2015-2020年中国批发业深度调研及发展策略研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国批发业发展背景综述
1.1 批发业相关概念
1.1.1 批发的概念与功能
（1）批发的概念
（2）批发的功能
1.1.2 批发商的分类体系
1.1.3 批发业的定义
1.1.4 批发经营的特点及业态
（1）批发经营的一般特点
（2）批发业态分析
1.2 批发业统计口径
1.2.1 批发业大中小微型企业划分标准
1.2.2 批发业统计限额标准
1.2.3 批发业主要统计指标解释
（1）批发业主要财务指标解释
（2）批发业商品购、销、存情况指标解释
（3）批发业主要经济效益分析指标解释
1.3 批发业发展环境
1.3.1 批发业政策环境分析
1.3.2 批发业经济环境分析
1.3.3 批发业社会环境分析
（1）需求结构发生变化
（2）新型产销关系出现
（3）物流、信息技术发展
（4）电子商务发展迅猛
1.3.4 批发业外贸环境分析
第2章：国外批发业发展启示
2.1 国外主要国家批发业发展现状及特征分析
2.1.1 美国批发业发展现状及特征分析
2.1.2 日本批发业发展现状及特征分析
2.1.3 法国批发业发展现状及特征分析
2.1.4 俄罗斯批发业发展现状及特征分析
2.2 国外批发业发展对我国的启示
2.2.1 强化为零售服务的功能
2.2.2 建立现代信息系统
2.2.3 充分发挥物流服务作用
2.2.4 科学合理组织货源
第3章：中国批发业发展现状分析
3.1 批发业发展规模
3.1.1 批发业企业单位数和从业人数
（1）企业单位数
（2）从业人数
3.1.2 批发业商品购、销、存规模
（1）商品购进额
（2）商品销售额
（3）期末商品库存额
3.1.3 批发业实收资本及其构成
（1）批发业实收资本规模
（2）批发业实收资本构成
3.2 批发业经营情况
3.2.1 批发业主要经营指标

3.2.2 批发业盈利能力分析
3.2.3 批发业运营能力分析
3.2.4 批发业偿债能力分析
3.2.5 批发业发展能力分析
3.3 批发业发展瓶颈
3.3.1 “重零售轻批发”的思想依然存在
3.3.2 零售商与生产商的双重挤压
3.3.3 批发市场结构趋同
3.3.4 批发企业规模过小
3.3.5 集约化程度低
第4章：中国批发业商品结构分析
4.1 批发业商品结构概况
4.1.1 按国民经济行业分批发业企业单位数及从业人数构成
（1）企业单位数构成
（2）从业人数构成
4.1.2 按国民经济行业分批发业商品购、销、存构成
（1）商品购进额构成
（2）商品销售额构成
（3）期末商品库存额构成
4.1.3 按国民经济行业分批发业主营业务收入及利润构成
（1）主营业务收入构成
（2）主营业务利润构成
（3）利润总额构成
4.1.4 按国民经济行业分批发业盈利能力比较
（1）主营业务毛利率比较
（2）费用率比较
（3）人均营业收入比较
4.2 食品、饮料及烟草制品批发市场分析
4.2.1 食品、饮料及烟草制品批发行业商品结构分析
（1）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
（2）食品、饮料及烟草制品批发行业分行业商品购、销、存构成
（3）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
（4）食品、饮料及烟草制品批发行业分行业盈利能力比较
4.2.2 饮料批发市场分析
（1）饮料产销规模分析
（2）饮料批零结构分析
（3）饮料批发现状及前景分析
（4）大型饮料批发企业分析
4.2.3 茶叶批发市场分析
（1）茶叶产销规模分析
（2）茶叶批零结构分析
（3）茶叶批发现状及前景分析
（4）大型茶叶批发企业分析
4.2.4 烟草制品批发市场分析
（1）烟草制品产销规模分析
（2）烟草制品批零结构分析
（3）烟草制品批发现状及前景分析
（4）大型烟草制品批发企业分析
4.3 纺织、服装及日用品批发市场分析
4.3.1 纺织、服装及日用品批发行业商品结构分析
（1）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
（2）纺织、服装及日用品批发行业分行业商品购、销、存构成
（3）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
（4）纺织、服装及日用品批发行业分行业盈利能力比较
4.3.2 服装批发市场分析
（1）服装产销规模分析
（2）服装批零结构分析
（3）服装批发现状及前景分析
（4）大型服装批发企业分析

