

2014-2019年中国批发行业 监测与投资机遇研究报告

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

《2014-2019年中国批发行业监测与投资机遇研究报告》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/201404/103091.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

作为商品流通的重要环节，批发业的发展对于节约全社会的成本、降低交易成本、提高流通效率、促进经济增长具有重要作用。然而随着生产商和零售商向批发环节一体化进程的加快，我国批发业的发展陷入困境，整个流通体系呈现“两头活跃、中间萎缩”的基本格局，“批发无用论”观点开始盛行。从国外批发业的发展经验来看，批发与零售贸易的比率整体呈下降趋势，然而批发商品交易额依然呈上升趋势而且其在商品流通环节依然占有重要的地位。

按照新的大中小微型企业划分标准，2012年中国大中型批发企业达到72944家，年末从业人数达到410.3万人，实现商品购进额30.4万亿元、商品销售额32.7万亿元，期末商品库存额2.12万亿元。从经济效益来看，2012年大中型批发企业实现主营业务收入29.21万亿元，创造利润总额6395亿元，主营业务毛利率为7.7%。

从商品结构来看，中国矿产品、建材及化工产品，食品、饮料及烟草制品，纺织、服装及日用品等行业的批发业务主营业务收入所占的比重最大；而饮料及茶叶、烟草制品、服装、鞋帽、体育用品、图书、中药材及中成药、通讯及广播电视设备等产品的批发业务毛利率较高，均在10%以上。

从世界范围来看，独立批发商经历了先抑后扬的曲折发展过程，最终在社会生产和流通中的地位逐渐趋于稳固。中国批发业不仅将遵循批发发展的一般规律，还会因中国的特殊国情而呈现出更为复杂的发展动向。随着商品流通改革进入纵深阶段，批发萎缩对流通效率的严重制约已经从实践层面对“批发无用论”做出了否定的论断，效率与成本将最终取代环节数量成为衡量商品流通渠道环节合理与否的核心指标。我国批发业面临着与生产环节、零售环节形成以效率为目标的协同机制，重振批发业的重大任务和使命。批发企业需要解放思想，积极转型，利用现代信息技术及物流设施更好地为生产商和零售商服务，从而提高整体流通效率。同时，政府有关部门也需要纠正对批零结构调整的传统政策取向，积极引导批发业的改革创新展。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及批发专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国批发的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对批发业务的发展进行详尽深入的分析，并根据批发行业的政策经济发展环境对批发行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对批发行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 批发行业发展环境

