章 2014-2016年中国重点城市零售行业发展状况

### 10.1 北京

#### 10.1.1 北京零售业发展成就

- 10.1.2 北京零售业市场结构
- 10.1.3 北京社会消费品零售状况
- 10.1.4 北京居民消费水平分析
- 10.1.5 北京零售企业经营状况
- 10.1.6 北京零售业发展动态
- 10.1.7 北京市零售业发展方向
- 10.2 上海
  - 10.2.1 上海经济总体运行情况
  - 10.2.2 上海社会消费品零售状况
  - 10.2.3 上海居民消费水平分析
  - 10.2.4 上海零售企业经营状况
  - 10.2.5 上海零售业发展动态
  - 10.2.6 上海零售商场发展方向
- 10.3 广州
  - 10.3.1 广州经济总体运行分析
  - 10.3.2 广州零售业发展成就
  - 10.3.3 广州社会消费品零售状况
  - 10.3.4 广州居民消费水平分析
  - 10.3.5 广州实体零售转型升级
- 10.4 深圳
  - 10.4.1 深圳经济总体运行分析
  - 10.4.2 深圳社会消费品零售状况
  - 10.4.3 深圳居民消费水平分析
  - 10.4.4 深圳零售业客户满意度分析
  - 10.4.5 深圳零售业创新商业模式
  - 10.4.6 深圳零售市场发展格局
  - 10.4.7 深圳零售业发展策略
  - 10.4.8 深圳零售业发展机遇
- 10.5 成都
  - 10.5.1 成都经济总体运行情况
  - 10.5.2 成都社会消费品零售状况
  - 10.5.3 成都居民消费水平分析

- 10.5.4 成都零售业发展现状
- 10.5.5 成都零售业发展格局
- 10.5.6 成都零售业发展前景

## 第十一章 中国主要零售商业圈分析

### 11.1 北京主要零售商业圈

- 11.1.1 王府井商圈
- 11.1.2 西单商圈
- 11.1.3 中关村商圈
- 11.1.4 公主坟商圈
- 11.1.5 CBD商圈

### 11.2 上海主要零售商业圈

- 11.2.1 南京西路商圈
- 11.2.2 徐家汇商圈
- 11.2.3 南京东路商圈
- 11.2.4 陆家嘴商圈
- 11.2.5 五角场商圈
- 11.2.6 四川北路商圈

### 11.3 广州主要零售商业圈

- 11.3.1 天河路商圈
- 11.3.2 珠江新城商圈
- 11.3.3 白云新城商圈
- 11.3.4 市桥南商圈
- 11.3.5 万博商圈

### 11.4 深圳主要零售商业圈

- 11.4.1 东门商圈
- 11.4.2 深南中商圈
- 11.4.3 华强北商圈
- 11.4.4 南山商圈
- 11.4.5 宝安中心商圈

### 11.5 武汉主要零售商业圈

- 11.5.1 武广商圈

- 11.5.2 徐东商圈
- 11.5.3 中南商圈
- 11.5.4 光谷商圈
- 11.5.5 街道口商圈
- 11.5.6 江汉路商圈
- 11.5.7 钟家村商圈

## 第十二章 中国零售业电子商务的发展

- 12.1 中国电子商务全面分析
  - 12.1.1 我国电子商务发展历程回顾
  - 12.1.2 我国电子商务行业发展现状
  - 12.1.3 我国电子商务行业结构分析
  - 12.1.4 我国电子商务行业发展问题
  - 12.1.5 我国电子商务行业发展策略
  - 12.1.6 我国电子商务“十三五”发展方向
- 12.2 传统零售业与电子商务
  - 12.2.1 电子商务对传统零售业的影响
  - 12.2.2 传统零售业发展电子商务的原则
  - 12.2.3 传统零售业转型的机遇与挑战
  - 12.2.4 我国发展零售业电子商务对策
  - 12.2.5 电子商务环境下传统零售业发展趋势
- 12.3 2014-2016年中国网络零售市场规模分析
  - 12.3.1 市场交易规模
  - 12.3.2 市场份额分析
  - 12.3.3 网购用户规模

## 第十三章 2014-2016年中国重点零售企业运营状况分析

- 13.1 苏宁云商集团股份有限公司
  - 13.1.1 企业发展概况
  - 13.1.2 经营效益分析
  - 13.1.3 业务经营分析
  - 13.1.4 财务状况分析

