

2015-2020年中国批发业市场监测及投资方向研究 报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国批发业市场监测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201508/338582.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

批发零售业是社会化大生产过程中的重要环节，是决定经济运行速度、质量和效益的引导性力量，是我国市场化程度最高、竞争最为激烈的行业之一。目前，从宏观经济走势来看，居民收入水平整体上处于较快上升阶段。从长远来看，我国居民消费无论是从总量上，还是从结构上都有相当大的发展空间，这为我国批发零售行业的发展提供了良好的中长期宏观环境。

批发业是指批发商向批发、零售单位及其他企业、事业、机关批量销售生活用品和生产资料的活动，以及从事进出口贸易和贸易经纪与代理的活动。批发商可以对所批发的货物拥有所有权，并以本单位、公司的名义进行交易活动；也可以不拥有货物的所有权，而以中介身份做代理销售商；还包括各类商品批发市场中固定摊位的批发活动。

零售业指从工农业生产者、批发贸易业或居民购进商品，转卖给城乡居民作为生活消费和售给社会集团作为公共消费的商品流通企业。它是百货商店、超级市场、专门零售商店、品牌专卖店、售货摊等主要面向最终消费者（如居民等）的销售活动。包括以互联网、邮政、电话、售货机等方式的销售活动。还包括在同一地点，后面加工生产，前面销售的店铺（如面包房）。

目前我国客户中，从事批发零售行业的客户占45%，包括从事服装、图书、建材等产品销售的客户，均属于此类行业。

限额以上批发零售业：当地政府根据从业人数与销售额来规定的一种划分界线，比如某市批发业限额以上是指年末从业人员20人及以上，年销售额2000万元及以上；零售贸易业限额以上是指年末从业人员60人及以上，年销售额500万元及以上。每个城市的这个限额都不同的。

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 中国批发业发展背景综述26

第一节 批发业相关概念26

一、批发的概念与功能26

（一）批发的概念26

（二）批发的功能26

二、批发商的分类体系27

三、批发业的定义28

四、批发经营的特点及业态28

- (一) 批发经营的一般特点28
- (二) 批发业态分析29
- 第二节 批发业统计口径30
 - 一、批发业大中小微型企业划分标准30
 - 二、批发业统计限额标准30
 - 三、批发业主要统计指标解释31
 - (一) 批发业主要财务指标解释31
 - (二) 批发业商品购、销、存情况指标解释33
 - (三) 批发业主要经济效益分析指标解释35
- 第三节 批发业发展环境35
 - 一、批发业政策环境分析35
 - 二、批发业经济环境分析37
 - 三、批发业社会环境分析41
 - (一) 需求结构发生变化41
 - (二) 新型产销关系出现42
 - (三) 物流、信息技术发展42
 - (四) 电子商务发展迅猛43
 - 四、批发业外贸环境分析43
- 第二章 国外批发业发展启示44
 - 第一节 国外主要国家批发业发展现状及特征分析44
 - 一、美国批发业发展现状及特征分析44
 - 二、日本批发业发展现状及特征分析45
 - 三、法国批发业发展现状及特征分析46
 - 四、俄罗斯批发业发展现状及特征分析47
 - 第二节 国外批发业发展对我国的启示47
 - 一、强化为零售服务的功能47
 - 二、建立现代信息系统47
 - 三、充分发挥物流服务作用48
 - 四、科学合理组织货源48
- 第三章 中国批发业发展现状分析49
 - 第一节 批发业发展规模49
 - 一、批发业企业单位数和从业人数49
 - (一) 企业单位数49
 - (二) 从业人数49
 - 二、批发业商品购、销、存规模49