4.3.3 鞋帽批发市场分析
（1）鞋帽产销规模分析
（2）鞋帽批零结构分析
（3）鞋帽批发现状及前景分析
（4）大型鞋帽批发企业分析
4.4 医药及医疗器材批发市场分析
4.4.1 医药及医疗器材批发行业商品结构分析
（1）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
（2）医药及医疗器材批发行业分行业商品购、销、存构成
（3）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
（4）医药及医疗器材批发行业分行业盈利能力比较
4.4.2 中药材及中成药批发市场分析
（1）中药材及中成药产销规模分析
（2）中药材及中成药批零结构分析
（3）中药材及中成药批发现状及前景分析
（4）大型中药材及中成药批发企业分析
4.5 文化、体育用品及器材批发市场分析
4.5.1 文化、体育用品及器材批发行业商品结构分析
（1）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
（2）文化、体育用品及器材批发行业分行业商品购、销、存构成
（3）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
（4）文化、体育用品及器材批发行业分行业盈利能力比较
4.5.2 体育用品批发市场分析
（1）体育用品产销规模分析
（2）体育用品批零结构分析
（3）体育用品批发现状及前景分析
（4）大型体育用品批发企业分析
4.5.3 图书批发市场分析
（1）图书产销规模分析
（2）图书批零结构分析
（3）图书批发现状及前景分析
（4）大型图书批发企业分析
第5章：中国批发业区域市场分析
5.1 批发业区域结构特征
5.1.1 各地区大中型批发业企业单位数及从业人数情况
5.1.2 各地区大中型批发业企业商品购、销、存情况
5.1.3 各地区大中型批发业企业主营业务收入及利润情况
5.1.4 各地区大中型批发业企业经济效益比较
5.2 北京市批发业发展分析
5.2.1 北京市批发业发展规模
（1）北京市批发业企业单位数及从业人数
（2）北京市批发业商品购、销、存规模
（3）北京市批发业资产负债规模
（4）北京市批发业营收规模
5.2.2 北京市批发业经济效益分析
5.2.3 北京市批零结构分析
5.2.4 北京市批发业发展特征
5.2.5 北京市批发业发展建议
5.3 上海市批发业发展分析
5.3.1 上海市批发业发展规模
（1）上海市批发业企业单位数及从业人数
（2）上海市批发业商品购、销、存规模
（3）上海市批发业资产负债规模
（4）上海市批发业营收规模
5.3.2 上海市批发业经济效益分析
5.3.3 上海市批零结构分析
5.3.4 上海市批发业发展建议
5.4 广东省批发业发展分析
5.4.1 广东省批发业发展规模

