

2010-2015年中国零售百货 行业投资分析及深度研究咨询报告

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

《2010-2015年中国零售百货行业投资分析及深度研究咨询报告》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/201012/58097.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

→内容简介

2009年，在政策引导下，社会经济平稳增长，社会消费品零售总额实际增长16.9%，高于最近8年平均增速3.3个百分点。现阶段中国百货业存在的问题是：片面追求规模，发展质量不高、发展结构失衡、低水平重复投资、零供关系不稳定、同业竞争不规范等，已经成为限制零售业进一步发展的瓶颈。在面对危机时，一些发展模式不够科学、管理体系不够精细、经营模式僵化的企业陷入困境。中国百货业发展出现了局部过剩，但是整体不足，百货零售店面数量和市场东部地区占65%，中部地区占21%，而西部地区仅有14%。同时行业整体盈利能力虽然不断提高，但是盈利空间相对狭窄。此外，品牌结构雷同、营销内涵单调、价格战等问题都制约着中国百货业的发展。2010年中国百货业行业巨头和区域龙头将开展对二三线城市市场的开拓，并积极促进百货行业超市化、购物中心化的进程，促进大型百货商场向购物、餐饮、娱乐多元化道路发展。

2010年6月社会消费品零售总额同比增长18.3%，扣除价格因素，实际同比增长15.4%，增速较上月下降0.2个百分点。2008年以来政府促销费政策见效果，汽车、医疗以及家电等均有刺激政策出台，整体社会消费增势明显优于宏观经济之表现。2010年中央经济工作会议明确提出，把增加居民消费作为扩大内需的重点。国家促经济增长大战略已从投资、出口转向内需拉动，希望“消费”能撑起中国经济的“半壁江山”。随着国家更多培育和鼓励消费的政策出台，以及上海世博会、广州亚运会等大事件带动，2010年商业零售业仍将保持强劲增长的势头，社会消费品零售总额增幅将超过2009年，预计达到20%以上。自2009年二季度以来，我国整体消费增速回升，消费对GDP的贡献率不断上升。2010年国家又出台了8条促进消费的政策，除了终止个人住房转让营业税优惠政策外，2008年底启动的7项重要优惠政策均得以延续。国家大战略已从投资、出口转向内需拉动，而消费拉动将在今后10-15年内不断扩大，成为促进经济增长的新动力。

无论是经济危机还是后经济危机时代，中国人的消费仍是一根救命稻草。从数据上看，中国人的消费能力值得称赞。过去7年间，我国居民消费实际增长率平均为14%，近两倍于GDP增速；2009年第三季度，我国实际消费增长率接近17%。相比之下，金融危机之前，美国的消费增长率是3.5%，基本与经济增长持平。在后工业化时代，我国消费增长率有望增长到50%。只有第三产业得到发展，才能够有效地拉动消费。近几年，我国第三产业占国民经济的比重维持在40%上下，而发达国家通常在60%以上。这一现状预示着，我国仍有巨大的消费潜力可以挖掘。随着社会保障体系、住房、医疗、教育等领域的完善，以及80后、90后年轻一代逐渐登上历史舞台，我国的消费观念将发生巨变。那么，未来零售业的发展会有怎样

的变化？市场竞争力如何？投资热点在哪里？又有什么样的走向呢？

本研究咨询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、中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国经济景气监测中心、中国百货商业协会、中国联商网、国内外相关刊物杂志的基础信息以及零售百货研究单位等公布和提供的大量资料，结合对零售百货相关企业的实地调查，对我国零售百货行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了零售百货行业的前景与风险。报告揭示了零售百货市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业现状与前景分析