- (一) 商品购进额49
- (二) 商品销售额50
- (三) 期末商品库存额50
- 三、批发业实收资本及其构成50
 - (一) 批发业实收资本规模50
 - (二) 批发业实收资本构成50
- 第二节 批发业经营情况51
 - 一、批发业主要经营指标51
 - 二、批发业盈利能力分析51
 - 三、批发业运营能力分析51
 - 四、批发业偿债能力分析52
 - 五、批发业发展能力分析52
- 第三节 批发业发展瓶颈52
 - 一、“重零售轻批发”的思想依然存在52
 - 二、零售商与生产商的双重挤压53
 - 三、批发市场结构趋同53
 - 四、批发企业规模过小54
 - 五、集约化程度低54
- 第四章 中国批发业商品结构分析55
 - 第一节 批发业商品结构概况55
 - 一、按国民经济行业分批发业企业单位数及从业人数构成55
 - (一) 企业单位数构成55
 - (二) 从业人数构成56
 - 二、按国民经济行业分批发业商品购、销、存构成57
 - (一) 商品购进额构成57
 - (二) 商品销售额构成58
 - (三) 期末商品库存额构成58
 - 三、按国民经济行业分批发业主营业务收入、成本及利润构成59
 - (一) 主营业务收入构成59
 - (二) 主营业务成本构成.60
 - (三) 主营业务利润构成61
 - 四、按国民经济行业分批发业盈利能力比较62
 - (一) 主营业务毛利率比较62
 - (二) 费用率比较63
 - (三) 人均营业收入比较64

第二节 饮料及烟草制品批发市场分析65

一、食品、饮料及烟草制品批发行业商品结构分析65

- (一) 食品、饮料及烟草制品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成65
- (二) 食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成65
- (三) 食品、饮料及烟草制品批发行业分行业主营业务收入及利润构成65
- (四) 食品、饮料及烟草制品批发行业分行业盈利能力比较66

二、饮料批发市场分析66

- (一) 饮料产销规模分析66
- (二) 饮料批零结构分析67
- (三) 饮料批发现状及前景分析68
- (四) 大型饮料批发企业分析68

三、茶叶批发市场分析70

- (一) 茶叶产销规模分析70
- (二) 茶叶批零结构分析70
- (三) 茶叶批发现状及前景分析70
- (四) 大型茶叶批发企业分析77

四、烟草制品批发市场分析77

- (一) 烟草制品产销规模分析77
- (二) 烟草制品批零结构分析78
- (三) 烟草制品批发现状及前景分析78
- (四) 大型烟草制品批发企业分析78

第三节 服装及日用品批发市场分析79

一、纺织、服装及日用品批发行业商品结构分析79

- (一) 纺织、服装及日用品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成79
- (二) 纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成79
- (三) 纺织、服装及日用品批发行业分行业主营业务收入及利润构成79
- (四) 纺织、服装及日用品批发行业分行业盈利能力比较80

二、服装批发市场分析80

- (一) 服装产销规模分析80
- (二) 服装批零结构分析80
- (三) 服装批发现状及前景分析81
- (四) 大型服装批发企业分析81

三、鞋帽批发市场分析82

- (一) 鞋帽产销规模分析82
- (二) 鞋帽批零结构分析82

- (三) 鞋帽批发现状及前景分析82
- (四) 大型鞋帽批发企业分析83
- 第四节 医药及医疗器械批发市场分析84
 - 一、医药及医疗器械批发行业商品结构分析84
 - (一) 医药及医疗器械批发行业分行业企业单位数及从业人数构成84
 - (二) 医药及医疗器械批发行业分行业商品购、销、存构成84
 - (三) 医药及医疗器械批发行业分行业主营业务收入及利润构成84
 - (四) 医药及医疗器械批发行业分行业盈利能力比较84
 - 二、中药材及中成药批发市场分析85
 - (一) 中药材及中成药产销规模分析85
 - (二) 中药材及中成药批零结构分析85
 - (三) 中药材及中成药批发现状及前景分析85
 - (四) 大型中药材及中成药批发企业分析86
- 第五节 体育用品及器材批发市场分析93
 - 一、文化、体育用品及器材批发行业商品结构分析93
 - (一) 文化、体育用品及器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成93
 - (二) 文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成94
 - (三) 文化、体育用品及器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成94
 - (四) 文化、体育用品及器材批发行业分行业盈利能力比较94
 - 二、体育用品批发市场分析94
 - (一) 体育用品产销规模分析94
 - (二) 体育用品批零结构分析95
 - (三) 体育用品批发现状及前景分析95
 - (四) 大型体育用品批发企业分析95
 - 三、图书批发市场分析96
 - (一) 图书产销规模分析96
 - (二) 图书批零结构分析96
 - (三) 图书批发现状及前景分析96
 - (四) 大型图书批发企业分析97
- 第五章 中国批发业区域市场分析98
 - 第一节 批发业区域结构特征98
 - 一、各地区大中型批发业企业单位数及从业人数情况98
 - 二、各地区大中型批发业企业商品购、销、存情况98
 - 三、各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况99
 - 四、各地区大中型批发业企业经济效益比较99