第一章 中国批发业发展背景综述 1

第一节 批发业相关概念 1

一、批发的概念与功能 1

二、批发商的分类体系 1

三、批发业的定义 1

四、批发经营的特点及业态 2

第二节 批发业统计口径 7

一、批发业大中小微型企业划分标准 7

二、批发业统计限额标准 8

三、批发业主要统计指标解释 8

第三节 批发业发展环境 12

一、批发业政策环境分析 12

二、批发业经济环境分析 15

1、中国经济环境分析 15

2、国外经济环境分析 54

三、批发业社会环境分析 120

1、需求结构发生变化 131

2、新型产销关系出现 132

3、物流、信息技术发展 132

4、电子商务发展迅猛 135

四、批发业外贸环境分析 137

第二章 国外批发业发展启示 138

第一节 国外主要国家批发业发展现状及特征分析 138

一、美国批发业发展现状及特征分析 138

二、日本批发业发展现状及特征分析 139

三、法国批发业发展现状及特征分析 140

第二节 国外批发业发展对我国的启示 142

一、强化为零售服务的功能 142

二、建立现代信息系统 142

三、充分发挥物流服务作用 143

四、科学合理组织货源 143

第二部分 批发行业发展现状

第三章 中国批发业发展现状分析 144

第一节 批发业发展规模 144

一、批发业企业单位数和从业人数 144

1、企业单位数 144

2、从业人数 144

二、批发业商品购、销、存规模 145

1、商品购进额 145

2、商品销售额 145

3、期末商品库存额 146

三、批发业实收资本及其构成 146

第二节 批发业经营情况 147

一、批发业主营业务收入 147

二、批发业利润总额 147

三、批发业负债情况 148

四、批发业业务成本 148

五、批发业总资产情况 149

第三节 批发业发展瓶颈 149

一、“重零售轻批发”的思想依然存在 149

二、零售商与生产商的双重挤压 149

三、批发市场结构趋同 150

四、批发企业规模过小 150

五、集约化程度低 151

第四章 中国批发业商品结构分析 152

第一节 批发业商品结构概况 152

一、按国民经济行业分批发业企业单位数及从业人数构成 152

1、企业单位数构成 152

2、从业人数构成 152

二、按国民经济行业分批发业商品购、销、存构成 153

1、商品购进额构成 153

2、商品销售额构成 153

3、期末商品库存额构成 154

三、按国民经济行业分批发业主营业务收入及利润构成 154

1、主营业务收入构成 154

2、主营业务利润构成 155

3、主营业务成本构成 155

第三部分 批发行业市场分析

第五章 饮料及烟草制品批发市场分析 156

第一节 食品、饮料及烟草制品批发行业商品结构分析 156

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 156

二、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成 157

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 157

四、食品、饮料及烟草制品批发行业分行业费用比较 158

第二节 酒、饮料及茶叶批发市场分析 158

一、酒、饮料及茶叶市场规模分析 158

二、酒、饮料及茶叶批零结构分析 159

三、酒、饮料及茶叶批发现状及前景分析 159

四、大型酒、饮料及茶叶批发企业分析 163

第三节 烟草制品批发市场分析 163

一、烟草制品市场规模分析 163

二、烟草制品批零结构分析 164

三、烟草制品批发现状及前景分析 164

四、大型烟草制品批发企业分析 166

第六章 服装及日用品批发市场分析 167

第一节 纺织、服装及日用品批发行业商品结构分析 167

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 167

二、纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成 167

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 168

四、纺织、服装及日用品批发行业分行业费用比较 168

第二节 服装批发市场分析 169

一、服装市场规模分析 169

二、服装批零结构分析 169

三、服装批发现状及前景分析 169

四、大型服装批发企业分析 171

第三节 鞋帽批发市场分析 172

一、鞋帽市场规模分析 172

二、鞋帽批零结构分析 172

三、鞋帽批发现状及前景分析 172

四、大型鞋帽批发企业分析 174

第七章 医药及医疗器材批发市场分析 175

第一节 医药及医疗器材批发行业商品结构分析 175

一、医药及医疗器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 175

二、医药及医疗器材批发行业分行业商品购、销、存构成 175

三、医药及医疗器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成 176

四、医药及医疗器材批发行业分行业费用比较 176

第二节 中药材及中成药批发市场分析 177