第一章 中国零售业发展分析 1

第一节 中国零售业发展概况 1

一、零售业态定义 1

二、零售业态分类和基本特点 1

三、中国零售业市场规模 4

第二节 我国商业零售业发展分析 5

一、2010年上半年零售行业发展态势 5

二、2009-2010年中国零售业发展态势 5

三、我国商业零售业发展存在问题 7

四、我国商业零售业发展策略 8

第三节 零售业市场竞争分析 10

一、中国零售民企竞争发展状况 10

二、本土零售企业优劣势分析 15

三、中国零售业竞争格局 19

四、中国区域零售业竞争格局 21

五、我国零售业竞争战略 27

第四节 零售业发展趋势分析 32

一、零售业公司品牌化趋势 32

二、零售业发展趋势分析	39
三、零售业发展趋向分析	41
第二章 全球零售业发展概述	45
第一节 2009-2010年德国零售业的发展	45
一、2009-2010年德国零售行业发展情况	45
二、2009-2010年德国主要零售业表现	45
三、2009-2010年德国零售自有品牌前景	47
四、2009-2010年德国零售额下降情况分析	47
五、2009-2010年德国零售业销售额分析	47
第二节 2009-2010年美国零售业发展	48
一、美国商业零售业的特点	48
二、2009年美国最热门零售商排行榜	53
三、2010年美国零售业销售状况分析	55
四、美国零售业发展对中国的启示	55
第三节 2009-2010年日本零售业发展	56
一、日本零售业业态的概述	56
二、日本零售业态结构分析	61
三、2009年日本零售百货企业应对金融危机的措施	64
第四节 2009-2010年其他国家零售业发展	67
一、金融危机对意大利零售业的影响	67
二、2009-2010年新西兰零售额增长情况	67
三、2009-2010年法国购物中心发展情况	69
四、2009-2010年韩国百货商店销售情况	70
五、2009-2010年智利零售企业投资情况	71
第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点	71
一、零售业态的多样化	71
二、经营国际化、连锁化	73
三、组织结构集中化、规模化	74
四、流通功能的主导化	75
五、城市商业网点布局的转移	76
六、商业经营管理的高技术化、现代化	77
第三章 2009-2010年零售业发展态势	80

第一节 2009-2010年中国零售业的发展分析	80
一、2009年零售业发展增速情况	80
二、金融危机对零售业的影响	84
三、2009年零售企业逆势加强渠道建设	87
第二节 2009-2010年中国零售业发展形势	88
一、2009-2010年中国千家重点零售企业零售额分析	88
二、2009-2010年零售行业发展情况	100
三、2009-2010年零售行业关注并购重组	108
四、2009-2010年零售业面临并购重组新机遇	110
五、2009-2010年整体零售市场增长情况	111
第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析	113
一、民营企业的转型之痛	113
二、民营企业的转型思路	114
三、民营企业的应对策略	115
第四节 我国农村零售业的现状及发展对策	117
一、农村零售业的新特点	117
二、农村零售业存在的主要问题	118
三、发展农村零售业的必要性	120
四、发展农村零售业的策略	122
五、我国零售商业农村市场的开拓	124
第四章 中国零售百货行业区域市场分析	133
第一节 华北地区零售百货行业分析	133
一、2009-2010年行业发展现状分析	133
二、2009-2010年市场规模情况分析	139
三、2010-2015年市场需求情况分析	139
四、2010-2015年行业发展前景预测	139
五、2010-2015年行业投资风险预测	140
第二节 东北地区零售百货行业分析	140
一、2009-2010年行业发展现状分析	140
二、2009-2010年市场规模情况分析	141
三、2010-2015年市场需求情况分析	142
四、2010-2015年行业发展前景预测	142

