

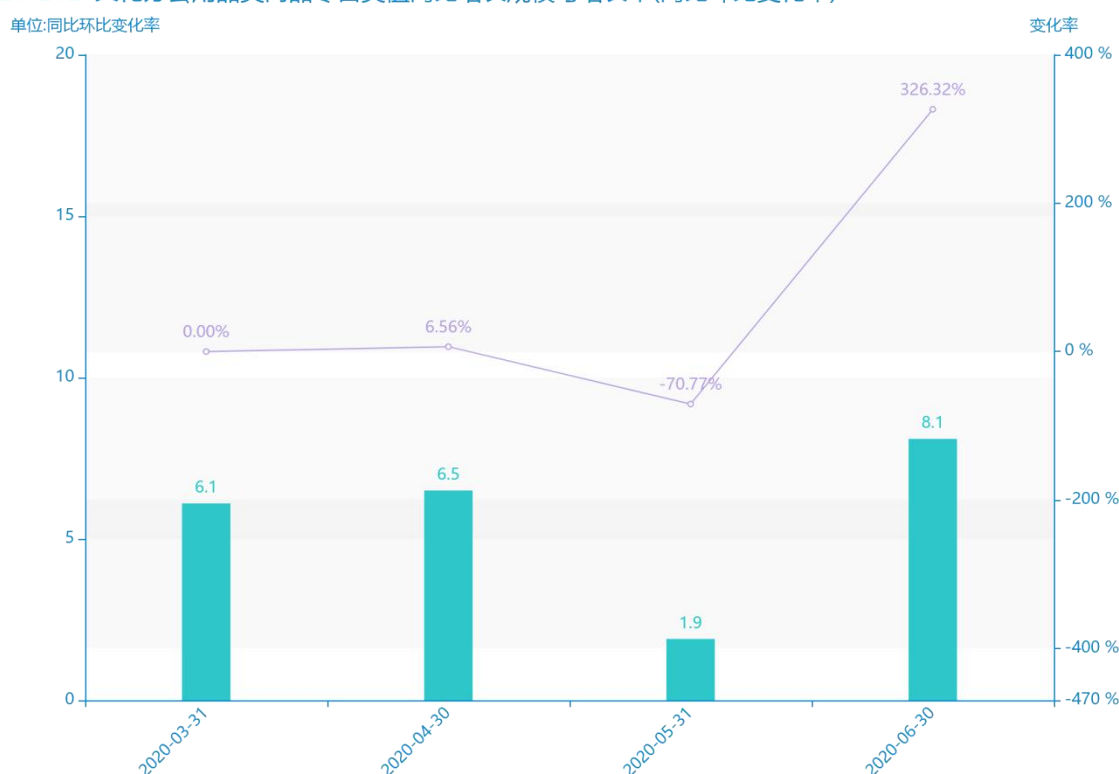
2020 年六月份关于文化办公用品类的数据分析报告 (预览版)



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。

文化办公用品类商品零售类值同比增长是国内消费所需要考察的一个重要指标，通常对此产生不可忽略的作用。由最新更新的数据显示，最近三年文化办公用品类商品零售类值同比增长的数据呈现****趋势。由具体数据来看，****该指标的数据为****同比环比变化率，****该指标的数据为****同比环比变化率，****该指标的数据为****同比环比变化率。这三年的变化率为****，相对来说变化速率较为****。同时，我们可以从这三年的统计数据得出，该指标的平均值为****同比环比变化率。

2020-2020文化办公用品类商品零售类值同比增长规模与增长率(同比环比变化率) 单位:同比环比变化率



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_11998