一、中药材及中成药市场规模分析 177

二、中药材及中成药批零结构分析 177

三、中药材及中成药批发现状及前景分析 177

四、大型中药材及中成药批发企业分析 181

第八章 体育用品及器材批发市场分析 182

第一节 文化、体育用品及器材批发行业商品结构分析 182

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 182

二、文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成 183

三、文化、体育用品及器材批发行业分行业利润构成 183

四、文化、体育用品及器材批发行业分行业费用比较 184

第二节 体育用品批发市场分析 184

一、体育用品市场规模分析 184

二、体育用品批零结构分析 185

三、体育用品批发现状及前景分析 185

四、大型体育用品批发企业分析 186

第三节 图书批发市场分析 186

一、图书市场规模分析 186

二、图书批零结构分析 187

三、图书批发现状及前景分析 187

四、大型图书批发企业分析	188
第九章 中国批发业区域市场分析	189
第一节 批发业区域结构特征	189
一、各地区批发业企业单位数及从业人数情况	189
二、各地区批发业企业商品购、销、存情况	190
三、各地区批发业企业主营业务收入及利润情况	191
第二节 北京市批发业发展分析	192
一、北京市批发业发展情况	192
二、北京市批发业发展建议	193
第三节 上海市批发业发展分析	195
一、上海市批发业发展情况	195
二、上海市批发业发展建议	196
第四节 广东省批发业发展分析	198
一、广东省批发业发展情况	198
二、广东省批发业发展建议	199
第五节 江苏省批发业发展分析	201
一、江苏省批发业发展情况	201
二、江苏省批发业发展建议	202
第六节 浙江省批发业发展分析	204
一、浙江省批发业发展情况	204
二、浙江省批发业发展建议	205
第七节 山东省批发业发展分析	206
一、山东省批发业发展情况	206
二、山东省批发业发展建议	208
第八节 天津市批发业发展分析	210
一、天津市批发业发展情况	210
二、天津市批发业发展建议	211
第九节 辽宁省批发业发展分析	213
一、辽宁省批发业发展情况	213
二、辽宁省批发业发展建议	214
第十节 福建省批发业发展分析	222
一、福建省批发业发展规模	222

二、福建省批发业发展建议	222
第十章 中国批发市场发展分析	225
第一节 批发市场概述	225
一、批发市场的性质与功能	225
1、批发市场的产生	225
2、批发市场的概念	225
3、批发市场的功能	225
二、批发市场的类型	227
三、批发市场的主体、交易规则与交易方法	228
1、批发市场的主体	228
2、批发市场的交易规则	229
3、批发市场的交易方法	229
第二节 批发市场发展现状及发展策略分析	229
一、批发市场发展总体状况	229
二、批发市场面临的困境	231
1、来自生产、零售企业的双重挤压	231
2、现代城市建设带来的困境	231
3、批发企业自身发展的局限性	231
三、批发市场转型升级建议	232
1、传统批发市场注入现代商业特色	232
2、批发市场功能走向综合化	232
3、市场中法人经营主体比重增加	233
4、品牌建设和国际化拓展步伐加快	233
5、市场信用体系逐步建立	233
6、批发市场转向郊外集聚发展	234
四、批发市场向现代物流转型建议	234
1、批发市场转型为现代物流企业	234
2、转型后的物流模式	235
3、转型后的批发市场运作	237
4、批发市场向现代物流企业转型的保障措施	237
五、批发市场发展规划	238
六、农产品批发市场发展现状及发展策略研究	242

1、农产品市场流通体系改革发展历程	242
2、农产品批发市场发展现状	251
4、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	256
5、农产品批发市场发展面临的形势和任务	260
第四部分 批发行业发展策略及重点企业分析	
第十一章 中国批发业发展趋势及振兴策略研究	267
第一节 批发业发展趋势分析	267
一、现代批发业将发展成为新的市场主角	267
二、批发业的服务功能越发重要	267
三、建立现代化物流配送中心的进程将加快	268
四、借助电子商务扩大批发交易额	268
第二节 批发业振兴策略研究	271
一、批发业相对萎缩的动因分析	271
1、批发业相对萎缩的内生动因	271
2、批发业相对萎缩的外生动因	272
二、振兴批发业的战略方向	274
三、振兴批发业的策略建议	275
1、理顺政府对批发流通管理的体制	275
2、纠正政府对批零结构调整的传统政策取向	276
3、促进流通产业供应链整体协调与批发创新	276
4、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	276
5、促进国有批发企业改制，提升其运作效率	276
第十二章 中国大型批发企业经营情况分析	277
第一节 国药控股股份有限公司	277
一、公司简介	277
二、公司主营业务分析	279
三、公司经营情况分析	280
四、公司营销渠道及网络分析	284
五、公司发展战略分析	284
六、公司最新发展动态分析	284
第二节 庞大汽贸集团股份有限公司	285
一、公司简介	285

