

2014-2020年中国连锁超市 市场监测与发展趋势研究报告

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

《2014-2020年中国连锁超市市场监测与发展趋势研究报告》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/201409/111562.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

内在国民经济增长驱动中被政府赋予的期望越来越大，“十二五”规划首次把扩大内需单列，明确指出要充分挖掘我国内需的巨大潜力，这将为商业零售行业的健康快速发展奠定良好的外部环境。另外，我国人均GDP正迈向4000美元大关，从国际经验看，在这样的过程中消费将得到快速发展，消费对经济增长的拉动作用将进一步增强；社会保障体系不断完善，收入分配制度改革不断深入，为扩大消费提供上升空间；城镇化进程加快推进，80后、90后新兴消费群体不断壮大，都将有力促进消费水平的提升。

在国内继续扩大内需的政策推动下，本土、外资零售企业开足马力，加快在华扩张步伐。台湾零售企业大润发、香港和记黄埔集团旗下百佳、泰国正大集团、沃尔玛、日本吉之岛以及华润万家等，在国内密集开出新店，并放言将在华高速发展。在各种连锁经营业态中，大型超市发展速度最快，不过目前国内一二线城市的大型超市迅速趋于饱和，正在向三四线城市延伸。进入国内的外资企业，大多数采取“直接开店+并购”的方式经营大型超市，在二三线城市甚至县级市开店的数量越来越多。

从发展趋势来看，店态的增加和业态的细分成为连锁超市经营商的必然选择，以消费者不同需求为基础的差异化经营将成为未来中国超市连锁在竞争中制胜的关键所在。传统超市业态竞争加剧，细分需求旺盛，再加上国内消费市场的不断升级以及生活水平的提高，连锁超市推出高端品牌似乎是水到渠成的选择。作为传统超市的补充，高端品牌并不会和自身的大卖场形成直接竞争。对各家超市运营商而言，尽管走高端路线的终极目标是提高盈利水平，但在培养市场和客户的过程中也能率先抢占这一利基市场，并通过自身的错位经营有效提升超市品牌整体的市场占有率。

本行业报告主要依据国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、全国商业信息中心、中国连锁经营协会、国民经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及连锁超市业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料。

本连锁超市行业报告，对我国零售业发展情况、连锁经营、超市业发展状况、超市业市场、超市企业经济类型竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析，并对未来连锁超市业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了连锁超市业今后的发展与投资策略，为连锁超市企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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

第一部分 连锁超市行业发展环境分析

第一章 中国连锁超市发展环境分析	1
第一节 中国连锁超市发展宏观环境	1
一、宏观经济对商业零售影响	1
二、2013年宏观经济运行指标分析	1
三、2014-2020年中国经济发展预测	11
四、2013年连锁超市业在通货膨胀中稳定增长	16
第二节 世界部分国家连锁超市发展情况	17
一、日本大型综合超市发展分析	17
二、南非连锁超市发展分析	20
三、法国超市网购业务分析	23
四、越南连锁超市发展分析	24
第三节 连锁超市发展相关政策分析	25
一、零售行业政策环境分析	25
二、商业特许经营管理条例	27
三、连锁超市门店管理规范	32
四、商务部：外资超市审批权下放到省	40
第二章 中国零售业发展概况	43
第一节 中国零售业发展概况	43
一、零售业态分类和基本特点	43
二、中国零售市场业态格局与规模格局	46
三、中国连锁零售业数据分析	49
四、中国网上零售业市场规模达5131亿元	65
五、科尔尼发布全球零售业指数排行 中国连续8年第一	66
第二节 2013-2014年全国消费品零售市场分析及预测	67
一、2013年我国消费市场基本情况	67
二、2013年度影响连锁零售业政策盘点	78
三、2014年我国消费品零售数据分析	83
四、2014年大型零售企业基本情况	83
五、2014年社会消费品零售额将增长预测	85
六、2014传统零售商开展网络零售业务研究	85
七、2014年电商时代的零售连锁企业发展	87
八、2014年连锁零售企业转型升级提速	91

