

2015-2022年中国零售百货 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国零售百货市场现状分析及投资前景研究报告》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/maoyi1509/A25043TV1T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-07

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国零售百货市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。报告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、分析了中国零售百货行业的现状、中国零售百货行业竞争格局、对中国零售百货行业做了重点企业经营状况分析及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。

根据商务部《零售业态分类》，百货店是指在一个建筑物内，经营若干大类商品，实行统一管理，分区销售，满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。而百货零售业则是由若干百货店集成的一种零售业分支。

报告目录：

第一章 中国零售行业综述 22

第一节 中国零售行业发展概况 22

- 一、零售业态的定义 22
- 二、中国零售业态演进历史 22
- 三、零售业态分类和基本特征 23

第二节 零售百货行业介绍 27

- 一、百货业态的概念与定义 27
- 二、零售百货行业的特征 27
- 三、百货行业的主要壁垒 27

第二章 全球百货行业发展状况浅析 29

第一节 美国百货业 29

- 一、美国百货业整体简况 29
- 二、美国百货业经营特点 31
- 三、美国百货业的发展趋势 33

第二节 日本百货业 34

- 一、日本百货业经营特点 34
- 二、日本百货业发展呈现三大趋势 35
- 三、2014年日本百货店迎来倒闭潮 37

- 四、2015年日本百货销售情况分析 37
- 五、中国消费者成日本百货业救世主 37
- 六、日本百货业争抢中国游客“白热化” 38
- 第三节 法国百货业发展特色 39
 - 一、重连锁经营巩固地理优势 39
 - 二、舍弃价格战上档次搞创新 39
 - 三、抓特色商品创办海外分店 40
 - 四、搞兼并联合走集团化道路 40

第三章 2015年中国零售百货行业发展环境分析 41

第一节 经济环境 41

- 一、2015年中国GDP增长情况分析 41
- 二、2015年中国工业经济发展形势分析 41
- 三、2015年中国全社会固定资产投资分析 42
- 四、2015年中国社会消费品零售总额分析 44
- 五、2015年中国城乡居民收入与消费分析 45
- 六、2015年中国对外贸易发展形势分析 46

第二节 政策环境 47

- 一、行业管理体制 47
- 二、主要行业法规政策 47
- 三、汽车家电以旧换新政策 52
- 四、扩大消费政策措施力度继续加大 53
- 五、商务部支持流通企业兼并重组 53
- 六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》 54

第三节 社会环境 55

- 一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场 55
- 二、消费结构升级促进百货业发展 55
- 三、中国扩大消费政策取得成效 55
- 四、新农村建设孕育巨大消费潜力 56
- 五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长 56
- 六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率 58

