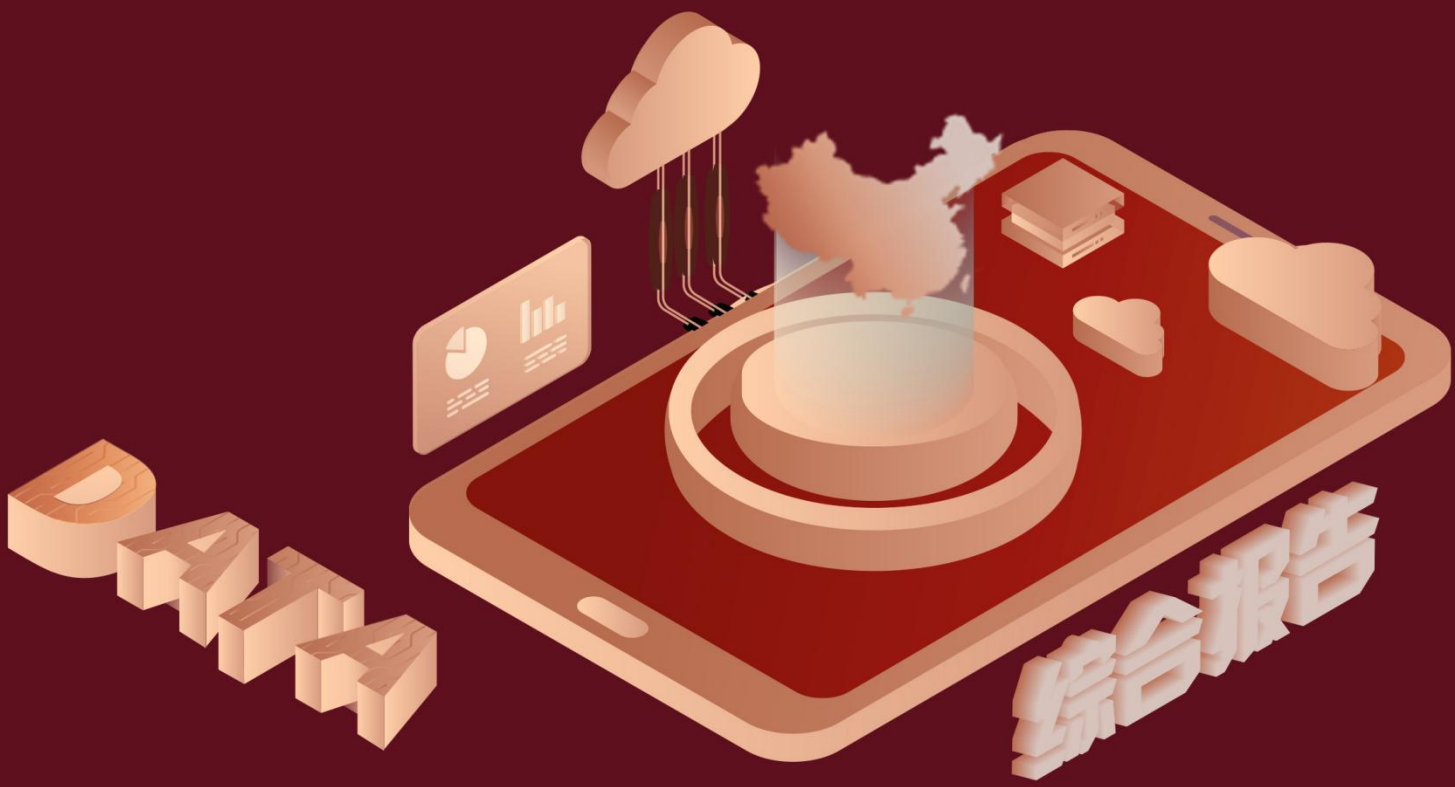
智研宝

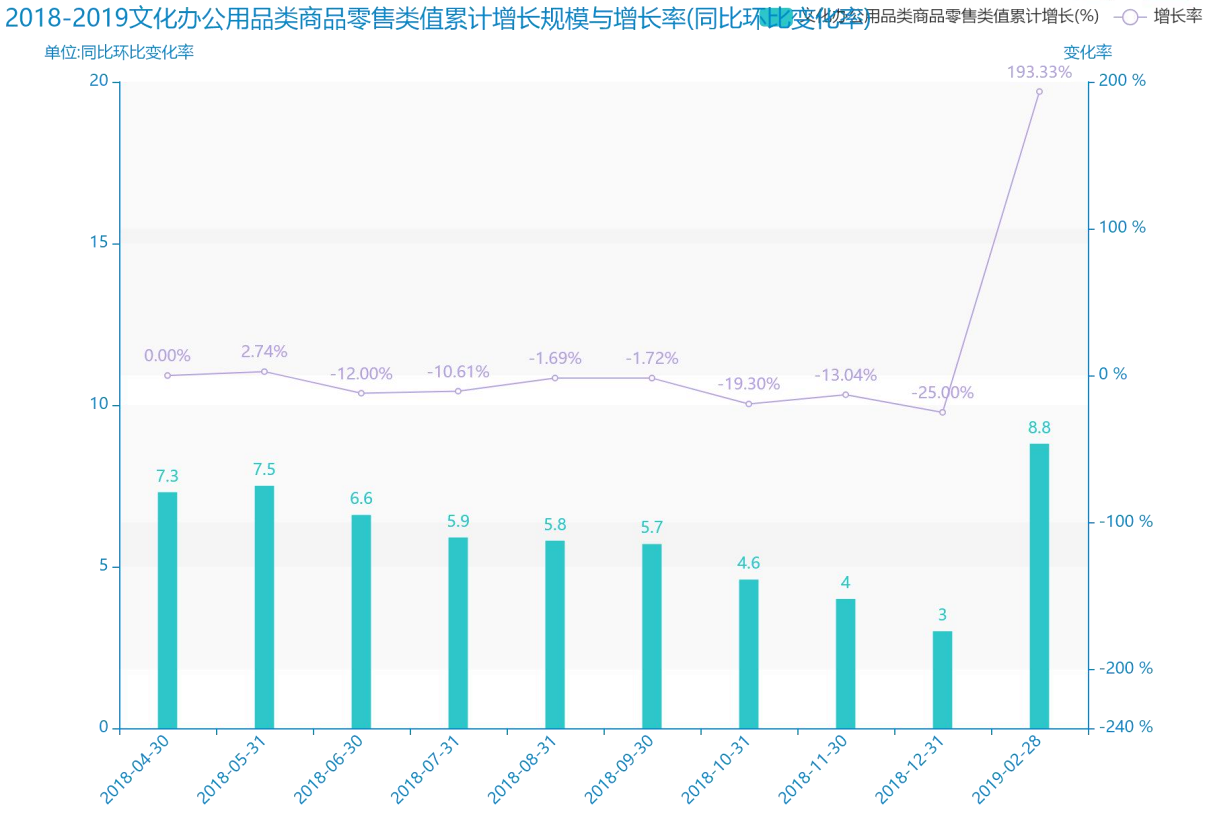
2019 年二月份关于文化办公用品类的数据分析报告（预览版）



亚当·斯密曾提出：“消费是所有生产的唯一目的”。而在中国，只有不到一半的产出用于消费，2006 年中国的最终消费率只有 49.9%。在国民经济核算中，储蓄是可支配收入减去消费的差额，因此，对储蓄的研究就相当于对消费的研究，两者其实讨论的是同一个问题。居民储蓄存款的变动直接受到可支配收入和储蓄率的影响，而储蓄率的变化受到以下因素的影响：通货膨胀率以及通货膨胀预期造成实际利率的变化，居民消费支出、房地产投资、金融投资收益及渠道的变化。

随着经济社会的发展，在大数据的社会，人们对文化办公用品类商品零售类值累计增长的关注程度也越来越高。从平均值角度来讲，在****，文化办公用品类商品零售类值累计增长平均值为****同比环比变化率。****，文化办公用品类商品零售类值累计增长为****同比环比变化率，该指标在****同期为****同比环比变化率。与****同期相比****了****同比环比变化率，同比********，****规模较为****，增长率较上一年度********%。平均增长率为****，其中增长率最大可以达到****。根据****中文化办公用品类商品零售类值累计增长的统计数据，从变化率的角度来看，可以直观的得出，自从****以来，文化办公用品类商品零售类值累计增长经历了一定程度的****，****相比于****，****了****同比环比变化率。

智研宝



试读已结束，扫描下方二维码，即可解锁打星内容及文章剩余部分

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=2_11896