2021-2027年中国零售市场
深度评估与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国零售市场深度评估与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202107/226627.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

零售是指包括所有向最终消费者直接销售商品和服务，以供其作个人及非商业性用途的活动。许多机构，诸如生产商、批发商和零售商都从事零售业务。而大部分零售业务是由零售商从事的。

零售是商品经营者或生产者把商品卖给个人消费者或社会团体消费者的交易活动。特点是：每笔商品交易的数量比较少，交易次数频繁；出卖的商品是消费资料，个人或社会团体购买后用于生活消费；交易结束后商品即离开流通领域，进入消费领域。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国零售市场深度评估与投资战略报告》共九章。首先介绍了零售行业市场发展环境、零售整体运行态势等，接着分析了零售行业市场运行的现状，然后介绍了零售市场竞争格局。随后，报告对零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了零售行业发展趋势与投资预测。您若想对零售产业有个系统的了解或者想投资零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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局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.1章：中国零售行业发展综述
1.1 零售行业基本情况
1.1.1 零售业的含义
1.1.2 零售产业的特征
1.1.3 零售业的准入条件
1.1.4 零售业态的介绍
1.2 零售行业总体发展概况
1.2.1 零售行业发展历程
1.2.2 零售行业运行情况
（1）行业整体规模分析
（2）消费商品市场分析
1.2.3 零售行业百强市场分析
（1）零售百强市场规模分析

（2）零售百亿级企业数量统计
（3）零售百强入围门槛分析
（4）零售百强市场占有率分析
（5）零售百强市场市场集中度分析
（6）零售百强单店贡献率与门店贡献率分析
（7）百亿级零售企业跨区域与区域企业分布
（8）零售百强外资企业市场分析
1）零售百强外资企业销售占比
2）零售百强外资企业规模及门店数
3）零售百强外资企业新开门店数
4）零售外资巨头在华关店情况
1.3 零售行业关联产业分析
1.3.1 商业地产发展分析
（1）商业地产发展现状分析
（2）商业地产发展前景分析
（3）商业地产对零售业的推动分析
1.3.2 物流行业发展分析
（1）物流行业发展现状分析
（2）物流行业发展前景分析
（3）物流行业与零售业的关联性分析
1.3.3 电子商务发展分析
（1）电子商务发展现状分析
（2）电子商务发展前景分析
（3）电子商务对零售业的推动分析
1.4 零售行业兼并重组分析
1.4.1 行业兼并重组环境分析
1.4.2 行业兼并重组驱动力分析
1.4.3 行业兼并重组案例
1.4.4 行业兼并重组趋势分析
1.4.5 企业兼并重组前景分析

第2章：全球零售业发展综述

2.1 全球零售业总体发展状况
2.1.1 现代国际零售业的发展特征
2.1.2 全球零售业市场规模
2.1.3 全球零售业市场竞争格局
2.1.4 全球零售业地域分布
2.1.5 跨国零售商进入海外市场的模式
2.1.6 发达国家零售业的发展特点
2.1.7 全球三大零售巨头发展经验借鉴
2.1.8 全球零售业发展趋势分析
2.1.9 全球零售业发展前景分析
2.2 欧洲零售业发展现状
2.2.1 欧洲零售业市场规模
2.2.2 欧洲零售业发展特点
2.2.3 欧债危机对零售业的影响
2.2.4 欧洲零售业发展前景分析
2.3 美国零售业发展现状
2.3.1 美国零售业市场规模
2.3.2 美国零售业发展特点
2.3.3 美国零售业发展前景分析
2.4 日本零售业发展现状
2.4.1 日本零售业市场规模
2.4.2 日本零售业发展特点
2.4.3 日元持续贬值对零售业的影响
2.4.4 日本零售业发展前景分析
2.5 重点国际零售业巨头在华拓展情况
2.5.1 沃尔玛
（1）基本情况
（2）主要经营业务
（3）经营情况分析
（4）在华业务发展情况
（5）最新投资动向
2.5.2 家乐福

（1）基本情况
（2）主要经营业务
（3）经营情况分析
（4）在华业务发展情况
（5）最新投资动向
2.5.3 麦德龙
（1）基本情况
（2）主要经营业务
（3）经营情况分析
（4）在华业务发展情况
（5）最新投资动向

