

# 2010-2015年中国零售百货 行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2010-2015年中国零售百货行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1012/G716510YP6.html>

【报告价格】纸介版6000元 电子版7000元 纸介+电子8000元

【出版日期】2010-12-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## &rarr;报告说明

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国零售百货行业市场分析与投资前景研究报告》共十八章。首先介绍了零售百货行业相关概述、中国零售百货产业运行环境等，接着分析了中国零售百货行业的现状，然后介绍了中国零售百货行业竞争格局。随后，报告对中国零售百货行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零售百货产业发展前景与投资预测。您若想对零售百货产业有个系统的了解或者想投资零售百货行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## &rarr;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。

&rarr;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年韩国百货商店销售情况   | 69 |
| 四、2009-2010年智利零售企业投资情况   | 70 |
| 第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点     | 70 |
| 一、零售业态的多样化               | 70 |
| 二、经营国际化、连锁化              | 72 |
| 三、组织结构集中化、规模化            | 73 |
| 四、流通功能的主导化               | 74 |
| 五、城市商业网点布局的转移            | 75 |
| 六、商业经营管理的高技术化、现代化        | 76 |

### 第三章 2009-2010年零售业发展态势 79

#### 第一节 2009-2010年中国零售业的发展分析 79

- 一、2009年零售业发展增速情况 79
- 二、金融危机对零售业的影响 83
- 三、2009年零售企业逆势加强渠道建设 86

#### 第二节 2009-2010年中国零售业发展形势 87

- 一、2009-2010年中国千家重点零售企业零售额分析 87
- 二、2009-2010年零售行业发展情况 99
- 三、2009-2010年零售行业关注并购重组 107

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 四、2009-2010年零售业面临并购重组新机遇 | 109 |
| 五、2009-2010年整体零售市场增长情况   | 110 |
| 第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析        | 112 |
| 一、民营企业的转型之痛              | 112 |
| 二、民营企业的转型思路              | 113 |
| 三、民营企业的应对策略              | 114 |
| 第四节 我国农村零售业的现状及发展对策      | 116 |
| 一、农村零售业的新特点              | 116 |
| 二、农村零售业存在的主要问题           | 117 |
| 三、发展农村零售业的必要性            | 119 |
| 四、发展农村零售业的策略             | 121 |
| 五、我国零售商业农村市场的开拓          | 123 |

#### 第四章 中国零售百货行业区域市场分析 132

|                  |     |
|------------------|-----|
| 第一节 华北地区零售百货行业分析 | 132 |
| 第二节 东北地区零售百货行业分析 | 138 |
| 第三节 华东地区零售百货行业分析 | 139 |
| 第四节 华南地区零售百货行业分析 | 141 |
| 第五节 华中地区零售百货行业分析 | 142 |
| 第六节 西南地区零售百货行业分析 | 144 |
| 第七节 西北地区零售百货行业分析 | 145 |

#### 第五章 2009-2010年零售连锁市场发展 146

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第一节 零售业连锁发展情况       | 146 |
| 一、2009年度中国连锁百强排行名单  | 146 |
| 二、我国连锁零售企业存在的问题分析   | 149 |
| 三、2010年中国零售连锁业展望    | 153 |
| 四、未来连锁零售业发展趋势       | 155 |
| 第二节 中国大型连锁零售企业成长路径  | 157 |
| 一、中国大型连锁零售企业成长的特征   | 157 |
| 二、中国大型连锁零售企业成长的条件   | 159 |
| 三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素 | 160 |