九、2013年物价消费预测	94
十、2013年零售业面临转型难题	95
第三节 中国零售业发展趋势及策略	98
一、2014年中国零售业形势和政策	98
二、零售业的消费趋势分析	99
三、零售业的公司品牌化趋势	99
四、零售业多元化发展策略	105
五、中国零售业的现实问题与未来支撑	107
六、中国零售业供应链管理的现状及对策	112
第三章 中国连锁经营发展分析	116
第一节 中国连锁经营发展概况	116
一、连锁经营的定义	116
二、连锁经营的发展	116
三、连锁经营的优势	117
四、连锁经营的认识	120
五、连锁经营的经营形态	122
第二节 2013年“中国连锁百强”分析	125
一、2013年中国连锁百强数据分析	125
二、2013年中国连锁百强经营特点分析	125
三、中国连锁百强开店速度放缓 自营成百货发展趋势	137
第三节 连锁经营在各行业的发展分析	139
一、汽车后连锁经营市场分析	139
二、内衣连锁经营分析	146
三、手机零售商连锁经营分析	149
四、家纺床品连锁经营分析	151
第四节 中国连锁经营的策略分析	156
一、中国连锁经营企业营销分析	156
二、中间组织视角下特许连锁经营	158
三、连锁超市发展自有品牌必备条件探析	163
第二部分 连锁超市行业及市场分析	
第四章 中国连锁超市发展分析	166
第一节 中国连锁超市市场分析	166

- 一、连锁超市进出壁垒分析 166
- 二、连锁超市的市场行为 167
- 三、连锁超市市场绩效分析 168
- 四、连锁超市的通道费分析 172
- 第二节 连锁超市发展现状分析 174
 - 一、2014年超市自有品牌经营分析 174
 - 二、2013年大型超市发展速度最快 175
 - 三、超市消费者购买行为分析 179
 - 四、连锁超市实现信息化分析 198
 - 五、我国大型连锁超市的经营实证分析 200
 - 六、2014年主要零售上市公司分析 204
 - 七、珠三角超市业正处于转型期 205
- 第三节 电子商务在连锁超市中的应用 206
 - 一、连锁超市企业电子商务模式分析 206
 - 二、连锁超市企业发展电子商务的问题 207
 - 三、连锁超市企业发展电子商务的建议 207
- 第五章 连锁超市物流分析 209
 - 第一节 我国连锁零售业物流配送的现状与对策分析 209
 - 一、沃尔玛物流配送中心的成功经验 209
 - 二、我国连锁零售业物流配送现状 211
 - 三、沃尔玛成功经验对我国连锁零售物流的几点启示 213
 - 第二节 连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析 215
 - 一、连锁超市物流配送存在的问题 215
 - 二、影响连锁超市物流配送因素 216
 - 第三节 连锁超市物流配送策略分析 217
 - 一、连锁超市物流配送新方法 217
 - 二、连锁超市物流系统竞争力分析 221
 - 三、大型连锁超市中物流配送策略 225
 - 四、连锁超市的逆向物流管理 234
- 第六章 连锁超市区域市场分析 237
 - 第一节 北京连锁超市发展分析 237
 - 一、2013-2014年北京消费品市场分析 237

- 二、北京超市顾客满意度分析 238
- 三、北京本土超市的差异经营 240
- 四、2014年北京高端超市竞争白热化 242
- 第二节 广东连锁超市市场分析 245
 - 一、2013年广东社会消费品零售额分析 245
 - 二、2014年广东已建成近200家平价超市 246
 - 三、深耕细分市场广东超市争相变脸 246
 - 四、2014年广东拟建万家连锁超市推进农超对接 247
- 第三节 上海连锁超市市场分析 248
 - 一、上海连锁超市发展的回顾 248
 - 二、上海连锁超市现状及其特点 249
 - 三、上海连锁超市发展趋势及对策 249
 - 四、上海连锁超市应对外资挑战策略 255
 - 五、2014年上海消费品零售总额 261
- 第四节 其他地区连锁超市发展分析 261
 - 一、长沙超市市场分析 261
 - 二、江苏省超市业情况 262
 - 三、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析 262
 - 四、2013年武汉超市高端战愈演愈烈 263
 - 五、2014年山西省大型超市发展情况 265
 - 六、2014年乐天玛特超市高调进驻吉林省 268
- 第三部分 连锁超市行业竞争格局
- 第七章 连锁超市市场竞争分析 270
 - 第一节 我国零售商业竞争新态势的观察与分析 270
 - 一、跨国商业资本日益表现出明显的战略竞争优势 270
 - 二、零售业态的演化持续加速 271
 - 三、连锁经营模式为我国零售商业提供了重要的组织资源 273
 - 第二节 零售业市场竞争分析 275
 - 一、中国零售业竞争格局 275
 - 二、零售业二三线城市竞争分析 276
 - 三、零售业三四线城市竞争分析 277
 - 四、2014年扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张 280