第3章：中国零售行业发展环境
3.1 零售行业政策环境分析
3.1.1 行业主管部门
3.1.2 行业相关政策
（1）国家区域振兴规划
（2）收入分配改革进程
（3）系列促进消费政策
（4）国内贸易发展规划
（5）商业零售企业存货损失税前扣除问题
（6）行业其他相关规划
3.2 零售行业经济环境分析
3.2.1 社会消费品零售总额
3.2.2 国内生产总值（GDP）
（1）GDP增长分析
（2）GDP对零售业的影响
3.2.3 居民消费价格（CPI）
（1）CPI走势分析
（2）CPI对零售行业的影响
3.2.4 城乡居民可支配收入
（1）城乡居民可支配收入分析

（2）可支配收入对零售业影响
3.3 零售行业社会环境分析
3.3.1 居民消费发展情况
3.3.2 城镇化进程分析
（1）城镇化率
（2）城镇化对零售业的影响
3.3.3 居民消费倾向分析
3.3.4 居民消费信心分析

第4章：互联网对零售行业的冲击挑战及转型突围策略
4.1 零售行业当前面临的困境分析
4.1.1 终端消费景气度变化及影响
4.1.2 库存危机及解决高库存之痛
4.1.3 生产要素成本上涨对盈利的影响
4.1.4 电商等新业态对行业的冲击力度
4.2 互联网发展现状及带来的变革
4.2.1 互联网发展势不可挡
（1）互联网普及应用增长迅猛
（2）网络购物市场蓬勃发展
（3）移动互联网呈爆发式增长
4.2.2 互联网发展带来巨大变革
（1）互联网应用催生多种新兴业态
（2）互联网思维颠覆、重塑传统行业
4.3 互联网对零售行业的冲击与挑战
4.3.1 互联网对零售行业的影响层面
（1）改变了消费者的消费习惯
（2）打破了信息的不对称性格局
（3）大数据推动资源利用最大化
4.3.2 互联网对零售行业带来的冲击
（1）对线下分流，线下客流下滑
（2）对实体店带来价格冲击
4.3.3 互联网对传统零售行业的颠覆与重构

（1）原有定价体系崩塌，新体系需重建
（2）零售行业供应链及价值链面临重构
（3）原有格局被打破，传统品牌需创新迎变
（4）由传统产品驱动向用户驱动转变
4.4 互联网思维下传统零售企业转型突围策略
4.4.1 零售企业电商切入模式及运营建议
4.4.2 零售企业O2O战略布局及实施运营
4.4.3 零售企业互联网营销推广方式及思路
4.4.4 零售企业如何实现数据化运营与管理
4.4.5 传统零售企业互联网转型优秀案例研究

第5章：中国零售行业业态分析
5.1 零售行业总体发展分析
5.1.1 零售业态变迁历程
5.1.2 零售业态结构分析
5.1.3 零售行业百强业态分布
5.2 百货业态发展分析
5.2.1 百货业发展历程
5.2.2 百货业发展现状
（1）百货业发展特点
（2）百货业并购重组
（3）百货企业经营情况
1）百货业态企业平均规模情况
2）百货业态单店经营情况
3）百货业态新开门店与关店情况分析
5.2.3 百货业经营模式
（1）自营模式
（2）联营模式
（3）自有品牌经营模式
（4）经营模式比较
5.2.4 百货业竞争情况
5.2.5 百货业存在问题

5.2.6 百货业发展趋势
5.3 超市业态发展分析
5.3.1 超市业发展历程
5.3.2 超市业发展特征
（1）技术特征
（2）区域性特征
（3）季节性特征
5.3.3 超市业态发展现状
（1）超市业态现状
（2）超市行业规模及增速
（3）超市业盈利水平
（4）超市及大型超市企业成本情况
（5）大型超市店铺经营情况
（6）超市店铺经营情况
（7）超市企业门店数量变化情况分析
5.3.4 超市业经营模式
（1）个体经营和连锁经营
（2）自营、联营和代销
（3）典型经营模式分析
1）家乐福经营模式
2）沃尔玛经营模式
3）永辉超市经营模式
5.3.5 超市业竞争分析
（1）市场竞争格局分析
（2）主要企业及市场份额
（3）来自农贸市场的竞争
5.3.6 超市业发展趋势
5.4 便利店业态发展分析
5.4.1 便利店业发展类型
5.4.2 便利店业特征分析
5.4.3 便利店业经营分析
5.4.4 便利店业经营模式