#### 四、中国大型连锁零售企业成长的路径 161

#### 第三节 我国零售消费者行为分析 164

##### 一、我国零售消费者行为特点分析 164

##### 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 166

### 第六章 我国零售业主要细分市场分析 169

#### 第一节 超市业发展分析 169

##### 一、2009年超市业态发展态势 169

##### 二、超市消费者购买行为分析 174

##### 三、2010年超市业态发展展望 175

#### 第二节 便利店发展分析 177

##### 一、便利店的特征分析 177

##### 二、便利店的创新与延伸 178

##### 三、便利店的经营策略 179

#### 第三节 购物中心发展分析 181

##### 一、2010年购物中心的发展空间 181

##### 二、我国购物中心发展策略分析 183

##### 三、购物中心的未来发展趋势 185

#### 第四节 仓储式商场发展分析 188

##### 一、仓储式商场的营销特点 188

##### 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 190

##### 三、我国发展仓储式商场的对策建议 191

##### 四、2009-2010年仓储式商场销售情况 192

#### 第五节 百货业发展分析 193

##### 一、2010年百货业发展形势 193

##### 二、2010年百货业发展展望 196

##### 三、2010年中国百货行业走向 199

#### 第六节 专业店发展分析 200

##### 一、2009年中国网上零售市场规模 200

##### 二、2009-2010年家居零售业发展分析 201

##### 三、2009-2010年医药零售业发展情况 205

##### 四、2010年药品零售行业展望 208

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 第七章 零售百货行业投资与发展前景分析       | 211 |
| 第一节 2009年零售百货行业投资情况分析     | 211 |
| 一、2009年零售百货行业总体投资结构       | 211 |
| 二、2009年零售百货行业投资环境         | 212 |
| 三、2009年零售百货行业投资规模情况       | 216 |
| 四、2009年零售百货分行业投资分析        | 217 |
| 第二节 零售百货行业投资机会分析          | 218 |
| 一、可以投资的零售百货模式             | 218 |
| 二、2010年零售百货行业投资环境         | 222 |
| 三、2010年零售百货投资机会           | 224 |
| 四、2010年零售百货投资新方向          | 225 |
| 第三节 零售百货行业发展前景分析          | 225 |
| 一、零售百货市场发展前景分析            | 225 |
| 二、我国零售百货市场蕴藏的商机           | 227 |
| 三、后危机时代零售百货市场的发展前景        | 230 |
| 四、2010-2015年零售百货市场面临的发展商机 | 233 |

## 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          | 235 |
| 第一节 零售百货行业集中度分析           | 235 |
| 第二节 零售百货行业主要企业竞争力分析       | 235 |
| 一、重点企业总资产对比分析             | 235 |
| 二、重点企业从业人员对比分析            | 237 |
| 三、重点企业全年营业收入对比分析          | 238 |
| 四、重点企业利润总额对比分析            | 240 |
| 第三节 零售百货行业竞争格局分析          | 242 |
| 一、2009年零售百货行业竞争分析         | 242 |
| 二、2009-2010年国内外零售百货竞争分析   | 243 |
| 三、2009-2010年我国零售百货市场竞争分析  | 244 |
| 四、2009-2010年我国零售百货市场集中度分析 | 249 |