五、零售业十年中外巨头重新布阵	282
六、网购行业可能改变中国零售业格局	285
第三节 连锁超市竞争现状	287
一、连锁超市的竞争优势	287
二、连锁超市核心竞争力分析	290
三、国外零售商跨国扩张的影响	294
第四节 连锁便利店的威胁分析	296
一、便利店连锁市场存在的问题	296
二、中国连锁便利店的发展现状	297
三、中国连锁便利店的发展策略	298
四、连锁便利店的赢利基础分析	299
第五节 连锁百货店的威胁分析	300
一、百货店“买手模式”分析	300
二、中日连锁百货店发展比较	303
三、百货店分等定级发展分析	304
四、连锁百货国产品牌的竞争	309
第八章 跨国零售企业中国市场竞争分析	312
第一节 跨国零售企业在华扩张的业态选择	312
一、跨国零售企业在华业态发展状况	313
二、跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因	315
三、结论及启示	318
第二节 外资零售企业在中国市场的竞争与动态	319
一、2013年外资超市在华新开店及全国布局	319
二、2013年外资零售巨头在华竞争已经从市场份额争夺扩大到了业态模式的角逐	321
三、2014年外资零售在华扩张加速	324
四、2014年外资忙开店中资多元化	326
五、2014年外资零售巨头面临中国困境	328
六、2014年外资零售商连续关闭中国门店	331
七、2014年外资零售商纷纷涉足地产	333
第三节 外资挺进三线城市及对本土零售业的影响	334
一、市场竞争现状	334
二、国际零售业巨头公司的盈利模式	335

- 三、中国本土超市发展模式 336
- 四、市场发展态势展望 338
- 第九章 连锁超市优势企业分析 339
 - 第一节 沃尔玛 339
 - 一、公司简介 339
 - 二、公司动态 340
 - 三、公司在中国的政策性壁垒 341
 - 四、公司市场再定位策略 341
 - 五、沃尔玛激励经营策略 342
 - 第二节 家乐福 347
 - 一、公司简介 347
 - 二、公司经营情况 350
 - 三、公司网上购物状况 351
 - 四、公司发展战略 352
 - 第三节 麦德龙 356
 - 一、公司简介 356
 - 二、公司经营理念 357
 - 三、公司超市的基本特点 358
 - 四、公司仓储式超市的营销策略 358
 - 五、公司发展展望及策略 360
 - 第四节 易初莲花 360
 - 一、易初莲花简介 360
 - 二、2014年“易初莲花”变身“卜蜂莲花” 362
 - 第五节 华润万家 363
 - 一、公司简介 363
 - 二、发展历程 363
 - 三、华润万家“以小攻大”战略 365
 - 四、公司动态 366
 - 第七节 华联综超 367
 - 一、公司简介 367
 - 二、2013年企业经营情况分析 368
 - 三、2014年企业经营情况分析 368

四、2013-2014年企业财务数据分析	369
五、2014年公司发展展望及策略	374
第七节 苏果超市	377
一、公司简介	377
二、公司经营之道	378
三、解读公司突出成就	379
四、2014年公司发展情况	380
第八节 步步高商业连锁股份有限公司	381
一、公司简介	381
二、公司经营之道	382
三、2013年企业经营情况分析	383
四、2014年企业经营情况分析	384
五、2013-2014年企业财务数据分析	385
六、2014年公司发展展望及策略	390
第九节 永辉超市	391
一、公司简介	391
二、公司经营之道	391
三、2013年企业经营情况分析	392
四、2014年企业经营情况分析	392
五、2013-2014年企业财务数据分析	393
六、2014年公司发展展望及策略	398
第四部分 连锁超市行业发展趋势及战略	
第十章 2014-2020年连锁超市发展趋势分析	400
第一节 全球化条件下我国超市发展趋势	400
一、经营理念的发展趋势	400
二、超市定位的发展趋势	401
三、经营方式的发展趋势	402
四、超市价格的竞争趋势	403
第二节 后WTO时代超市发展趋势分析	405
一、市场定位差别化	405
二、经营规模化	405
三、自有品牌化	405