（1）好德、可的便利店经营模式
（2）7-11便利店经营模式
5.4.5 便利店业市场格局
5.4.6 便利店业发展趋势
5.5 专业店业态发展分析
5.5.1 专业店业态总体发展情况
（1）专业店业态企业发展规模
（2）专业店业态企业经营效率
（3）专业店业态企业成本费用情况
5.5.2 家电连锁业发展分析
（1）家电连锁业发展状况
（2）家电连锁业市场格局
（3）家电连锁业存在问题
（4）家电连锁业模式创新
1）美苏模式
2）汇银模式
3）大商模式
4）顺电模式
（5）家电连锁业发展趋势
5.5.3 药店连锁业发展分析
（1）药店连锁经营情况分析
1）药店连锁规模分析
2）药店连锁盈利水平分析
3）连锁药店行业运行效率情况
（2）医药商业连锁业经营模式
1）直营连锁模式分析
2）加盟连锁模式分析
（3）药店连锁业竞争情况
（4）药店连锁业发展趋势
1）在地域选择上的趋势
2）在经营内容上的趋势
3）在内部管理上的趋势

4）在竞争方式上趋势
5.5.4 黄金珠宝连锁业发展分析
（1）黄金珠宝连锁业运营模式
（2）黄金珠宝连锁运营模式比较
1）行业典型运营模式比较分析
2）行业主要企业运营模式比较分析
（3）黄金珠宝连锁业销售渠道
1）品牌自营
2）品牌代理
3）品牌加盟
4）非品牌批发
5）电子商务
（4）黄金珠宝连锁业发展趋势
5.6 新兴零售业态发展分析
5.6.1 购物中心发展分析
（1）购物中心业态的构成
（2）国内购物中心业态构成特点
（3）国内购物中心零售业态分析
（4）国内购物中心发展规模
（5）国内主要购物中心发展情况
（6）国内购物中心发展趋势
5.6.2 无店铺销售发展分析
（1）无店铺销售的发展规模
（2）网络零售市场竞争情况
（3）网络零售市场发展趋势

第6章：中国主要商品零售市场分析
6.1 食品类零售市场分析
6.1.1 食品零售总额及增速
（1）限额以上食品企业零售总额
（2）规模以上食品企业销售规模
6.1.2 食品消费价格分析

6.1.3 食品零售市场发展趋势
6.2 服装类零售市场分析
6.2.1 服装零售总额及增速
（1）限模以上服装企业销售规模
（2）规模以上服装企业销售规模
6.2.2 服装消费结构分析
6.2.3 服装消费价格分析
6.2.4 服装零售经营模式
（1）传统模式
（2）SPA模式
1）SPA模式的发展
2）SPA模式特征
3）SPA四大模块
（3）虚拟经营模式
（4）电子商务模式
6.2.5 服装零售市场特点
6.2.6 服装零售市场发展趋势
6.3 日用品类零售市场分析
6.3.1 日用品零售总额及增速
6.3.2 日用品销售方式分析
6.3.3 日用品零售特点分析
6.3.4 日用品零售市场发展趋势
6.4 化妆品类零售市场分析
6.4.1 化妆品零售总额及增速
（1）全部化妆品企业零售总额
（2）限额以上化妆品企业零售总额
（3）规模以上化妆品企业销售规模
6.4.2 化妆品消费结构分析
6.4.3 化妆品销售方式分析
6.4.4 化妆品零售市场特点
6.4.5 化妆品零售市场发展趋势
（1）化妆品零售发展趋势