五、2010-2015年行业投资风险预测	142
第三节 华东地区零售百货行业分析	142
一、2009-2010年行业发展现状分析	142
二、2009-2010年市场规模情况分析	144
三、2010-2015年市场需求情况分析	146
四、2010-2015年行业发展前景预测	146
五、2010-2015年行业投资风险预测	146
第四节 华南地区零售百货行业分析	146
一、2009-2010年行业发展现状分析	146
二、2009-2010年市场规模情况分析	148
三、2010-2015年市场需求情况分析	148
四、2010-2015年行业发展前景预测	148
五、2010-2015年行业投资风险预测	148
第五节 华中地区零售百货行业分析	149
一、2009-2010年行业发展现状分析	149
二、2009-2010年市场规模情况分析	150
三、2010-2015年市场需求情况分析	151
四、2010-2015年行业发展前景预测	151
五、2010-2015年行业投资风险预测	151
第六节 西南地区零售百货行业分析	151
一、2009-2010年行业发展现状分析	151
二、2009-2010年市场规模情况分析	152
三、2010-2015年市场需求情况分析	153
四、2010-2015年行业发展前景预测	153
五、2010-2015年行业投资风险预测	153
第七节 西北地区零售百货行业分析	153
一、2009-2010年行业发展现状分析	153
二、2009-2010年市场规模情况分析	154
三、2010-2015年市场需求情况分析	154
四、2010-2015年行业发展前景预测	155
五、2010-2015年行业投资风险预测	155
第五章 2009-2010年零售连锁市场发展	156

第一节 零售业连锁发展情况 156

- 一、2009年度中国连锁百强排行名单 156
- 二、我国连锁零售企业存在的问题分析 159
- 三、2010年中国零售连锁业展望 163
- 四、未来连锁零售业发展趋势 165

第二节 中国大型连锁零售企业成长路径 167

- 一、中国大型连锁零售企业成长的特征 167
- 二、中国大型连锁零售企业成长的条件 169
- 三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素 170
- 四、中国大型连锁零售企业成长的路径 171

第三节 我国零售消费者行为分析 174

- 一、我国零售消费者行为特点分析 174
- 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 176

第六章 我国零售业主要细分市场分析 179

第一节 超市业发展分析 179

- 一、2009年超市业态发展态势 179
- 二、超市消费者购买行为分析 184
- 三、2010年超市业态发展展望 185
- 四、2010年超市业增长形势预测 187

第二节 便利店发展分析 192

- 一、便利店的特征分析 192
- 二、便利店的创新与延伸 193
- 三、便利店的经营策略 194
- 四、便利店应对金融危机的策略 196

第三节 购物中心发展分析 198

- 一、2010年购物中心的发展空间 198
- 二、我国购物中心发展策略分析 200
- 三、购物中心的未来发展趋势 202

第四节 仓储式商场发展分析 205

- 一、仓储式商场的营销特点 205
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 207
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议 208