## 第九章 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析 250

### 第一节 零售百货行业发展概况 250

#### 一、零售百货行业发展特点分析 250

#### 二、零售百货行业投资现状分析 251

#### 三、零售百货行业发展的内容分析 252

### 第二节 2009-2010年零售百货行业市场情况分析 254

#### 一、零售百货行业市场发展分析 254

#### 二、零售百货市场存在的问题 256

#### 三、零售百货市场规模分析 257

### 第三节 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析 259

## 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 261

### 第一节 2009-2010年中国零售百货行业总体规模分析 261

#### 一、企业数量结构分析 261

#### 二、行业生产规模分析 261

### 第二节 2009-2010年中国零售百货行业财务指标总体分析 261

#### 一、行业盈利能力分析 261

#### 二、行业偿债能力分析 262

#### 三、行业营运能力分析 264

#### 四、行业发展能力分析 264

## 第十一章 零售百货行业赢利水平分析 265

### 第一节 产销运存分析 265

#### 一、2009-2010年零售百货行业产销情况 265

#### 二、2009-2010年零售百货行业库存情况 265

#### 三、2009-2010年零售百货行业资金周转情况 265

### 第二节 盈利水平分析 266

#### 一、2009-2010年零售百货行业价格走势 266

#### 二、2009-2010年零售百货行业营业收入情况 266

#### 三、2009-2010年零售百货行业毛利率情况 267

#### 四、2009-2010年零售百货行业赢利能力 267

五、2009-2010年零售百货行业赢利水平 267

六、2010-2015年零售百货行业赢利预测 268

## 第十二章 零售百货行业盈利能力分析 269

### 第一节 2009-2010年中国零售百货行业利润总额分析 269

一、利润总额分析 269

二、不同规模企业利润总额比较分析 269

三、不同所有制企业利润总额比较分析 269

### 第二节 2009-2010年中国零售百货行业销售利润率 269

### 第三节 2009-2010年中国零售百货行业总资产利润率分析 271

### 第四节 如何拓展零售百货业的利润空间 272

## 第十三章 外资重点企业分析 276

### 第一节 沃尔玛公司 276

一、企业概况 276

二、2010年公司经营状况 276

三、公司营销策略 277

四、公司中国战略分析 277

### 第二节 家乐福集团 278

一、企业概况 278

二、2010年公司经营状况 279

三、公司经营定律分析 280

四、未来公司在中国的发展 284

### 第三节 麦德龙集团 285

一、企业概况 285

二、2010年公司经营状况 286

三、公司超市的营销策略 286

四、2010年公司新动向 287

### 第四节 特易购 289

一、企业概况 289

二、2010年公司经营状况 289

三、2010年公司中国业务分析 290

#### 四、公司自有品牌发展分析 291

##### 第五节 7-Eleven便利商店集团 291

- 一、企业概况 291
- 二、2010年公司经营状况 292
- 三、2011年公司发展预测 292

##### 第六节 宜家集团 293

- 一、企业概况 293
- 二、公司发展状况 294
- 三、公司发展前景 295
- 四、公司发展策略 295

#### 第十四章 我国重点企业分析 296

##### 第一节 百联集团有限公司 296

- 一、企业概况 296
- 二、公司经营范围 296
- 三、2010年公司新动向 297
- 四、2009-2010年公司财务分析 299
- 五、公司发展战略 303

##### 第二节 华润集团有限公司 304

- 一、企业概况 304
- 二、公司竞争力 305
- 三、2010年公司新动向 306
- 四、公司发展战略 309

##### 第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 311

- 一、企业概况 311
- 二、2009-2010年财务分析 311
- 三、2010年公司经营状况 315
- 四、2010年公司新动态 317

##### 第四节 国美电器有限公司 318

- 一、企业概况 318
- 二、2010年公司经营状况 318
- 三、2010年公司新动态 319

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 四、2010-2015年公司发展目标 | 319 |
| 第五节 苏宁电器股份有限公司     | 320 |
| 一、企业概况             | 320 |
| 二、公司竞争力            | 321 |
| 三、2010年公司经营状况      | 321 |
| 四、2009-2010年财务分析   | 323 |
| 五、2010年公司发展动态      | 327 |
| 第六节 大商集团股份有限公司     | 329 |
| 一、企业概况             | 329 |
| 二、2010年公司经营状况      | 331 |
| 三、2009-2010年财务分析   | 332 |
| 四、2010年公司新动态       | 336 |
| 第七节 苏果超市有限公司       | 337 |
| 一、企业概况             | 337 |
| 二、产品与服务            | 338 |
| 三、公司门店介绍           | 339 |
| 第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司 | 340 |
| 一、企业概况             | 340 |
| 二、2010年公司经营状况      | 341 |
| 三、2009-2010年财务分析   | 342 |
| 四、2010年公司对外投资      | 346 |
| 第九节 重庆百货大楼股份有限公司   | 346 |
| 一、企业概况             | 346 |
| 二、2009-2010年财务分析   | 347 |
| 三、2010年公司对外投资      | 352 |
| 第十节 北京华联综合超市股份有限公司 | 352 |
| 一、企业概况             | 352 |
| 二、2009-2010年财务分析   | 353 |
| 三、2010年公司新动态       | 357 |
| 四、2010年公司对外投资      | 357 |