四、生鲜食品主导化	406
五、物流配送快速化	406
第三节 2014-2020年连锁超市发展趋势分析	407
一、2014年中国连锁超市业发展展望	407
二、大型超市小型化趋势	410
三、超市的细分和规范趋势	411
四、连锁超市的并购趋势	411
五、“扩张”与“转型”趋势	412
六、生鲜超市的发展趋势	413
第四节 2014-2020年农村连锁超市发展趋势分析	416
一、农村超市的发展现状	416
二、农村连锁超市的特殊性	418
三、农村连锁经营的限制因素及发展思路	421
四、农村连锁店的走向	423
第十一章 2014-2020年连锁超市经营策略分析	425
第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示	425
一、国内外大型超市发展现状	425
二、国内外大型超市经营模式对比	425
三、本土大型超市发展的经营启示	427
第二节 连锁超市的营销策略分析	429
一、连锁超市赢利模式分析	429
二、国内连锁超市发展四策略	433
三、连锁超市管理的策略分析	435
四、建设乡镇连锁超市策略分析	439
五、跨国连锁超市舞弊案分析	443
第三节 中国连锁超市企业供应链管理对策	447
一、连锁超市企业供应链管理存在问题	447
二、连锁超市企业供应链管理对策	449
第四节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究	451
一、客户关系管理的内涵	452
二、超市实施客户关系管理的必要性	452
三、超市成功实施客户关系管理的策略	453