四、2009-2010年仓储式商场销售情况 209

第五节 百货业发展分析 210

一、2010年百货业发展形势 210

二、2010年百货业发展展望 213

三、2010年中国百货行业走向 216

第六节 专业店发展分析 217

一、2009年中国网上零售市场规模 217

二、2009-2010年家居零售业发展分析 218

三、2009-2010年医药零售业发展情况 222

四、2010年药品零售行业展望 225

第七章 零售百货行业投资与发展前景分析 228

第一节 2009年零售百货行业投资情况分析 228

一、2009年零售百货行业总体投资结构 228

二、2009年零售百货行业投资环境 229

三、2009年零售百货行业投资规模情况 233

四、2009年零售百货分行业投资分析 234

五、2009年零售百货分地区投资分析 235

第二节 零售百货行业投资机会分析 238

一、可以投资的零售百货模式 238

二、2010年零售百货行业投资环境 242

三、2010年零售百货投资机会 244

四、2010年零售百货投资新方向 245

第三节 零售百货行业发展前景分析 246

一、零售百货市场发展前景分析 246

二、我国零售百货市场蕴藏的商机 247

三、后危机时代零售百货市场的发展前景 251

四、2010年零售百货市场面临的发展商机 253

五、2010-2015年零售百货市场面临的发展商机 254

第二部分 市场竞争格局与形势

第八章 零售百货行业竞争格局分析 255

第一节 零售百货行业集中度分析 255

一、零售百货市场集中度分析 255

二、零售百货企业集中度分析	255
三、零售百货区域集中度分析	255
第二节 零售百货行业主要企业竞争力分析	256
一、重点企业总资产对比分析	256
二、重点企业从业人员对比分析	256
三、重点企业全年营业收入对比分析	256
四、重点企业利润总额对比分析	256
五、重点企业综合竞争力对比分析	257
第三节 零售百货行业竞争格局分析	257
一、2009年零售百货行业竞争分析	257
二、2009年中外零售百货产品竞争分析	258
三、2009-2010年国内外零售百货竞争分析	258
四、2009-2010年我国零售百货市场竞争分析	259
五、2009-2010年我国零售百货市场集中度分析	264
六、2010-2015年国内主要零售百货企业动向	264
第九章 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析	265
第一节 零售百货行业发展概况	265
一、零售百货行业发展特点分析	265
二、零售百货行业投资现状分析	266
三、零售百货行业总产值分析	267
第二节 2009-2010年零售百货行业市场情况分析	268
一、零售百货行业市场发展分析	268
二、零售百货市场存在的问题	270
三、零售百货市场规模分析	271
第三节 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析	273
第三部分 盈利水平与企业分析	
第十章 中国零售百货行业整体运行指标分析	275
第一节 2009-2010年中国零售百货行业总体规模分析	275
一、企业数量结构分析	275
二、行业生产规模分析	275
第二节 2009-2010年中国零售百货行业财务指标总体分析	276
一、行业盈利能力分析	276

二、行业偿债能力分析	276
三、行业营运能力分析	278
四、行业发展能力分析	278
第十一章 零售百货行业赢利水平分析	279
第一节 产销运存分析	279
一、2009-2010年零售百货行业产销情况	279
二、2009-2010年零售百货行业库存情况	279
三、2009-2010年零售百货行业资金周转情况	279
第二节 盈利水平分析	280
一、2009-2010年零售百货行业价格走势	280
二、2009-2010年零售百货行业营业收入情况	280
三、2009-2010年零售百货行业毛利率情况	281
四、2009-2010年零售百货行业赢利能力	281
五、2009-2010年零售百货行业赢利水平	281
六、2010-2015年零售百货行业赢利预测	282
第十二章 零售百货行业盈利能力分析	283
第一节 2009-2010年中国零售百货行业利润总额分析	283
一、利润总额分析	283
二、不同规模企业利润总额比较分析	283
三、不同所有制企业利润总额比较分析	283
第二节 2009-2010年中国零售百货行业销售利润率	283
一、销售利润率分析	283
二、不同规模企业销售利润率比较分析	284
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	284
第三节 2009-2010年中国零售百货行业总资产利润率分析	284
一、总资产利润率分析	284
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	285
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析	285
第四节 2009-2010年零售百货行业产值利税率分析	285
一、产值利税率分析	285
二、不同规模企业产值利税率比较分析	285
三、不同所有制企业产值利税率比较分析	286