1）渠道多元化与两极化加剧
2）相关利润者之间矛盾加剧
3）化妆品零售业态变革在即
（2）化妆品零售前景预测
6.5 家电类零售市场分析
6.5.1 家电市场产销情况
（1）空调行业产销
（2）电冰箱行业产销
（3）洗衣机行业产销
（4）LCD电 视行业产销
6.5.2 家电零售规模及增速
6.5.3 家电销售方式分析
6.5.4 家电零售市场特点
6.5.5 家电零售市场发展趋势
（1）企业兼并整合成将持续上演
（2）渠道下沉三四线城市成必然
（3）改善供商关系着眼合作共赢
（4）卖场泛家电化产品线创新
（5）家电流通战场蔓延至网络
（6）多种商业模式结合发展
6.6 药品类零售市场分析
6.6.1 药品零售规模及增长
（1）药品零售总额
（2）限额以上中西药品零售总额
（3）七大类商品销售额
6.6.2 药品销售结构分析
6.6.3 药品销售方式分析
（1）按销售对象分：批发、纯销平分天下
（2）药品配送方式
（3）药品销售区域结构
6.6.4 药品零售市场发展特点
6.6.5 药品零售市场发展趋势

（1）药品零售发展趋势
1）行业总体增长放缓
2）企业兼并重组仍将活跃
3）现代医药物流网络进一步健全
4）电子商务+传统零售药店服务模式成为新的零售模式
（2）药品零售前景预测
6.7 黄金珠宝类零售市场分析
6.7.1 黄金珠宝零售总额及增速
（1）限额以上黄金珠宝企业零售总额
（2）规模以上黄金珠宝企业销售规模
6.7.2 黄金珠宝消费结构分析
6.7.3 黄金珠宝销售方式分析
6.7.4 黄金珠宝零售市场特点
6.7.5 黄金珠宝零售市场发展趋势

第7章：中国零售行业典型区域市场分析
7.1 环渤海经济带零售行业发展分析
7.1.1 环渤海经济带总体发展分析
7.1.2 北京市零售行业发展分析
（1）北京市零售行业发展规模分析
（2）北京市零售行业重点企业分析
（3）北京市零售行业发展前景分析
7.1.3 山东省零售行业发展分析
（1）山东省零售行业发展规模分析
（2）山东省零售行业重点企业分析
（3）山东省零售行业发展前景分析
7.2 长三角经济带零售行业发展分析
7.2.1 长三角经济带总体发展分析
7.2.2 上海市零售行业发展分析
（1）上海市零售行业发展规模分析
（2）上海市零售行业重点企业分析
（3）上海市百货行业发展分析

（4）上海市零售行业发展前景分析
7.2.3 江苏省零售行业发展分析
（1）江苏省零售行业发展规模分析
（2）江苏省零售行业重点企业分析
（3）江苏省零售行业发展前景分析
7.2.4 浙江省零售行业发展分析
（1）浙江省零售行业发展规模分析
（2）浙江省零售行业重点企业分析
（3）浙江省零售行业发展前景分析
7.3 珠三角经济带零售行业发展分析
7.3.1 珠三角经济带总体发展分析
7.3.2 广州市零售行业发展分析
（1）广州市零售行业发展规模分析
（2）广州市零售行业重点企业分析
（3）广州市零售行业发展前景分析
7.3.3 深圳市零售行业发展分析
（1）深圳市零售行业发展规模分析
（2）深圳市零售行业重点企业分析
（3）深圳市零售行业发展前景分析

第8章：中国零售行业领先企业分析
8.1 百货业态领先企业经营分析
8.1.1 大商股份有限公司
（1）公司概况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.1.2 广州友谊集团股份有限公司
（1）公司发展规模分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析

8.1.3 广州市广百股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.4 北京王府井百货（集团）股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.5 上海百联集团股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.6 合肥百货大楼集团股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.7 长春欧亚集团股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.8 重庆百货大楼股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.1.9 中百控股集团股份有限公司

（1）公司概况分析

（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.1.10 银座集团股份有限公司
（1）公司概况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.2 超市业态领先企业经营分析
8.2.1 联华超市股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.2.2 华润万家有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.2.3 人人乐连锁商业集团股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.2.4 步步高商业连锁股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
1）公司营收情况分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析

4）企业偿债能力分析

5）企业发展能力分析

（5）公司电商布局分析

（6）企业经营优劣势分析

（7）公司发展战略分析

（8）公司投资兼并动向

（9）公司最新发展动向

8.2.5 新一佳超市有限公司

（1）公司发展简况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布及经营业绩情况

（4）企业经营优劣势分析

8.2.6 沃尔玛（中国）投资有限公司

（1）公司发展简况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

（5）公司电商布局分析

（6）企业经营优劣势分析

（7）公司竞争能力分析

（8）公司最新发展动向

8.2.7 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司

（1）公司发展简况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.2.8 北京物美商业集团股份有限公司