二、公司主营业务分析	286
三、公司经营情况分析	287
四、公司营销渠道及网络分析	288
五、公司发展战略分析	288
六、公司最新发展动态分析	289
第三节 九州通医药集团股份有限公司	290

一、公司简介	290
二、公司主营业务分析	291
三、公司经营情况分析	292
四、公司营销渠道及网络分析	293
五、公司发展战略分析	293
六、公司最新发展动态分析	298

第四节 上海物资贸易股份有限公司 300

一、公司简介	300
二、公司主营业务分析	300
三、公司经营情况分析	301
四、公司核心竞争力分析	301
五、公司发展战略分析	301
六、公司最新发展动态分析	301

第五节 厦门国贸集团股份有限公司 303

一、公司简介	303
二、公司主营业务分析	303
三、公司经营情况分析	304
四、公司经营计划分析	304
五、公司发展战略分析	305
六、公司最新发展动态分析	306

图表目录

图表：批发业大中小微型企业划分标准 7

图表：批发业统计限额标准 8

图表：2013年上半年GDP和工业增加值季度累计同比增速 17

图表：2012年GDP环比增长速度 18

图表：2012年我国规模以上工业企业利润分析 19

图表：2011-2012年主要行业利润增长情况 19

图表：2012年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 20

图表：2012年各月累计每百元主营业务收入的成本与主营业务收入利润表 20

图表：2012年分经济类型主营业务收入与利润总额速度 21

图表：2012年12月规模上工业企业账款情况 21

图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 22

图表：2012年分产业投资情况 23

图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 23

图表：2012年分登记注册类型投资情况 24

图表：2012年分项目隶属关系投资情况 24

图表：2012年分施工和新开工项目投资情况 25

图表：2012年1-12月份固定资产投资到位资金同比增速 25

图表：2012年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 26

图表：全国消费价格涨跌幅 28

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况（2010年12月价格=100） 29

图表：鲜菜、鲜果价格变动情况（2012年12月价格=100） 29

图表：2013年1月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 30

图表：2013年1月份居民价格分类别环比涨跌幅 31

图表：2013年1月居民消费价格主要数据 31

图表：2012年12月份社会消费品零售总额分月同比增长速度 33

图表：2012年12月我国城乡消费品零售额及增速情况 34

图表：2012年12月我国城乡消费品零售额及增速情况（按消费形态分） 34

图表：2012年12月份社会消费品零售总额主要数据 34

图表：2013年1-2月份社会消费品零售额分月同比增长速度 36

图表：2013年1-2月份社会消费品零售总额主要数据 36

图表：2012年城镇居民人均收入增长情况 37

图表：2012年我国城镇居民人均可支配收入 38

图表：2012年农村居民人均收入增长情况 38

图表：2012年我国农村居民人均可支配收入 39

图表：2012年我国农民工数量情况 39

图表：2012年居民消费价格指数 40

图表：2012年我国全国货物进出口情况 41

图表：2012年货物进出口总额及其增长速度 41

图表：2012年主要商品出口数量、金额及其增长速度 41

图表：2012年主要商品进口数量、金额及其增长速度 42

图表：2012年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 42

图表：2012年我国规模以上企业增加值分析 43

图表：2012年我国社会零售消费品总额环比增速分析 43

图表：2012年我国固定资产环比增速分析 44

图表：2012年与2013年我国CPI走势分析 45

图表：2013年各月CPI预测 46

图表：2008-2012年我国外汇储备情况 47

图表：我国房地产投资与固定资产投资比较 48

图表：2013年制造业投资增速与固定资产总投资比较 50

图表：城镇固定资产投资及其行业分项累计同比增速 51

图表：2013年上半年居民消费价格指数分析 52

图表：2013年上半年城乡居民可支配收入实际同比增速 53

图表：2013年上半年出口和进口名义累计同比增速 54

图表：美国经济增长率及贡献 55

图表：消费信贷同比增长 56

图表：可支配收入有所下降 57

图表：企业意愿调查显示企业投资难有根本起色 58

图表：房地产市场持续复苏 59

图表：市场继续缓慢改善 60

图表：通货膨胀处于低位 61

图表：欧元区经济增速触底反弹 64

图表：欧元区私人消费持续有力反弹 65

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降 66