第十三章 外资重点企业分析 287

第一节 沃尔玛公司 287

一、企业概况 287

二、2009-2010年经营状况 287

三、2010-2015年盈利能力 288

四、2010-2015年投资风险 288

第二节 家乐福集团 288

一、企业概况 288

二、2009-2010年经营状况 289

三、2010-2015年盈利能力 290

四、2010-2015年投资风险 290

第三节 麦德龙集团 290

一、企业概况 290

二、2009-2010年经营状况 291

三、2010-2015年盈利能力 292

四、2010-2015年投资风险 292

第四节 特易购 292

一、企业概况 292

二、2009-2010年经营状况 293

三、2010-2015年盈利能力 293

四、2010-2015年投资风险 294

第五节 7-Eleven便利商店集团 294

一、企业概况 294

二、2009-2010年经营状况 295

三、2010-2015年盈利能力 295

四、2010-2015年投资风险 296

第六节 宜家集团 296

一、企业概况 296

二、2009-2010年经营状况 297

三、2010-2015年盈利能力 298

四、2010-2015年投资风险 298

第十四章 我国重点企业分析 299

第一节 百联集团有限公司 299

一、企业概况 299

二、2009-2010年经营状况 300

三、2010-2015年盈利能力 304

四、2010-2015年投资风险 304

第二节 华润集团有限公司 305

一、企业概况 305

二、2009-2010年经营状况 305

三、2010-2015年盈利能力 306

四、2010-2015年投资风险 307

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 307

一、企业概况 307

二、2009-2010年经营状况 307

三、2010-2015年盈利能力 313

四、2010-2015年投资风险 313

第四节 国美电器有限公司 314

一、企业概况 314

二、2009-2010年经营状况 314

三、2010-2015年盈利能力 315

四、2010-2015年投资风险 316

第五节 苏宁电器股份有限公司 316

一、企业概况 316

二、2009-2010年经营状况 317

三、2010-2015年盈利能力 323

四、2010-2015年投资风险 323

第六节 大商集团股份有限公司 324

一、企业概况 324

二、2009-2010年经营状况 326

三、2010-2015年盈利能力 331

四、2010-2015年投资风险 332

第七节 苏果超市有限公司 332

一、企业概况 332

二、2009-2010年经营状况 333

三、2010-2015年盈利能力 334

四、2010-2015年投资风险 334

第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司 334

一、企业概况 334

二、2009-2010年经营状况 335

三、2010-2015年盈利能力 340

四、2010-2015年投资风险 341

第九节 重庆百货大楼股份有限公司 341

一、企业概况 341

二、2009-2010年经营状况 342

三、2010-2015年盈利能力 346

四、2010-2015年投资风险 346

第十节 北京华联综合超市股份有限公司 347

一、企业概况 347

二、2009-2010年经营状况 347

三、2010-2015年盈利能力 351

四、2010-2015年投资风险 352

第四部分 投资策略与风险预警

第十五章 零售百货行业投资策略分析 353

第一节 行业发展特征 353

一、行业的周期性 353

二、行业的区域性 353

三、行业的上下游 353

四、行业经营模式 353

第二节 行业投资形势分析 354

一、行业发展格局 354

二、行业进入壁垒 355

三、行业SWOT分析 356

四、行业五力模型分析 356

第三节 零售百货行业投资效益分析 360

一、2009年零售百货行业投资状况分析 360

二、2009年零售百货行业投资效益分析	361
三、2010-2015年零售百货行业投资方向	361
四、2010-2015年零售百货行业投资建议	362
第四节 零售百货行业投资策略研究	363
一、2009年零售百货行业投资策略	363
二、2010年零售百货行业投资策略	373
三、2010-2015年零售百货行业投资策略	381
四、2010-2015年零售百货细分行业投资策略	382
第十六章 零售百货行业投资风险预警	383
第一节 影响零售百货行业发展的主要因素	383
一、2010年影响零售百货行业运行的有利因素	383
二、2010年影响零售百货行业运行的稳定因素	385
三、2010年影响零售百货行业运行的不利因素	386
四、2010年我国零售百货行业发展面临的挑战	386
五、2010年我国零售百货行业发展面临的机遇	388
第二节 零售百货行业投资风险预警	389
一、2010-2015年零售百货行业市场风险预测	389
二、2010-2015年零售百货行业政策风险预测	390
三、2010-2015年零售百货行业经营风险预测	391
四、2010-2015年零售百货行业技术风险预测	391
五、2010-2015年零售百货行业竞争风险预测	391
六、2010-2015年零售百货行业其他风险预测	392
第五部分 行业趋势及规划建议	
第十七章 零售百货行业发展趋势分析	393
第一节 2010-2015年中国零售百货市场趋势分析	393
一、2009-2010年我国零售百货市场趋势总结	393
二、2010-2015年我国零售百货发展趋势分析	394
第二节 2010-2015年零售百货产品发展趋势分析	395
一、2010-2015年零售百货产品技术趋势分析	395
二、2010-2015年零售百货产品价格趋势分析	400
第三节 2010-2015年中国零售百货行业供需预测	400
一、2010-2015年中国零售百货供给预测	400