第四章 2015年中国零售业运行状况分析 59

第一节 2015年中国零售业发展规模分析 59

一、中国零售行业总体发展规模 59

二、重点零售企业销售规模分析 60

三、连锁零售业各业态基本情况 60

四、限额以上连锁零售企业分析 62

第二节 城市化下移三四线城市零售业发展分析 62

一、中国零售业态区域发展分析 62

二、政策推进城市化的下移进程 63

三、城市化下移促进零售业发展 63

四、三四线城市零售业迎来机遇 64

第三节 2015年中国零售业发展态势分析 65

一、2015年中国零售业发展概述 65

二、2015年零售业融资事件回顾 67

三、2015年零售业门店开闭情况 68

四、2015年零售与快递结合情况 68

五、2015年零售业重大事件回顾 70

第四节 中国连锁百强企业发展态势分析 73

一、中国连锁百强企业排名情况 73

二、中国连锁百强企业特点分析 79

三、连锁百强企业规模增长情况 81

第五章 2015年中国百货行业运行状况分析 83

第一节 全球化背景下外资百货在华发展概况 83

一、亚洲百货企业在华发展情况 83

二、美洲百货企业在华发展情况 88

三、欧洲百货企业在华发展情况 96

第二节 2015年中国零售百货行业发展综述 102

一、中国零售百货行业发展回顾 102

二、零售百货业的发展变化概述 103

三、中国零售百货业存在的问题 104

四、制约零售百货业发展的因素 106

第三节 2015年中国零售百货业发展现状分析 106

一、中国百货业的经营模式分析 106

二、中国百货业跨界商发展分析 107

三、百货业二三线城市发展布局 110

四、零售业投资增加促百货业发展 115

第四节 2015年中国零售百货业发展规模分析 115

一、连锁百货门店规模统计 115

二、连锁百货销售规模统计 116

三、连锁百货企业排名情况 116

第五节 中国零售百货业网络销售发展情况 118

一、网络时代零售商遭遇挑战 118

二、中国百货企业纷纷“触网” 119

三、银泰网络百货的经营情况 120

四、零售百货业借助微博发展 124

第六章 2015年中国零售百货行业竞争格局分析 126

第一节 中国零售行业竞争现状分析 126

一、中国零售业竞争总体概况 126

二、中国零售业竞争消费格局 127

三、中国零售业竞争格局变化 127

四、中国零售业价格竞争分析 128

五、中国零售业竞争问题解析 130

六、外资零售商在华竞争情况 131

第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析 138

一、外资百货企业在华发展分析 138

二、本地百货业与外资竞争分析 140

三、本地百货企业区域优势明显 141

四、内资百货企业区域扩张分析 143

第三节 2015年中国百货行业竞争状况分析 144

一、一线城市百货供给情况分析 144

二、二三线城市百货业发展分析 145

三、百货企业上市融资应对竞争 146

四、中国百货行业并购重组概况 148

第四节 2015年中国百货行业竞争策略分析 148

一、信息化技术应用策略 148

二、零售业态改变经营模式 150

三、改变品牌经营发展战略 151

四、正面竞争转向错位竞争 154

第七章 2015年中国零售百货竞争行业发展状况分析 156

第一节 中国连锁超市发展状况 156

一、中国连锁超市发展概述 156

二、中国超市业态发展规模 157

三、中国连锁超市企业排名 158

四、外资超市在华发展情况 159

五、本土超市营销战略分析 160

六、中国本土仓储式超市动态 162

七、中国连锁超市业并购情况 164

八、超市消费者购买行为分析 166

第二节 中国便利店发展状况 169

一、中国便利店总店数量统计 169

二、中国便利店门店规模统计 170

三、中国便利店销售规模统计 170

四、中国便利店经营特点分析 170

五、中国便利店产品策略分析 171

六、中国便利店分销策略分析 172

七、中国便利店发展SWOT分析 173

第三节 中国购物中心发展状况 176

一、世界购物中心分类情况分析 176

二、中国购物中心发展历程分析 178

三、中国购物中心类型形态界定 178

四、中国购物中心发展规模分析 180

五、中国购物中心发展指数分析 180

六、中国购物中心开发投资情况 181

七、中国购物中心发展策略分析 182

八、购物中心未来发展前景分析 184

第四节 中国网络购物行业发展状况 185

一、中国无店铺零售业态发展情况 185

二、中国网络零售规模及现状分析 186

三、中国网络购物发展趋势分析 188

第五节 中国电视购物行业发展状况 190

一、电视购物发展概况 190

二、电视购物优点分析 190

三、电视购物弊端分析 192

四、电视购物发展方向 194

五、电视购物发展问题 194

六、电视购物面临挑战 196

第六节 中国网络团购行业发展分析 197

一、中国网络团购行业发展规模分析 197

二、中国网络团购消费人群调查分析 197

三、中国网络团购消费行为调查分析 198

第八章 2011-2015年中国零售百货业区域市场分析 201

第一节 东北地区 201

一、东北地区零售业经济环境 201

二、哈尔滨零售百货业发展综述 201

三、沈阳零售百货业发展现状 203

四、大连零售百货业发展现状 203

第二节 华东地区 204

一、华东地区零售业经济环境 204

二、上海市百货业发展现状分析 205

三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化 206

四、杭州市百货业发展历程及现状 207

五、合肥市百货业发展现状分析 207

第三节 华中地区 209

一、华中地区零售业经济环境 209

- 二、中原经济区崛起零售百货业受益 209
- 三、武汉零售百货业发展格局 211
- 四、外来商业百货巨头进驻长沙 212
- 五、郑州市零售百货业发展新特点 212
- 第四节 华北地区 217
 - 一、华北地区零售业经济环境 217
 - 二、北京零售百货业发展特点 218
 - 三、北京“超市系”百货竞逐小区市场 219
 - 四、天津零售百货业发展现状 222
 - 五、兰州零售百货业发展现状 223
- 第五节 西南地区 225
 - 一、西南地区零售业经济环境 225
 - 二、重庆市零售百货发展状况分析 226
 - 三、成都市零售百货业经营特点 226
- 第六节 华南地区 227
 - 一、华南地区零售业经济环境 227
 - 二、广州零售百货业竞争特点 227
 - 三、深圳零售百货业发展历程 230
 - 四、深圳零售百货业发展现状 231

