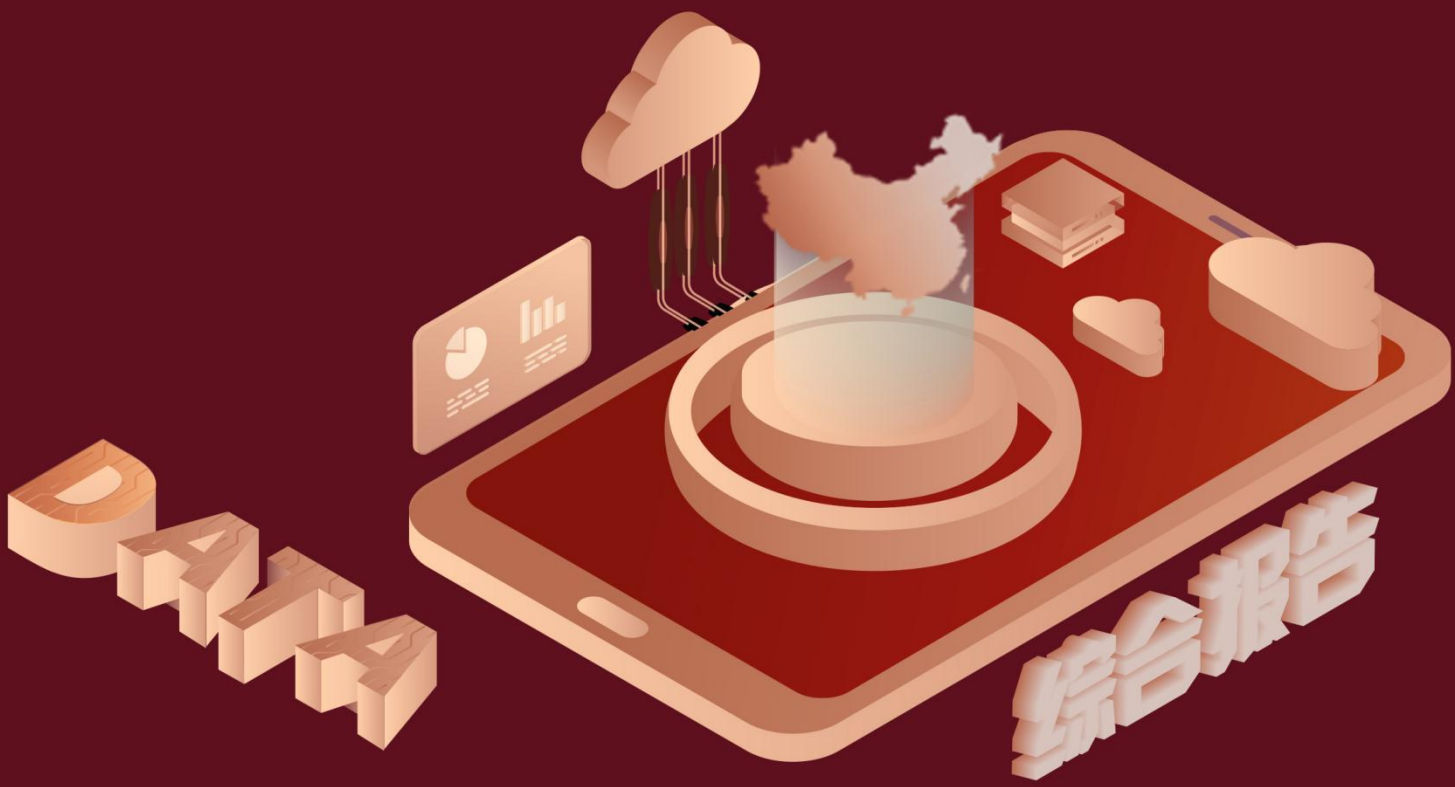
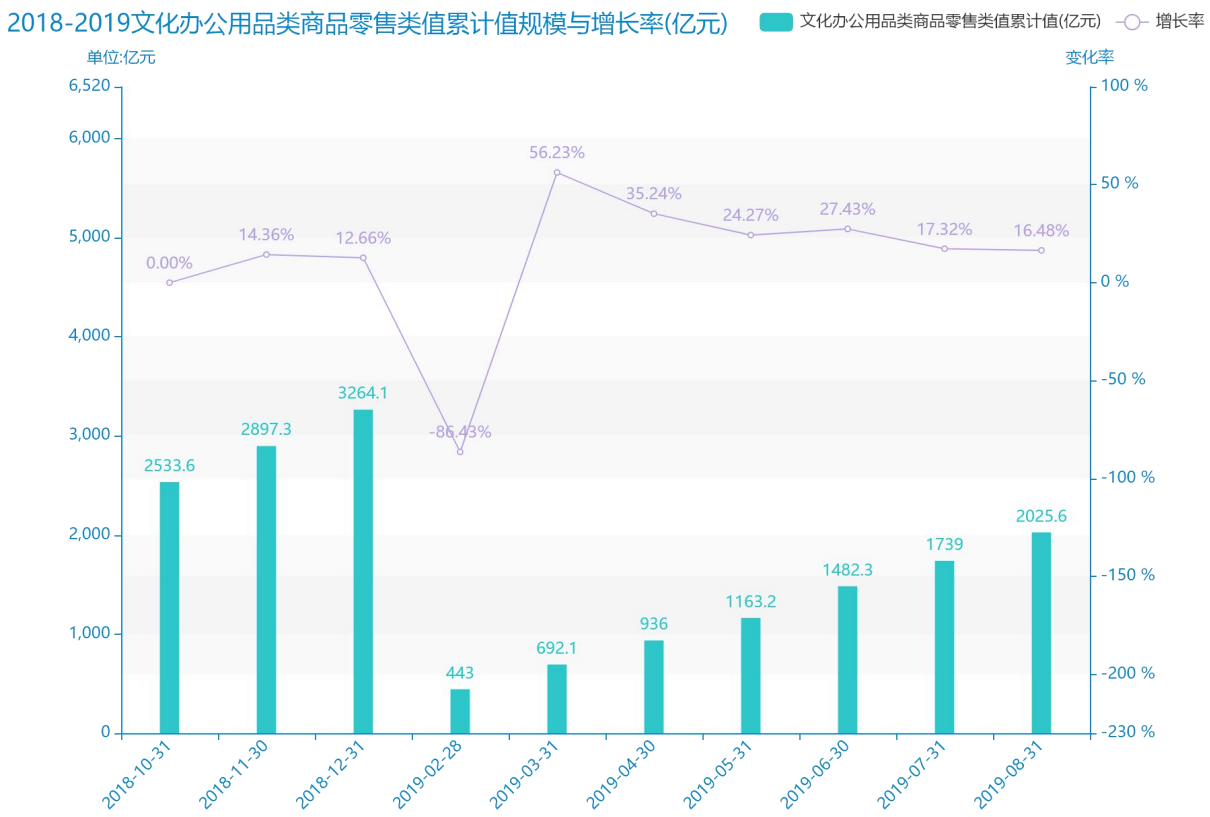
智研宝

2019 年八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。

与历史数据相比，****文化办公用品类商品零售类值累计值为****亿元，该指标在****同期为****亿元，与****同期相比****了****亿元，同比********，****规模****，增长率较上一年度********%。****间，文化办公用品类商品零售类值累计值由****亿元变为****亿元，文化办公用品类商品零售类值累计值平均值为****亿元，平均增长率为**** ，****年增长最快，增长率为****；****年增长最慢，增长率为****。



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_11934