

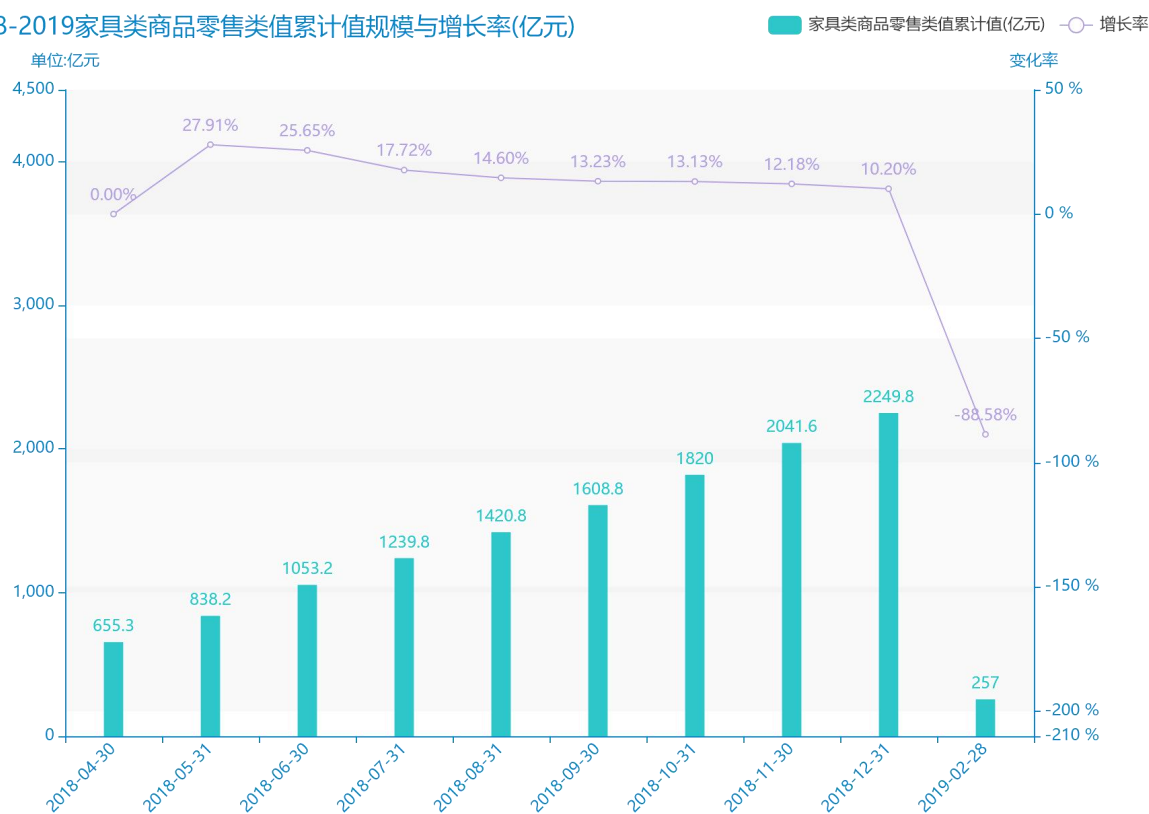
2019 年二月份关于家居类的数据分析报告（预览版）



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。

从具体数据来看，2018年家具类商品零售类值累计值为2249.8亿元，该指标在2018年同期为2041.6亿元，与2017年同期相比增加了208.2亿元，同比增长率10.20%，2018年规模2249.8亿元，增长率较上一年度下降88.58%。2018-2019期间，家具类商品零售类值累计值由655.3亿元变为2249.8亿元，家具类商品零售类值累计值平均值为1452.55亿元，平均增长率为17.72%，2018-05-31年增长最快，增长率为27.91%；2019-02-28年增长最慢，增长率为-88.58%。

2018-2019家具类商品零售类值累计值规模与增长率(亿元)



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_12679