第五节 超市成功促销策略 454

一、寻找促销的突破口 454

二、促销策划的框架 455

三、促销策划过程 456

四、促销的评估 456

五、超市赢取顾客靠的不仅是低价 457

第六节 我国大型连锁超市市场营销问题与对策 457

一、大型连锁超市市场营销存在的典型问题 458

二、大型连锁超市突破营销困境的营销策略 460

三、小结 463

第十二章 2014-2020年连锁超市竞争策略分析 464

第一节 本土超市应对外来竞争策略分析 464

一、价格领先 464

二、差异化竞争 465

第二节 提升我国零售企业核心竞争力的策略选择 467

一、中国零售企业所面临的环境 468

二、国际竞争中我国零售企业的优势与劣势 469

三、零售业核心竞争力的分析 470

四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略 471

第三节 超市合并扩张策略 472

一、成本对比首先受到重视 473

二、配送和跨区域服务能力面临考验 474

三、被抛弃的代理商 475

第四节 中小连锁超市的优劣势与对策 476

一、中小企业在组织上的特征分析 476

二、中小连锁超市的优劣势分析 478

三、中小超市企业发展中的对策 479

图表目录

图表：1998年I季度—2014年度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 2

图表：2001年3月—2014年3月工业增加值月度同比增长率（%） 3

图表：2001年3月—2014年3月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 4

图表：2001年1-3月—2014年1-3月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 6

图表：2001年3月—2014年3月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 7

图表：2001年3月—2014年3月居民消费价格指数（上年同月=100） 9

图表：2001年3月—2014年3月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 10

图表：2001年3月—2014年3月货币供应量月度同比增长率（%） 11

图表：有店铺零售业态分类和基本特点 43

图表：有店铺零售业态分类和基本特点 44

图表：无店铺零售业态分类和基本特点 45

图表：2000年12月—2013年12月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 68

图表：2013年1月-12月我国城镇、乡村零售总额增速对比图 68

图表：2006年1月-2013年12月社零总额与限额以上零售额关系 69

图表：2013年1-12月限额以上零售企业增长情况 70

图表：2005年1月-2013年12月限额以上企业零售额分类增速（1） 71

图表：2005年1月-2013年12月限额以上企业零售额分类增速（2） 71

图表：2005年1月-2013年12月限额以上企业零售额分类增速（3） 72

图表：2005年1月-2013年12月限额以上企业零售额分类增速（4） 72

图表：2006年1月-2013年12月重点零售企业销售额月同比 73

图表：2000年12月—2013年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 74

图表：2003—2013年我国城镇居民收入情况增长情况 75

图表：2003—2013年我国农村居民收入情况增长情况 75

图表：2003—2013年我国城镇居民收入与支出的关系 76

图表：2003—2013年我国农村居民收入与支出的关系 76

图表：2005—2013年各类景气指数（1） 77

图表：2005—2013年各类景气指数（2） 77

图表：2005—2013年零售总额与信心指数的关系 78

图表：2013和2014年各月百家重点大型零售企业零售额增速（%） 84

图表：2013和2014年各月百家重点大型零售企业金银珠宝零售额增速（%） 85

图表：零售商品战略的类型 100

图表：服务业三种关系的营销 104

图表：2013年中国连锁百强 127

图表：2013年中国快速消费品连锁百强 131

图表：2013年主要海外品牌经营情况 134

图表：2013年主要连锁百货企业经营情况 135

图表：2013年主要连锁便利店企业经营情况 136

图表：基于交易成本和激励的企业—中间-市场分析框架 160

图表：企业、中间组织和市场相关性质上的差异 161

图表：2006、2007年30家大型超市平效和人效对比情况表 169

图表：2006、2007年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况 169

图表：2007年大型超市内外资门店数、总销售额、单店销售额比较 169

图表：2006、2007年40家超市门店的平效和人效对比情况表 170

图表：2006、2007年11家百货店的平均销售额和营业面积比较 170

图表：2006、2007年11家百货门店的平效和人效对比情况表 171

图表：2006、2007年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较 171

图表：2006、2007年15家便利店的平效及人效及单品销售额比较 171

图表：验证性因子分析结果 183

图表：综合超市消费者满意度测量模型 184

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度量表可靠性检验 186

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分 187

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图 188

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响 189

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响 190

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响 190

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响 191

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响 191

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响 192

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响 192

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响 193

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响 193

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响 194

图表：中国大型连锁综合超市总体满意度 194

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查 195

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较 195

图表：零售商销售额 201

图表：食品供应商与零售商的销售额增长率对比 201

图表：零售商门店数量 202

图表：零售商利润 203

图表：2014年3月份北京全市社会消费品零售额 238

图表：在华主要跨国零售企业基本资料 313

图表：跨国零售企业在华主要分布状况 314

图表：跨国零售企业在华业态战略选择 315

图表：跨国零售企业在华业态组合 318

图表：2013年家乐福、沃尔玛、乐购、大润发再华门店分布对比统计 320

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表 369

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司流动资产表 370

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司长期投资表 370

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司固定资产表 370

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司无形及其他资产表 370

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司流动负债表 370

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司长期负债表 371

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司股东权益表 371

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入表 371

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润表 372

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司营业利润表 372

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司利润总额表 372

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司净利润表 372

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司每股指标表 372

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司获利能力表 373

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司经营能力表 373

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表 373

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司资本结构表 373

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司发展能力表 374

图表：2013-2014年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表 374

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营构成表 385

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司流动资产表 386

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司长期投资表 386

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司固定资产表 386

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司无形及其他资产表 386

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司流动负债表 387

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司长期负债表 387

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司股东权益表 387

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营业务收入表 387

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司主营业务利润表 388

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司营业利润表 388

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司利润总额表 388

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司净利润表 388

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司每股指标表 388

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司获利能力表 389

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司经营能力表 389

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力表 389

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司资本结构表 389

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司发展能力表 390

图表：2013-2014年步步高商业连锁股份有限公司现金流量分析表 390

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营构成表 393

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司流动资产表 394

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司固定资产表 394

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司无形及其他资产表 394

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司流动负债表 395

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司长期负债表 395

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司股东权益表 395

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营业务收入表 395

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司主营业务利润表 396

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司营业利润表 396

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司利润总额表 396

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司净利润表 396

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司每股指标表 396

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司获利能力表 397

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司经营能力表 397

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司偿债能力表 397

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司资本结构表 398

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司发展能力表 398

图表：2013-2014年永辉超市股份有限公司现金流量分析表 398

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/111562.html>