（1）广东省批发业企业单位数及从业人数
（2）广东省批发业商品购、销、存规模
（3）广东省批发业资产负债规模
（4）广东省批发业营收规模
5.4.2 广东省批发业经济效益分析
5.4.3 广东省批零结构分析
5.4.4 广东省批发业发展建议
5.5 江苏省批发业发展分析
5.5.1 江苏省批发业发展规模
（1）江苏省批发业企业单位数及从业人数
（2）江苏省批发业商品购、销、存规模
（3）江苏省批发业资产负债规模
（4）江苏省批发业营收规模
5.5.2 江苏省批发业经济效益分析
5.5.3 江苏省批零结构分析
5.5.4 江苏省批发业发展建议
5.6 浙江省批发业发展分析
5.6.1 浙江省批发业发展规模
（1）浙江省批发业企业单位数及从业人数
（2）浙江省批发业商品购、销、存规模
（3）浙江省批发业资产负债规模
（4）浙江省批发业营收规模
5.6.2 浙江省批发业经济效益分析
5.6.3 浙江省批零结构分析
5.6.4 浙江省批发业发展建议
5.7 山东省批发业发展分析
5.7.1 山东省批发业发展规模
（1）山东省批发业企业单位数及从业人数
（2）山东省批发业商品购、销、存规模
（3）山东省批发业资产负债规模
（4）山东省批发业营收规模
5.7.2 山东省批发业经济效益分析
5.7.3 山东省批零结构分析
5.7.4 山东省批发业发展建议
5.8 天津市批发业发展分析
5.8.1 天津市批发业发展规模
（1）天津市批发业企业单位数及从业人数
（2）天津市批发业商品购、销、存规模
（3）天津市批发业资产负债规模
（4）天津市批发业营收规模
5.8.2 天津市批发业经济效益分析
5.8.3 天津市批零结构分析
5.8.4 天津市批发业发展建议
5.9 辽宁省批发业发展分析
5.9.1 辽宁省批发业发展规模
（1）辽宁省批发业企业单位数及从业人数
（2）辽宁省批发业商品购、销、存规模
（3）辽宁省批发业资产负债规模
（4）辽宁省批发业营收规模
5.9.2 辽宁省批发业经济效益分析
5.9.3 辽宁省批零结构分析
5.9.4 辽宁省批发业发展建议
5.10 福建省批发业发展分析
5.10.1 福建省批发业发展规模
（1）福建省批发业企业单位数及从业人数
（2）福建省批发业商品购、销、存规模
（3）福建省批发业资产负债规模
（4）福建省批发业营收规模
5.10.2 福建省批发业经济效益分析

5.10.3 福建省批零结构分析
5.10.4 福建省批发业发展建议
第6章：中国批发市场发展分析
6.1 批发市场概述
6.1.1 批发市场的性质与功能
（1）批发市场的产生
（2）批发市场的概念
（3）批发市场的功能
6.1.2 批发市场的类型
（1）根据交易商品分
（2）根据专业化程度分
（3）根据市场与生产者或消费者的空间距离分
（4）根据交易量及规范程度分
6.1.3 批发市场的主体、交易规则与交易方法
（1）批发市场的主体
（2）批发市场的交易规则
（3）批发市场的交易方法
6.2 批发市场发展现状及发展策略分析
6.2.1 批发市场发展总体状况
6.2.2 批发市场面临的困境
（1）来自生产、零售企业的双重挤压
（2）现代城市建设带来的困境
（3）批发企业自身发展的局限性
6.2.3 批发市场转型升级建议
（1）加强品牌市场建设
（2）提高市场核心竞争力
（3）探索多种融资模式
（4）推广物联网技术建设智能市场
6.2.4 批发市场向现代物流转型建议
（1）批发市场转型为现代物流企业
1）转型后的物流模式
2）转型后的批发市场运作
（2）批发市场向现代物流企业转型的保障措施
6.2.5 批发市场发展规划
6.2.6 农产品批发市场发展现状及发展策略研究
（1）农产品市场流通体系改革发展历程
（2）农产品批发市场发展现状
（3）农产品批发市场存在的主要问题
（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
（5）农产品批发市场发展策略
第7章：中国批发业发展趋势及振兴策略研究
7.1 批发业发展趋势分析
7.1.1 现代批发业将发展成为新的市场主角
7.1.2 批发业的服务功能越发重要
7.1.3 建立现代化物流配送中心的进程将加快
7.1.4 借助电子商务扩大批发交易额
7.2 批发业振兴策略研究
7.2.1 批发业相对萎缩的动因分析
（1）批发业相对萎缩的内生动因
（2）批发业相对萎缩的外生动因
7.2.2 振兴批发业的战略方向
7.2.3 振兴批发业的策略建议
（1）理顺政府对批发流通管理的体制
（2）纠正政府对批零结构调整的传统政策取向
（3）促进流通产业供应链整体协调与批发创新
（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
（5）促进国有批发企业改制，提升其运作效率
（6）促进批发业电子商务的发展
第8章：中国大型批发企业经营情况分析