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降 66

图表：欧元区主要国家十年期国债收益率继续下降 67

图表：欧元区私人投资反弹乏力 68

图表：欧元区存货投资低迷 68

图表：欧元区主要成员国失业率升势放缓 69

图表：欧元区消费者价格季度涨幅回落，但月度涨幅反弹 70

图表：欧元有效汇率稳中略升 70

图表：欧元兑美元和人民币贬值，兑日元和多数新兴市场货币升值 71

图表：日本经济稳步回升 75

图表：生产触底回升 76

图表：同比增长率显示日本出口逐渐向好 77

图表：PMI稳定在荣枯平衡线以上 78

图表：劳动力市场更加活跃 79

图表：日本的温和通货紧缩局面有所改善 80

图表：日经255指数近期有所回落 80

图表：日元贬值明显 81

图表：对中国进出口增速均有回升 84

图表：日本自中国进口的制造品占比上升 85

图表：韩国2013年第2季度经济温和复苏，物价水平仍保持稳定 87

图表：韩元处于贬值通道 88

图表：人民币继续对韩元升值，带动中国从韩进口 89

图表：韩国对华FDI增速仍显著快于全球对华FDI总额增速 89

图表：GDP增速平缓，通胀温和 91

图表：劳动力市场状况良好 91

图表：澳联储近期可能再次降息 93

图表：澳进出口开始回升 94

图表：中国对澳进出口增速也略有回升 94

图表：全球大宗商品价格下降 101

图表：中国目前企业盈利状况基本稳定：成本费用利润率 104

图表：中国的潜在增长率已显著下降：产出-物价曲线 105

图表：东盟经济第2季度增长略有放缓 110

图表：巴西国内投资持续低迷 116

图表：实际GDP同比增速 118

图表：2008-2012年农村居民纯收入及增长速度 121

图表：2008-2012年城镇居民纯收入及增长速度 122

图表：2008-2012年研究与试验发展经费支出情况 123

图表：2012年我国批发业企业单位数情况 144

图表：2012年我国批发业从业人数情况 144

图表：2012年我国批发业商品购进额 145

图表：2012年我国批发业商品销售额 145

图表：2012年我国批发业期末商品库存额 146

图表：2012年我国批发业实收资本及其构成 146

图表：2012年我国批发业主营业务收入 147

图表：2012年我国批发业主营业务收入 147

图表：2012年我国批发业负债情况 148

图表：2012年我国批发业业务成本情况 148

图表：2012年我国批发业总资产情况 149

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业企业单位数 152

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业企业单位数 152

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业商品购进额构成 153

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业商品销售额构成 153

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业期末商品库存额构成 154

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业主营业务收入构成 154

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业主营业务利润构成 155

图表：2012年我国批发业按国民经济行业分批发业主营业务成本构成 155

图表：2012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 156

图表：2012年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成 157

图表：2012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 157

图表：食品、饮料及烟草制品批发行业分行业费用比较 158

图表：2012年酒、饮料及茶叶批发市场规模 158

图表：2012年酒、饮料及茶叶批发结构分析 159

图表：2012年酒、饮料及茶叶批发企业数量及从业人数 163

图表：2012年烟草制品市场规模分析 163

图表：2012年烟草制品批零结构分析 164

图表：2012年我国烟酒批发企业排名 164

图表：2012年烟草制品批发企业分析 166

图表：2012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 167

图表：2012年纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成 167

图表：2012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 168

图表：2012年纺织、服装及日用品批发行业分行业费用比较 168

图表：2012年服装市场规模分析 169