第二节 北京市批发业发展分析100

一、北京市批发业发展规模100

(一) 北京市批发业企业单位数及从业人数100

(二) 北京市批发业商品购、销、存规模100

(三) 北京市批发业资产负债规模100

(四) 北京市批发业营收规模100

二、北京市批发业经济效益分析101

三、北京市批零结构分析101

四、北京市批发业发展特征101

五、北京市批发业发展建议101

第三节 上海市批发业发展分析103

(一) 上海市批发业企业单位数及从业人数103

(二) 上海市批发业商品购、销、存规模103

(三) 上海市批发业资产负债规模103

(四) 上海市批发业营收规模103

二、上海市批发业经济效益分析104

三、上海市批零结构分析104

四、上海市批发业发展建议104

第四节 广东省批发业发展分析105

一、广东省批发业发展规模105

(一) 广东省批发业企业单位数及从业人数105

(二) 广东省批发业商品购、销、存规模105

(三) 广东省批发业资产负债规模106

(四) 广东省批发业营收规模106

二、广东省批发业经济效益分析106

三、广东省批零结构分析106

四、广东省批发业发展建议107

第五节 江苏省批发业发展分析108

一、江苏省批发业发展规模108

(一) 江苏省批发业企业单位数及从业人数108

(二) 江苏省批发业商品购、销、存规模109

(三) 江苏省批发业资产负债规模109

(四) 江苏省批发业营收规模109

二、江苏省批发业经济效益分析109

三、江苏省批零结构分析110

四、江苏省批发业发展建议110

第六节 浙江省批发业发展分析111

一、浙江省批发业发展规模111

(一) 浙江省批发业企业单位数及从业人数111

(二) 浙江省批发业商品购、销、存规模111

(三) 浙江省批发业资产负债规模111

(四) 浙江省批发业营收规模112

二、浙江省批发业经济效益分析112

三、浙江省批零结构分析112

四、浙江省批发业发展建议112

第七节 山东省批发业发展分析113

一、山东省批发业发展规模113

(一) 山东省批发业企业单位数及从业人数113

(二) 山东省批发业商品购、销、存规模114

(三) 山东省批发业资产负债规模114

(四) 山东省批发业营收规模114

二、山东省批发业经济效益分析114

三、山东省批零结构分析114

四、山东省批发业发展建议115

第八节 天津市批发业发展分析115

一、天津市批发业发展规模115

(一) 天津市批发业企业单位数及从业人数115

(二) 天津市批发业商品购、销、存规模116

(三) 天津市批发业资产负债规模116

(四) 天津市批发业营收规模116

二、天津市批发业经济效益分析116

三、天津市批零结构分析116

四、天津市批发业发展建议117

第九节 辽宁省批发业发展分析118

一、辽宁省批发业发展规模118

(一) 辽宁省批发业企业单位数及从业人数118

(二) 辽宁省批发业商品购、销、存规模118

(三) 辽宁省批发业资产负债规模118

(四) 辽宁省批发业营收规模119

二、辽宁省批发业经济效益分析119

- 三、辽宁省批零结构分析119
- 四、辽宁省批发业发展建议119
- 第十节 福建省批发业发展分析120
 - 一、福建省批发业发展规模120