二、2010-2015年中国零售百货需求预测	400
三、2010-2015年中国零售百货价格预测	400
第四节 2010-2015年零售百货行业规划建议	401
一、零售百货行业“十一五”整体规划	401
二、零售百货行业“十二五”规划预测	404
三、2010-2015年零售百货行业规划建议	405
第十八章 零售百货企业管理策略建议	407
第一节 市场策略分析	407
一、零售百货价格策略分析	407
二、零售百货渠道策略分析	413
第二节 销售策略分析	416
一、媒介选择策略分析	416
二、产品定位策略分析	420
三、企业宣传策略分析	425
第三节 提高零售百货企业竞争力的策略	430
一、提高中国零售百货企业核心竞争力的对策	430
二、零售百货企业提升竞争力的主要方向	436
三、影响零售百货企业核心竞争力的因素及提升途径	438
四、提高零售百货企业竞争力的策略	442
第四节 对我国零售百货品牌的战略思考	444
一、零售百货实施品牌战略的意义	444
二、零售百货企业品牌的现状分析	449
三、我国零售百货企业的品牌战略	449
四、零售百货品牌战略管理的策略	452

图表目录

图表：零售商品品牌战略的类型	33
图表：服务业三种类型的营销	37
图表：2009年11月份我国千家重点零售企业销售额	90
图表：2010年5月份千家重点零售企业汽车零售额	92
图表：2010年5月份千家重点零售企业金银珠宝销售额	92
图表：2010年5月份千家重点零售企业家电销售额	93
图表：2010年5月份千家重点零售企业通讯器材销售额	93

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额增长状况 96

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额 97

图表：2010年8月份千家重点零售企业汽车销售额 97

图表：2010年8月份千家重点零售企业家电销售额 98

图表：2010年8月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 98

图表：2010年8月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 99

图表：北京及周边地区便利店数量统计 134

图表：苏宁、国美华北分店店面分布 138

图表：2009年我国华北地区社会消费品零售总额（本期数） 139

图表：2009年我国东北地区社会消费品零售总额（本期数） 141

图表：2009年我国华东地区社会消费品零售总额（本期数） 144

图表：2009年我国华南地区社会消费品零售总额（本期数） 148

图表：2009年我国华中地区社会消费品零售总额（本期数） 150

图表：2009年我国西南地区社会消费品零售总额（本期数） 152

图表：2009年我国西北地区社会消费品零售总额（本期数） 154

图表：2009年中国连锁百强排行 156

图表：2009年年我国仓储式商场销售额 209

图表：2010年我国仓储式商场销售额 210

图表：中国网上零售市场B2C与C2C交易规模占比 217

图表：2009年1月国民经济指标 229

图表：2009年2月国民经济指标 229

图表：2009年3月国民经济指标 230

图表：2009年4月国民经济指标 230

图表：2009年5月国民经济指标 230

图表：2009年6月国民经济指标 231

图表：2009年7月国民经济指标 231

图表：2009年8月国民经济指标 231

图表：2009年9月国民经济指标 232

图表：2009年10月国民经济指标 232

图表：2009年11月国民经济指标 232

图表：2009年12月国民经济指标 233

图表：2010年1月国民经济指标 243

图表：2010年2月国民经济指标 243

图表：2010年3月国民经济指标 243

图表：2010年4月国民经济指标 243

图表：2010年5月国民经济指标 244

图表：2010年6月国民经济指标 244

图表：2007-2010年零售业产债能力速动比率 276

图表：2007-2010年零售业产债能力流动比率 277

图表：2007-2010年零售业产债能力现金负债比率 277

图表：2007-2010年零售业产债能力股东权益比率 277

图表：2007-2010年零售业产债能力资产负债率 278

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营构成 300

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司每股指标 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司获利能力 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司经营能力 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司偿债能力 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司资本结构 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司发展能力 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司现金流量 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营业务收入 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营业务利润 303