图表：2012年服装批零结构分析 169

图表：2012年服装批发企业分析 171

图表：2012年鞋帽市场规模分析 172

图表：2012年鞋帽批零结构分析 172

图表：2012年鞋帽批发企业分析 174

图表：2012年医药及医疗器材批发行业分行业企业单位数及从业人数构成 175

图表：2012年医药及医疗器材批发行业分行业商品购、销、存构成 175

图表：2012年医药及医疗器材批发行业分行业主营业务收入及利润构成 176

图表：2012年医药及医疗器材批发行业分行业费用比较 176

图表：2012年中药材及中成药市场规模分析 177

图表：2012年中药材及中成药批零结构分析 177

图表：2012年中药材及中成药批发企业分析 181

图表：2012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 182

图表：2012年文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成 183

图表：2012年文化、体育用品及器材批发行业分行业利润构成 183

图表：2012年文化、体育用品及器材批发行业分行业费用比较 184

图表：2012年体育用品市场规模分析 184

图表：2012年体育用品批零结构分析 185

图表：2012年体育用品批发企业分析 186

图表：2012年图书市场规模分析 186

图表：2012年图书批零结构分析 187

图表：2012年限额以上批发和零售业产业活动单位和个体经营户基本情况统计 188

图表：2012年各地区批发业企业单位数及从业人数情况 189

图表：2012年各地区批发业企业商品购、销、存情况 190

图表：2012年各地区批发业企业主营业务收入及利润情况 191

图表：2012年北京批发业负债情况 192

图表：2012年北京市批发业经济效益分析 193

图表：2012年北京批发业商品购、销、存规模 193

图表：2012年上海市批发业资产负债规模 195

图表：2012年上海市批发业经济效益分析 196

图表：2012年上海市批发业商品购、销、存规模 196

图表：2012年广东省批发业资产负债规模 198

图表：2012年广东省批发业经济效益分析 199

图表：2012年广东省批发业商品购、销、存规模 199

图表：2012年江苏省批发业发展规模 201

图表：2012年江苏省批发业经济效益分析 202

图表：2012年江苏省批发业商品购、销、存规模 202

图表：2012年浙江省批发业资产负债规模 204

图表：2012年浙江省批发业经济效益分析 205

图表：2012年浙江省批发业商品购、销、存规模 205

图表：2012年山东省批发业资产负债规模 207

图表：2012年山东省批发业经济效益分析 207

图表：2012年山东省批发业商品购、销、存规模 207

图表：2012年天津市批发业资产负债规模 210

图表：2012年天津市批发业经济效益分析 211

图表：2012年天津市批发业商品购、销、存规模 211

图表：2012年辽宁省批发业资产负债规模 213

图表：2012年辽宁省批发业经济效益分析 213

图表：2012年辽宁省批发业商品购、销、存规模 214

图表：2012年福建省批发业经济效益分析 222

图表：2012年福建省批发业商品购、销、存规模 222

图表：批发市场一般作业流程 237

图表：2013年上半年国药控股股份有限公司行业构成分析 280

图表：2013年上半年国药控股股份有限公司产品构成分析 280

图表：2013年上半年国药控股股份有限公司地区构成分析 280

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区偿债能力分析 281

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区资本结构分析 281

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区经营效率分析 282

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区获利能力分析 282

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区发展能力分析 283

图表：2012-2013年国药控股股份有限公司地区现金流分析 283

图表：国药控股股份有限公司营销渠道及网络 284

图表：2013年上半年庞大汽贸集团股份有限公司经营情况分析 287

图表：2012-2013年庞大汽贸集团股份有限公司成长能力分析 287

图表：2012-2013年庞大汽贸集团股份有限公司盈利能力分析 288

图表：庞大汽贸集团股份有限公司营销渠道及网络 288

图表：2010-2012年九州通医药集团股份有限公司经营情况 292

图表：2012年九州通医药集团股份有限公司财务情况 293

图表：2013年上半年上海物资贸易股份有限公司业务收入情况 301

图表：2002-2012年厦门国贸集团股份有限公司经营情况 304

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103091.html>