 - (一) 福建省批发业企业单位数及从业人数120
 - (二) 福建省批发业商品购、销、存规模120
 - (三) 福建省批发业资产负债规模121
 - (四) 福建省批发业营收规模121
 - 二、福建省批发业经济效益分析121
 - 三、福建省批零结构分析121
 - 四、福建省批发业发展建议122
- 第六章 中国批发市场发展分析123
 - 第一节 批发市场概述123
 - 一、批发市场的性质与功能123
 - (一) 批发市场的产生123
 - (二) 批发市场的概念123
 - (三) 批发市场的功能123
 - 二、批发市场的类型123
 - (一) 根据交易商品分123
 - (二) 根据专业化程度分124
 - (三) 根据市场与生产者或消费者的空间距离分124
 - (四) 根据交易量及规范程度分124
 - 三、批发市场的主体、交易规则与交易方法124
 - (一) 批发市场的主体124
 - (二) 批发市场的交易规则125
 - (三) 批发市场的交易方法125
 - 第二节 批发市场发展现状及发展策略分析126
 - 一、批发市场发展总体状况126
 - 二、批发市场面临的困境126
 - (一) 来自生产、零售企业的双重挤压126
 - (二) 现代城市建设带来的困境127
 - (三) 批发企业自身发展的局限性127
 - 三、批发市场转型升级建议127
 - (一) 加强品牌市场建设127
 - (二) 提高市场核心竞争力128

- (三) 探索多种融资模式128
- (四) 推广物联网技术建设智能市场129
- 四、批发市场向现代物流转型建议129
 - (一) 批发市场转型为现代物流企业129
 - 1、转型后的物流模式129
 - 2、转型后的批发市场运作131
 - (二) 批发市场向现代物流企业转型的保障措施131
- 五、批发市场发展规划132
- 六、农产品批发市场发展现状及发展策略研究132
 - (一) 农产品市场流通体系改革发展历程132
 - (二) 农产品批发市场发展现状135
 - (三) 农产品批发市场存在的主要问题136
 - (四) 有关国家和地区农产品批发市场建设与运作管理模式借鉴137
 - (五) 农产品批发市场发展策略143
- 第七章 中国批发业发展趋势及振兴策略研究146
 - 第一节 批发业发展趋势分析146
 - 一、现代批发业将发展成为新的市场主角146
 - 二、批发业的服务功能越发重要146
 - 三、建立现代化物流配送中心的进程将加快147
 - 四、借助电子商务扩大批发交易额147
 - 第二节 批发业振兴策略研究147
 - 一、批发业相对萎缩的动因分析147
 - (一) 批发业相对萎缩的内生动因147
 - (二) 批发业相对萎缩的外生动因149
 - 二、振兴批发业的战略方向152
 - 三、振兴批发业的策略建议154
 - (一) 理顺政府对批发流通管理的体制154
 - (二) 纠正政府对批零结构调整的传统政策取向154
 - (三) 促进流通产业供应链整体协调与批发创新154
 - (四) 提高批发市场和商品交易所的现代化、组织化和规范化程度154
 - (五) 促进国有批发企业改制，提升其运作效率155
 - (六) 促进批发业电子商务的发展155
- 第八章 中国大型批发企业经营情况分析156
 - 第一节 大型批发企业发展概况156
 - 第二节 部分大型批发企业经营情况分析157