（1）公司发展简况分析

（2）企业主营业态分析

（3）公司门店分布情况

（4）企业经营情况分析

8.3 便利店业态领先企业经营分析

8.3.1 农工商超市（集团）有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.3.2 东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营优劣势分析
8.3.3 四川省互惠商业有限责任公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营优劣势分析
8.3.4 北京港佳好邻居连锁便利店有限责任公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营优劣势分析
8.3.5 全家便利商店股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.3.6 柒－拾壹（北京）有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营优劣势分析
8.4 专业店业态领先企业经营分析
8.4.1 苏宁云商集团股份有限公司

（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.4.2 国美电器控股有限公司经营情况分析
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.4.3 广东潮宏基实业股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.4.4 老凤祥股份有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.4.5 深圳市海王星辰医药有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析
8.4.6 国药控股国大药房有限公司
（1）公司发展简况分析
（2）企业主营业态分析
（3）公司门店分布情况
（4）企业经营情况分析

第9章：中国零售行业发展前景与投融资分析
9.1 零售行业前景分析

9.1.1 零售行业发展面临挑战
9.1.2 零售行业发展趋势分析
9.1.3 零售行业发展前景预测
9.1.4 零售行业发展建议
9.2 零售行业投融 资分析
9.2.1 零售行业投资分析
（1）零售行业投资现状分析
（2）零售行业投资风险分析
9.2.2 零售行业融 资分析
（1）零售行业主要融 资方式
1）风险投资
2）债务融资
3）内部融资
4）对赌协议
（2）零售行业主要融资事件
9.2.3 零售行业投融资趋势分析

部分图表目录

图表1：2015-2019年中国社会消费品零售总额及其增长速度（单位：亿元，%）
图表2：2019年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：%）
图表3：2015-2019年中国零售百强销售总额及其增长情况（单位：亿元，%）
图表4：2015-2019年零售行业销售过百亿企业数量统计（单位：家）
图表5：2015-2019年零售行业百强企业入围门槛（单位：亿元，%）
图表6：2015-2019年零售行业百强销售额在社会消费品零售总额中的占比变化（单位：%）
图表7：2015-2019年零售百强销售规模占比分布（单位：%）
图表8：2019年零售百强销售规模增速对比（单位：%）
图表9：2015-2019年零售百强企业单店销售贡献率与门店增长贡献率（单位：%）
图表10：2019年零售百强企业单店销售和门店增长及贡献度情况（单位：%）
图表11：2015-2019年百亿级企业中跨区域企业与区域性企业数量（单位：家）
图表12：2015-2019年零售百强企业中外资零售企业销售额占比及增速（单位：%）
图表13：2019年零售百强企业中主要外资企业销售及门店变化情况（单位：万元）
图表14：2015-2019年主要外资零售企业在华新开门店对比（单位：家）

图表15：2015-2019年主要外资零售企业新开门店分布（%）
图表16：2019年主要外资零售企业在华关店情况（单位：家）
图表17：2015-2019年商业地产投资完成额情况（单位：亿元，%）
图表18：2015-2019年商业地产销售面积情况（单位：万平方米，%）
图表19：2015-2019年全国推出土地建设用地面积情况（单位：万平方米，%）
图表20：2015-2019年全国推出商办土地建设用地面积情况（单位：万平方米，%）
图表21：2015-2019年全国成交土地建设用地面积情况（单位：万平方米，%）
图表22：2015-2019年全国成交商办土地建设用地面积情况（单位：万平方米，%）
图表23：2015-2019年全国土地成交均价及商办土地成交均价（单位：元/平方米）
图表24：2015-2019年全国成交楼面均价及商办用地成交楼面均价（单位：元/平方米）
图表25：2021-2027年商业地产投资完成额预测情况（单位：亿元）
图表26：2015-2019年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）
图表27：2019年中国社会物流总额构成（单位：%）
图表28：2015-2019年中国社会物流总费用及GDP比重（单位：万亿元，%）
图表29：2015-2019年中国社会物流总费用变动情况（单位：万亿元，%）
图表30：2019年中国社会物流总费用构成（单位：%）
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202107/226627.html