#### 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 359

### 第一节 行业发展特征 359

一、行业的周期性 359

二、行业的区域性 359

三、行业的上下游 359

四、行业经营模式 359

### 第二节 行业投资形势分析 360

一、行业发展格局 360

二、行业进入壁垒 361

三、行业SWOT分析 362

四、行业五力模型分析 362

### 第三节 零售百货行业投资效益分析 366

一、2009年零售百货行业投资状况分析 366

二、2009年零售百货行业投资效益分析 367

三、2010-2015年零售百货行业投资方向 367

四、2010-2015年零售百货行业投资建议 368

### 第四节 零售百货行业投资策略研究 369

一、2009年零售百货行业投资策略 369

二、2010年零售百货行业投资策略 379

三、2010-2015年零售百货行业投资策略 387

四、2010-2015年零售百货细分行业投资策略 388

## 第十六章 零售百货行业投资风险预警 389

### 第一节 影响零售百货行业发展的主要因素 389

一、2010年影响零售百货行业运行的有利因素 389

二、2010年影响零售百货行业运行的稳定因素 391

三、2010年影响零售百货行业运行的不利因素 392

四、2010年我国零售百货行业发展面临的挑战 392

五、2010年我国零售百货行业发展面临的机遇 394

### 第二节 零售百货行业投资风险预警 395

一、2010-2015年零售百货行业市场风险预测 395

二、2010-2015年零售百货行业政策风险预测 396

- 三、2010-2015年零售百货行业经营风险预测 397
- 四、2010-2015年零售百货行业竞争风险预测 397
- 五、2010-2015年零售百货行业其他风险预测 397

## 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 399

#### 第一节 2010-2015年中国零售百货市场趋势分析 399

- 一、2009-2010年我国零售百货市场趋势总结 399
- 二、2010-2015年我国零售百货发展趋势分析 400

#### 第二节 2010-2015年零售百货产品发展趋势分析 401

#### 第三节 2010-2015年中国零售百货行业供需预测 406

- 一、2010-2015年中国零售百货供给预测 406
- 二、2010-2015年中国零售百货需求预测 406
- 三、2010-2015年中国零售百货价格预测 406

#### 第四节 2010-2015年零售百货行业规划建议 406

- 一、零售百货行业“十一五”整体规划 406
- 二、零售百货行业“十二五”规划预测 409
- 三、2010-2015年零售百货行业规划建议 411

### 第十八章 零售百货企业管理策略建议 412

#### 第一节 市场策略分析 412

- 一、零售百货价格策略分析 412
- 二、零售百货渠道策略分析 418

#### 第二节 销售策略分析 420

- 一、差异化策略 421
- 二、VIP营销策略 422
- 三、销售渠道策略 424

#### 第三节 提高零售百货企业竞争力的策略 424

- 一、提高中国零售百货企业核心竞争力的对策 424
- 二、零售百货企业提升竞争力的主要方向 431
- 三、影响零售百货企业核心竞争力的因素及提升途径 432
- 四、提高零售百货企业竞争力的策略 437