- 一、国药控股股份有限公司157
 - (一) 公司简介157
 - (二) 公司主营业务分析157
 - (三) 公司经营情况分析161
 - 1、主要经济指标分析161
 - 2、企业盈利能力分析161
 - 3、企业运营能力分析162
 - 4、企业偿债能力分析162
 - 5、企业发展能力分析164
 - (四) 公司营销渠道及网络分析165
 - (五) 公司发展战略分析165
 - (六) 公司最新发展动态分析166
- 二、庞大汽贸集团股份有限公司168
 - (一) 公司简介168
 - (二) 公司主营业务分析168
 - (三) 公司经营情况分析168
 - 1、主要经济指标分析168
 - 2、企业盈利能力分析170
 - 3、企业运营能力分析171
 - 4、企业偿债能力分析171
 - 5、企业发展能力分析172
 - (四) 公司营销渠道及网络分析172
 - (五) 公司发展战略分析172
 - (六) 公司最新发展动态分析173
- 三、九州通医药集团股份有限公司174
 - (一) 公司简介174
 - (二) 公司主营业务分析174
 - (三) 公司经营情况分析174
 - 1、主要经济指标分析174
 - 2、企业盈利能力分析176
 - 3、企业运营能力分析177
 - 4、企业偿债能力分析177
 - 5、企业发展能力分析178
 - (四) 公司营销渠道及网络分析178
 - (五) 公司发展战略分析178

- (六) 公司最新发展动态分析179
- 四、上海物资贸易股份有限公司180
 - (一) 公司简介180
 - (二) 公司主营业务分析180
 - (三) 公司经营情况分析180
 - 1、主要经济指标分析180
 - 2、企业盈利能力分析182
 - 3、企业运营能力分析183
 - 4、企业偿债能力分析183
 - 5、企业发展能力分析184
 - (四) 公司营销渠道及网络分析184
 - (五) 公司发展战略分析184
 - (六) 公司最新发展动态分析185
- 五、厦门国贸集团股份有限公司185
 - (一) 公司简介185
 - (二) 公司主营业务分析185
 - (三) 公司经营情况分析185
 - 1、主要经济指标分析185
 - 2、企业盈利能力分析187
 - 3、企业运营能力分析188
 - 4、企业偿债能力分析188
 - 5、企业发展能力分析189
 - (四) 公司营销渠道及网络分析189
 - (五) 公司发展战略分析190
 - (六) 公司最新发展动态分析190

图表目录：

- 图表 1 三种类型批发企业比较29
- 图表 2 批发业大中小微型企业划分标准30
- 图表 3 批发业统计限额标准30
- 图表 4 2008-2015年国内生产总值及增速37
- 图表 5 2014-2015年我国社会固定资产投资增速39
- 图表 6 2009-2015年批发业企业单位数49
- 图表 7 2009-2015年批发业从业人数49
- 图表 8 2009-2015年批发业商品购进额49

- 图表 9 2009-2015年批发业商品销售额50
- 图表 10 2009-2015年批发业期末商品库存额50
- 图表 11 2011-2015年批发业实收资本规模50
- 图表 12 2011-2015年批发业资本构成50
- 图表 13 2011-2015年批发业主要经营指标（亿元）51
- 图表 14 2011-2015年批发业盈利能力分析51
- 图表 15 2011-2015年批发业运营能力分析51
- 图表 16 2011-2015年批发业偿债能力分析52
- 图表 17 2011-2015年批发业发展能力分析52
- 图表 18 2015年按国民经济行业分批发业企业单位数55
- 图表 19 2015年按国民经济行业分批发业企业单位数56
- 图表 20 2015年按国民经济行业分批发业商品购进额构成（亿元）57
- 图表 21 2015年按国民经济行业分批发业商品销售额构成（亿元）58
- 图表 22 2015年按国民经济行业分批发业商品购进额构成（亿元）58
- 图表 23 2015年按国民经济行业分批发业主营业务收入构成（亿元）59
- 图表 24 2015年按国民经济行业分批发业主营业务成本构成（亿元）60
- 图表 25 2015年按国民经济行业分批发业主营业务利润构成（亿元）61
- 图表 26 2015年按国民经济行业分批发业主营业务毛利率构成62
- 图表 27 2015年按国民经济行业分批发业主营业务费用率比较构成63
- 图表 28 2015年按国民经济行业分批发业人均营业收入比较（百万元）64
- 图表 29 2015年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成65
- 图表 30 2015年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成（亿元）65
- 图表 31 2015年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业主营业务收入及利润构成（亿元）65
- 图表 32 2015年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业盈利能力比较66
- 图表 33 2015年纺织、服装及日用品批发行业分行业企业单位数及从业人数构成79
- 图表 34 2015年纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成（亿元）79
- 图表 35 2015年纺织、服装及日用品批发行业分行业主营业务收入及利润构成（亿元）79
- 图表 36 2015年纺织、服装及日用品批发行业分行业盈利能力比较80
- 图表 37 2015年医药及医疗器械批发行业分行业企业单位数及从业人数构成84
- 图表 38 2015年医药及医疗器械批发行业分行业商品购、销、存构成（亿元）84
- 图表 39 2015年医药及医疗器械批发行业分行业主营业务收入及利润构成（亿元）84
- 图表 40 2015年医药及医疗器械批发行业分行业盈利能力比较84
- 图表 41 2015年文化、体育用品及器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成93
- 图表 42 2015年文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成（亿元）94
- 图表 43 2015年文化、体育用品及器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成（亿元）94