8.1 大型批发企业发展概况
8.2 部分大型批发企业经营情况分析
8.2.1 国药控股股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.2 庞大汽贸集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.3 九州通医药集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.4 上海物资贸易股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.5 厦门国贸集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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

（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.6 辽宁成大股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.7 南京医药股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.8 中化国际（控股）股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.9 江苏舜天股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.10 南京纺织品进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.11 华东医药股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.12 南方建材股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.13 浙江震元股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.14 厦门信达股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.15 中国石化山东泰山石油股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.16 深圳一致药业股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
1）主要经济指标分析
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
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.17 安徽省徽商金属股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.18 南京华能南方实业开发股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.19 中邮普泰通信服务股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.20 中基宁波集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.21 深圳市爱施德股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.22 宁波市慈溪进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析

8.2.23 安徽省技术进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.24 浙江省粮油食品进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.25 上海丝绸集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.26 广东省轻工进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.27 江苏舜天国际集团机械进出口股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.28 北大荒营销股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.29 浙江中捷环洲供应链集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.30 浙江话机世界数码连锁集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.31 浙江珍诚医药在线股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析

（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析
8.2.32 广东新华发行集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）公司主营业务分析
（3）公司经营情况分析
（4）公司营销渠道及网络分析
（5）公司发展战略分析
（6）公司最新发展动态分析

图表目录

图表1：2009-2013年批发业大中型企业单位数（单位：个）
图表2：2013年批发业限额以上企业单位数（单位：个）
图表3：2013年批发业大中型企业与限额以上企业登记注册类型构成对比（单位：%）
图表4：2013年批发业大中型企业与限额以上企业控股情况对比（单位：%）
图表5：2009-2013年批发业大中型企业从业人数（单位：万人）
图表6：2013年批发业限额以上企业从业人数（单位：万人）
图表7：2009-2013年批发业大中型企业商品购进额（单位：亿元）
图表8：2013年批发业限额以上企业商品购进额（单位：亿元）
图表9：2009-2013年批发业大中型企业商品销售额（单位：亿元）
图表10：2013年批发业限额以上企业商品销售额（单位：亿元）
图表11：2009-2013年批发业大中型企业期末商品库存额（单位：亿元）
图表12：2013年批发业限额以上企业期末商品库存额（单位：亿元）
图表13：2009-2013年批发业大中型企业实收资本（单位：亿元）
图表14：2013年批发业限额以上企业实收资本（单位：亿元）
图表15：2009-2013年批发业大中型企业实收资本构成比较（单位：%）
图表16：2013年批发业限额以上企业实收资本构成（单位：%）
图表17：2009-2013年批发业大中型企业主要经营指标（单位：亿元）
图表18：2009-2013年中国批发业大中型企业盈利能力分析（单位：%）
图表19：2013年中国批发业大中型企业运营能力分析（单位：次）
图表20：2009-2013年中国批发业大中型企业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表21：2013年中国批发业大中型企业发展能力分析（单位：%）
图表22：2013年批发业大中型企业单位数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表23：2013年批发业限额以上企业单位数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表24：2013年批发业大中型企业从业人数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表25：2013年批发业限额以上企业从业人数按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表26：2013年批发业大中型企业商品购进额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表27：2013年批发业限额以上企业商品购进额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表28：2013年批发业大中型企业商品销售额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表29：2013年批发业限额以上企业商品销售额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表30：2013年批发业大中型企业期末商品库存额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表31：2013年批发业限额以上企业期末商品库存额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表32：2013年批发业大中型企业主营业务收入按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表33：2013年批发业限额以上企业主营业务收入按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表34：2013年批发业大中型企业主营业务利润按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表35：2013年批发业限额以上企业主营业务利润按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表36：2013年批发业大中型企业利润总额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表37：2013年批发业限额以上企业利润总额按国民经济行业划分构成图（单位：%）
图表38：2013年批发业大中型企业主营业务毛利率按国民经济行业划分比较图（单位：%）
图表39：2013年批发业限额以上企业主营业务毛利率按国民经济行业划分比较图（单位：%）
图表40：2013年批发业大中型企业费用率按国民经济行业划分比较图（单位：%）
图表41：2013年批发业限额以上企业费用率按国民经济行业划分比较图（单位：%）
图表42：2013年批发业大中型企业人均营业收入按国民经济行业划分比较图（单位：万元）