- 13.1.5 未来前景展望
- 13.2 王府井集团股份有限公司
  - 13.2.1 企业发展概况
  - 13.2.2 经营效益分析
  - 13.2.3 业务经营分析
  - 13.2.4 财务状况分析
  - 13.2.5 未来前景展望
- 13.3 上海新世界股份有限公司
  - 13.3.1 企业发展概况
  - 13.3.2 经营效益分析
  - 13.3.3 业务经营分析
  - 13.3.4 财务状况分析
  - 13.3.5 未来前景展望
- 13.4 广州市广百股份有限公司
  - 13.4.1 企业发展概况
  - 13.4.2 经营效益分析
  - 13.4.3 业务经营分析
  - 13.4.4 财务状况分析
  - 13.4.5 未来前景展望
- 13.5 重庆百货大楼股份有限公司
  - 13.5.1 企业发展概况
  - 13.5.2 经营效益分析
  - 13.5.3 业务经营分析
  - 13.5.4 财务状况分析
  - 13.5.5 未来前景展望
- 13.6 广州友谊集团股份有限公司
  - 13.6.1 企业发展概况
  - 13.6.2 经营效益分析
  - 13.6.3 业务经营分析
  - 13.6.4 财务状况分析
  - 13.6.5 未来前景展望
- 13.7 上市公司财务比较



- 13.7.1 盈利能力分析
- 13.7.2 成长能力分析
- 13.7.3 营运能力分析
- 13.7.4 偿债能力分析

## 第十四章 中国零售业面临的挑战及发展建议

### 14.1 中国零售业发展与国外的差距

- 14.1.1 经营规模的差距
- 14.1.2 业态选择的差距
- 14.1.3 经营效率的差距
- 14.1.4 信息化水平的差距

### 14.2 中国零售业存在的问题

- 14.2.1 行业面临的环境挑战
- 14.2.2 行业区域结构失衡
- 14.2.3 企业运营面临的问题
- 14.2.4 企业规模扩张瓶颈
- 14.2.5 市场竞争弊端分析

### 14.3 国内农村零售业存在的主要问题

- 14.3.1 网点规模小
- 14.3.2 基础设施落后
- 14.3.3 服务水平低
- 14.3.4 零售商品的局限性
- 14.3.5 进货渠道欠缺规划

### 14.4 中国零售业的发展战略

- 14.4.1 实施O2O战略
- 14.4.2 采取多样化业态
- 14.4.3 完善零售供应链
- 14.4.4 扩大企业的规模
- 14.4.5 提升管理水平
- 14.4.6 加强人才培养

### 14.5 我国农村零售业发展的策略

- 14.5.1 增加农民收入

- 14.5.2 零售业态创新
- 14.5.3 发展农村连锁经营
- 14.5.4 开拓农村零售市场
- 14.5.5 创建完善引资环境
- 14.5.6 加强法律知识普及

## 第十五章 零售业政策方向及规划建议 (ZY GXH)

- 15.1 中国零售业的行业管理体系解析
  - 15.1.1 行业主管部门
  - 15.1.2 行业主要法规
  - 15.1.3 行业主要政策
- 15.2 中国零售行业相关新政策解析
  - 15.2.1 推进商贸流通创新发展
  - 15.2.2 “互联网+流通”行动计划
  - 15.2.3 购物中心等级划分规范
  - 15.2.4 网络交易管理办法
- 15.3 我国促进零售业发展的政策措施
  - 15.3.1 建立健全商业法律体系
  - 15.3.2 促进城乡市场协调发展
  - 15.3.3 推进商业城新体系建设
  - 15.3.4 加快零售企业的改革步伐
- 15.4 中国零售业发展规划探析
  - 15.4.1 已启动行业“十三五”规划编制
  - 15.4.2 2016年电子商务工作规划 (ZY GXH)

### 图表目录：

- 图表1 人均GNP与业态的关系
- 图表2 2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表3 2005-2014年全国粮食产量
- 图表4 2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表5 2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表6 2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

- 图表7 2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表8 2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表9 2011-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表10 2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表11 2015年年末人口数及其构成
- 图表12 2011-2015年城镇新增就业人数
- 图表13 2011-2015年全员劳动生产率
- 图表14 2015年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表15 2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度
- 图表16 2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
- 图表17 2011-2015年全国一般公共预算收入
- 图表18 2011-2015年粮食产量
- 图表19 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度
- 图表20 2011-2015年全社会固定资产投资
- 图表21 2011-2015年社会消费品零售总额
- 图表22 2011-2015年货物进出口总额
- 图表23 2014 -2016年中国GDP同比增速
- 图表24 2015年-2016年社会消费品零售总额同比增长
- 图表25 2015-2016年中国实际使用外资情况
- 图表26 2014-2016年中国宏观经济主要指标
- 图表27 中国社会消费品零售总额及增长率
- 图表28 连锁百强零售总额及占社会消费品零售总额比率
- 图表29 样本企业销售额增幅分布
- 图表30 样本企业毛利额增幅分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/D04382S9BV.html>