- 图表 44 2015年文化、体育用品及器材批发行业分行业盈利能力比较94
- 图表 45 2015年各地区大中型批发业企业单位数及从业人数情况98
- 图表 46 2015年各地区大中型批发业企业商品购、销、存情况(亿元)98
- 图表 47 2015年各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况(亿元)99
- 图表 48 2015年各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况99
- 图表 49 2015年北京市批发业企业单位数及从业人数情况100
- 图表 50 2015年北京市批发业企业商品购、销、存情况（亿元）100
- 图表 51 2015年北京市批发业企业资产负债规模（亿元）100
- 图表 52 2015年北京市批发业企业营收规模（亿元）100
- 图表 53 2015年北京市批发业企业经济效益分析101
- 图表 54 2015年北京市批零结构分析101
- 图表 55 2015年上海市批发业企业单位数及从业人数情况103
- 图表 56 2015年上海市批发业企业商品购、销、存情况（亿元）103
- 图表 57 2015年上海市批发业企业资产负债规模（亿元）103
- 图表 58 2015年上海市批发业企业营收规模（亿元）103
- 图表 59 2015年上海市批发业企业经济效益分析104
- 图表 60 2015年上海市批零结构分析104
- 图表 61 2015年广东省批发业企业单位数及从业人数情况105
- 图表 62 2015年广东省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）105
- 图表 63 2015年广东省批发业企业资产负债规模（亿元）106
- 图表 64 2015年广东省批发业企业营收规模（亿元）106
- 图表 65 2015年广东省批发业企业经济效益分析106
- 图表 66 2015年广东省批零结构分析106
- 图表 67 2015年江苏省批发业企业单位数及从业人数情况108
- 图表 68 2015年江苏省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）109
- 图表 69 2015年江苏省批发业企业资产负债规模（亿元）109
- 图表 70 2015年江苏省批发业企业营收规模（亿元）109
- 图表 71 2015年江苏省批发业企业经济效益分析109
- 图表 72 2015年江苏省批零结构分析110
- 图表 73 2015年浙江省批发业企业单位数及从业人数情况111
- 图表 74 2015年浙江省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）111
- 图表 75 2015年浙江省批发业企业资产负债规模（亿元）111
- 图表 76 2015年浙江省批发业企业营收规模（亿元）112
- 图表 77 2015年浙江省批发业企业经济效益分析112
- 图表 78 2015年浙江省批零结构分析112