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司营业利润 303

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司利润总额 303

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司净利润 304

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成 309

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司每股指标 309

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司获利能力 310

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力 310

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力 310

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司资本结构 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司现金流量 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务收入 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务利润 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司营业利润 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润总额 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司净利润 312

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营构成 319

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司每股指标 320

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司获利能力 320

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司经营能力 321

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司偿债能力 321

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司资本结构 321

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司发展能力 321

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司现金流量 321

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 322

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 322

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司营业利润 322

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司利润总额 323

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司净利润 323

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营构成 327

图表：2009-2010年大商股份有限公司每股指标 328

图表：2009-2010年大商股份有限公司获利能力 328

图表：2009-2010年大商股份有限公司经营能力 328

图表：2009-2010年大商股份有限公司偿债能力 328

图表：2009-2010年大商股份有限公司资本结构 329

图表：2009-2010年大商股份有限公司发展能力 329

图表：2009-2010年大商股份有限公司现金流量 329

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务收入 329

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务利润 330

图表：2009-2010年大商股份有限公司营业利润 330

图表：2009-2010年大商股份有限公司利润总额 330

图表：2009-2010年大商股份有限公司净利润 331

图表：2000-2009年大商股份净资产收益率 331

图表：2000-2009年大商股份总资产收益率 331

图表：2000-2009年大商股份净利润率	332
图表：2000-2009年大商股份毛利率	332
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成	336
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标	337
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力	337
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力	337
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力	338
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构	338
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力	338
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量	338
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务收入	339
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务利润	339
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司营业利润	339
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司利润总额	339
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司净利润	340
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营构成	342
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司每股指标	343
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司获利能力	343
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司经营能力	343
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力	344
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司资本结构	344
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司发展能力	344
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司现金流量	344
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务收入	345
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务利润	345
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司营业利润	345
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司利润总额	346
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司净利润	346
图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营构成	347
图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司每股指标	348
图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司获利能力	348
图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司经营能力	349

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力 349

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司资本结构 349

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司发展能力 349

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司现金流量 350

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入 350

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润 350

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司营业利润 350

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司利润总额 351

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司净利润 351

图表：中国百货业SWOT简易分析 356

图表：2009年1月社会消费品零售总额 364

图表：2009年2月社会消费品零售总额 364

图表：2009年3月社会消费品零售总额 365

图表：2009年4月社会消费品零售总额 365

图表：2009年5月社会消费品零售总额 366

图表：2009年6月社会消费品零售总额 366

图表：2009年7月社会消费品零售总额 367

图表：2009年8月社会消费品零售总额 367

图表：2009年9月社会消费品零售总额 368

图表：2009年10月社会消费品零售总额 368

图表：2009年11月社会消费品零售总额 369

图表：2009年12月社会消费品零售总额 369

图表：2006年5月-2008年10月限额以上零售分产品同比增速 372

图表：2007年5月-2008年10月重点零售企业销售同比增速（分业态） 373

图表：2010年1月社会消费品零售总额 376

图表：2010年2月社会消费品零售总额 376

图表：2010年3月社会消费品零售总额 377

图表：2010年4月社会消费品零售总额 377

图表：2010年5月社会消费品零售总额 378

图表：2010年6月社会消费品零售总额 378

图表：2010年7月社会消费品零售总额 379

图表：2010年8月社会消费品零售总额 379

图表：2010年8月社会消费品零售总额 380

图表：2010年8月社会消费品零售总额 380

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201012/58097.html>