#### 第四节 对我国零售百货品牌的战略思考 438

##### 一、零售百货实施品牌战略的意义 438

##### 二、零售百货企业品牌的现状分析 443

##### 三、我国零售百货企业的品牌战略 444

#### 图表目录

图表：零售商品牌战略的类型 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 89

图表：2010年5月份千家重点零售企业汽车零售额 91

图表：2010年5月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 91

图表：2010年5月份千家重点零售企业家电销售额 92

图表：2010年5月份千家重点零售企业通讯器材销售额 92

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额增长状况 95

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额 96

图表：2010年8月份千家重点零售企业汽车销售额 96

图表：2010年8月份千家重点零售企业家电销售额 97

图表：2010年8月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 97

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：北京及周边地区便利店数量统计 133

图表：苏宁、国美华北分店店面分布 137

图表：2009年中国连锁百强排行 146

图表：2009年年我国仓储式商场销售额 192

图表：2010年我国仓储式商场销售额 193

图表：中国网上零售市场B2C与C2C交易规模占比 200

图表：2009年1月国民经济指标 212

图表：2009年2月国民经济指标 212

图表：2009年3月国民经济指标 213

图表：2009年4月国民经济指标 213

图表：2009年5月国民经济指标 213

图表：2009年6月国民经济指标 214

图表：2009年7月国民经济指标 214

图表：2009年8月国民经济指标 214

图表：2009年9月国民经济指标 215

图表：2009年10月国民经济指标 215

图表：2009年11月国民经济指标 215

图表：2009年12月国民经济指标 216

图表：2010年1月国民经济指标 222

图表：2010年2月国民经济指标 223

图表：2010年3月国民经济指标 223

图表：2010年4月国民经济指标 223

图表：2010年5月国民经济指标 224

图表：2010年6月国民经济指标 224

图表：2007-2010年零售业产债能力速动比率 262

图表：2007-2010年零售业产债能力流动比率 262

图表：2007-2010年零售业产债能力现金负债比率 263

图表：2007-2010年零售业产债能力股东权益比率 263

图表：2007-2010年零售业产债能力资产负债率 263

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营构成 299

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司每股指标 300

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司获利能力 300

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 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司发展能力 301

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 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司营业利润 302

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 303

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司每股指标 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司获利能力 312



图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司资本结构 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司现金流量 313

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 313

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 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司营业利润 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润总额 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司净利润 315

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营构成 323

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司每股指标 324

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司获利能力 324

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司经营能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司偿债能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司资本结构 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司发展能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司现金流量 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司营业利润 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司利润总额 327

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司净利润 327

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营构成 332

图表：2009-2010年大商股份有限公司每股指标 333

图表：2009-2010年大商股份有限公司获利能力 333

图表：2009-2010年大商股份有限公司经营能力 334

图表：2009-2010年大商股份有限公司偿债能力 334

图表：2009-2010年大商股份有限公司资本结构 334

图表：2009-2010年大商股份有限公司发展能力 334

图表：2009-2010年大商股份有限公司现金流量 335

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务收入 335

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务利润 335

图表：2009-2010年大商股份有限公司营业利润 335

图表：2009-2010年大商股份有限公司利润总额 336

图表：2009-2010年大商股份有限公司净利润 336

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成 342

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标 343

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力 343

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力 343

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力 343

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构 344

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力 344

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量 344

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 344

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 345

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司营业利润 345

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司利润总额 345

图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司净利润 346

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营构成 347

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司每股指标 348

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司获利能力 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司经营能力 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司资本结构 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司发展能力 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司现金流量 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务收入 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务利润 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司营业利润 351

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司利润总额 351

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司净利润 351

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营构成 353

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司每股指标 353

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司获利能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司经营能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司资本结构 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司发展能力 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司现金流量 355

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 355

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 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司营业利润 356

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司利润总额 356

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司净利润 356

图表：中国百货业SWOT简易分析 362

图表：2009年1月社会消费品零售总额 370

图表：2009年2月社会消费品零售总额 370

图表：2009年3月社会消费品零售总额 371

图表：2009年4月社会消费品零售总额 371

图表：2009年5月社会消费品零售总额 372

图表：2009年6月社会消费品零售总额 372

图表：2009年7月社会消费品零售总额 373

图表：2009年8月社会消费品零售总额 373

图表：2009年9月社会消费品零售总额 374

图表：2009年10月社会消费品零售总额 374

图表：2009年11月社会消费品零售总额 375

图表：2009年12月社会消费品零售总额 375

图表：2006年5月-2008年10月限额以上零售分产品同比增速 378

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） 379

图表：2010年1月社会消费品零售总额 382

图表：2010年2月社会消费品零售总额 382

图表：2010年3月社会消费品零售总额 383

图表：2010年4月社会消费品零售总额 383

图表：2010年5月社会消费品零售总额 384

图表：2010年6月社会消费品零售总额 384

图表：2010年7月社会消费品零售总额 385

图表：2010年8月社会消费品零售总额 385

图表：2010年8月社会消费品零售总额 386

图表：2010年8月社会消费品零售总额 386

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1012/G716510YP6.html>