- 图表 79 2015年山东省批发业企业单位数及从业人数情况113
- 图表 80 2015年山东省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）114
- 图表 81 2015年山东省批发业企业资产负债规模（亿元）114
- 图表 82 2015年山东省批发业企业营收规模（亿元）114
- 图表 83 2015年山东省批发业企业经济效益分析114
- 图表 84 2015年山东省批零结构分析114
- 图表 85 2015年天津市批发业企业单位数及从业人数情况115
- 图表 86 2015年天津市批发业企业商品购、销、存情况（亿元）116
- 图表 87 2015年天津市批发业企业资产负债规模（亿元）116
- 图表 88 2015年天津市批发业企业营收规模（亿元）116
- 图表 89 2015年天津市批发业企业经济效益分析116
- 图表 90 2015年天津市批零结构分析116
- 图表 91 2015年辽宁省批发业企业单位数及从业人数情况118
- 图表 92 2015年辽宁省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）118
- 图表 93 2015年辽宁省批发业企业资产负债规模（亿元）118
- 图表 94 2015年辽宁省批发业企业营收规模（亿元）119
- 图表 95 2015年辽宁省批发业企业经济效益分析119
- 图表 96 2015年辽宁省批零结构分析119
- 图表 97 2015年福建省批发业企业单位数及从业人数情况120
- 图表 98 2015年福建省批发业企业商品购、销、存情况（亿元）120
- 图表 99 2015年福建省批发业企业资产负债规模（亿元）121
- 图表 100 2015年福建省批发业企业营收规模（亿元）121
- 图表 101 2015年福建省批发业企业经济效益分析121
- 图表 102 2015年附件省批零结构分析121
- 图表 103 中央批发市场、地方批发市场、自由批发市场属性对照124
- 图表 104 批发市场的交易流程125
- 图表 105 2015年亿元以上商品交易市场基本情况126
- 图表 106 转型后一般批发市场操作流程图131
- 图表 107 1958-1987年美国批零结构的变动情况（单位：10亿美元）148
- 图表 108 各国可比年份批零比率指标150
- 图表 109 中、日、美三国批零网点配置结构比较（单位：个）150
- 图表 110 2015年1季度大型批发和零售业企业主要经济指标（单位：亿元）156
- 图表 111 2013-2015年国药控股股份有限公司主要经济指标分析（单位：百万元）161
- 图表 112 2014-2015年国药控股股份有限公司盈利能力分析（单位：百万元）161
- 图表 113 2014-2015年国药控股股份有限公司运营能力分析（单位：百万元）162

图表 114 2014-2015年国药控股股份有限公司偿债能力分析（单位：百万元）162

图表 115 2014-2015年国药控股股份有限公司发展能力分析（单位：百万元）164

图表 116 2014-2015年庞大汽贸集团股份有限公司主要经济指标分析168

图表 117 2014-2015年庞大汽贸集团股份有限公司盈利能力分析170

图表 118 2014-2015年庞大汽贸集团股份有限公司运营能力分析171

图表 119 2014-2015年庞大汽贸集团股份有限公司偿债能力分析171

图表 120 2014-2015年庞大汽贸集团股份有限公司发展能力分析172

图表 121 2014-2015年九州通医药集团股份有限公司主要经济指标分析174

图表 122 2014-2015年九州通医药集团股份有限公司盈利能力分析176

图表 123 2014-2015年九州通医药集团股份有限公司运营能力分析177

图表 124 2014-2015年九州通医药集团股份有限公司偿债能力分析177

图表 125 2014-2015年九州通医药集团股份有限公司发展能力分析178

图表 126 2014-2015年上海物资贸易股份有限公司主要经济指标分析180

图表 127 2014-2015年上海物资贸易股份有限公司盈利能力分析182

图表 128 2014-2015年上海物资贸易股份有限公司运营能力分析183

图表 129 2014-2015年上海物资贸易股份有限公司偿债能力分析183

图表 130 2014-2015年上海物资贸易股份有限公司发展能力分析184

图表 131 2014-2015年厦门国贸集团股份有限公司主要经济指标分析185

图表 132 2014-2015年厦门国贸集团股份有限公司盈利能力分析187

图表 133 2014-2015年厦门国贸集团股份有限公司运营能力分析188

图表 134 2014-2015年厦门国贸集团股份有限公司偿债能力分析188

图表 135 2014-2015年厦门国贸集团股份有限公司发展能力分析189

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201508/338582.html>