图表43：2013年批发业限额以上企业人均营业收入按国民经济行业划分比较图（单位：万元）
图表44：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业大中型企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表45：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业限额以上企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表46：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业大中型企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表47：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业限额以上企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表48：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业大中型企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表49：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业限额以上企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表50：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业大中型企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表51：2013年食品、饮料及烟草制品批发行业分行业限额以上企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表52：2013年大型饮料批发企业名单
图表53：2013年大型茶叶批发企业名单
图表54：2013年大型烟草制品批发企业名单
图表55：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业大中型企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表56：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业限额以上企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表57：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业大中型企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表58：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业限额以上企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表59：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业大中型企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表60：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业限额以上企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表61：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业大中型企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表62：2013年纺织、服装及日用品批发行业分行业限额以上企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表63：2013年大型服装批发企业名单
图表64：2013年大型鞋帽批发企业名单
图表65：2013年医药及医疗器材批发行业分行业大中型企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表66：2013年医药及医疗器材批发行业分行业限额以上企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表67：2013年医药及医疗器材批发行业分行业大中型企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表68：2013年医药及医疗器材批发行业分行业限额以上企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表69：2013年医药及医疗器材批发行业分行业大中型企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表70：2013年医药及医疗器材批发行业分行业限额以上企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表71：2013年医药及医疗器材批发行业分行业大中型企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表72：2013年医药及医疗器材批发行业分行业限额以上企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表73：2013年大型中药材及中成药批发企业名单
图表74：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业大中型企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表75：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业限额以上企业单位数及从业人数构成（单位：个，万人）
图表76：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业大中型企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表77：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业限额以上企业商品购、销、存构成（单位：万元）
图表78：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业大中型企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表79：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业限额以上企业主营业务收入及利润构成（单位：万元）
图表80：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业大中型企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表81：2013年文化、体育用品及器材批发行业分行业限额以上企业盈利能力比较构成（单位：%，万元）
图表82：2013年大型体育用品批发企业名单
图表83：2013年大型图书批发企业名单
图表84：2013年国药控股股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表85：2011-2013年国药控股股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表86：2011-2013年国药控股股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表87：2011-2013年国药控股股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表88：2011-2013年国药控股股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表89：2011-2013年国药控股股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表90：2013年国药控股股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表91：2013年庞大汽贸集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表92：2011-2013年庞大汽贸集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表93：2011-2013年庞大汽贸集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表94：2011-2013年庞大汽贸集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表95：2011-2013年庞大汽贸集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表96：2011-2013年庞大汽贸集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表97：2013年庞大汽贸集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表98：2013年九州通医药集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表99：2011-2013年九州通医药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表100：2011-2013年九州通医药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表101：2011-2013年九州通医药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表102：2011-2013年九州通医药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表103：2011-2013年九州通医药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表104：2013年九州通医药集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表105：2013年上海物资贸易股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表106：2011-2013年上海物资贸易股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表107：2011-2013年上海物资贸易股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表108：2011-2013年上海物资贸易股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表109：2011-2013年上海物资贸易股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表110：2011-2013年上海物资贸易股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表111：2013年上海物资贸易股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表112：2013年厦门国贸集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表113：2011-2013年厦门国贸集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表114：2011-2013年厦门国贸集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表115：2011-2013年厦门国贸集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表116：2011-2013年厦门国贸集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表117：2011-2013年厦门国贸集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表118：2013年厦门国贸集团股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表119：2013年辽宁成大股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表120：2011-2013年辽宁成大股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

……略。

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！