第九章 2011-2015年零售百货业重点企业分析 232

第一节 大商股份有限公司 232

- 一、企业基本概况 232
- 二、企业经营情况分析 232
- 三、企业经济指标分析 234
- 四、企业盈利能力分析 235
- 五、企业偿债能力分析 236
- 六、企业运营能力分析 237
- 七、企业成本费用分析 237
- 八、企业发展战略分析 238
- 九、大商股份收购淄博商厦 238

第二节 王府井百货（集团）股份有限公司 239

一、企业基本概况	239
二、企业经营情况分析	240
三、企业经济指标分析	242
四、企业盈利能力分析	243
五、企业偿债能力分析	243
六、企业运营能力分析	244
七、企业成本费用分析	244
八、王府井集团外延扩张战略分析	245
第三节 上海百联集团股份有限公司	245
一、企业基本概况	245
二、企业经营情况分析	246
三、企业经济指标分析	248
四、企业盈利能力分析	249
五、企业偿债能力分析	250
六、企业运营能力分析	250
七、企业成本费用分析	251
八、百联股份转型试点中小型百货	252
第四节 武汉武商集团股份有限公司	252
一、企业基本概况	252
二、企业经营情况分析	253
三、企业经济指标分析	257
四、企业盈利能力分析	258
五、企业偿债能力分析	259
六、企业运营能力分析	259
七、企业成本费用分析	260
八、鄂武商湖北二级城市扩张加速	261
第五节 银座集团股份有限公司	261
一、企业基本概况	261
二、企业经营情况分析	262
三、企业经济指标分析	264
四、企业盈利能力分析	265
五、企业偿债能力分析	265

六、企业运营能力分析	266
七、企业成本费用分析	266
八、企业发展规划分析	267
第六节 百盛商业集团有限公司	267
一、企业基本概况	267
二、企业经营情况分析	268
三、企业经济指标分析	269
四、企业盈利能力分析	269
五、企业偿债能力分析	269
六、企业运营能力分析	271
七、企业成本费用分析	271
八、百盛集团入驻西南商都	272
第七节 天虹商场股份有限公司	272
一、企业基本概况	272
二、企业经营情况分析	273
三、企业经济指标分析	275
四、企业盈利能力分析	276
五、企业偿债能力分析	276
六、企业运营能力分析	277
七、企业成本费用分析	277
八、天虹商场管理创新分析	279
第八节 重庆百货大楼股份有限公司	285
一、企业基本概况	285
二、企业经营情况分析	286
三、企业经济指标分析	288
四、企业盈利能力分析	288
五、企业偿债能力分析	289
六、企业运营能力分析	290
七、企业成本费用分析	290
八、重庆百货拟收购新世纪百货	291
第九节 新世界百货中国有限公司	292
一、企业基本概况	292

二、企业经营情况分析	292
三、企业经济指标分析	293
四、企业盈利能力分析	293
五、企业偿债能力分析	294
六、企业运营能力分析	295
七、企业成本费用分析	295
八、新世界望京店调整发展战略	296
第十节 银泰百货（集团）有限公司	296
一、企业基本概况	296
二、企业经营情况分析	297
三、企业经济指标分析	297
四、企业盈利能力分析	298
五、企业偿债能力分析	298
六、企业运营能力分析	299
七、企业成本费用分析	300
八、银泰百货新开店铺情况分析	300
第十一节 广百股份有限公司	301
一、企业基本概况	301
二、企业经营情况分析	301
三、企业经济指标分析	303
四、企业盈利能力分析	304
五、企业偿债能力分析	305
六、企业运营能力分析	306
七、企业成本费用分析	306
八、广百对外扩张情况分析	307
第十二节 广州友谊集团股份有限公司	308
一、企业基本概况	308
二、企业经营情况分析	308
三、企业经济指标分析	310
四、企业盈利能力分析	311
五、企业偿债能力分析	311
六、企业运营能力分析	312

- 七、企业成本费用分析 313
- 八、广州友谊扩张战略分析 313
- 第十三节 北京市西单商场股份有限公司 314
 - 一、企业基本概况 314
 - 二、企业经营情况分析 314
 - 三、企业经济指标分析 318
 - 四、企业盈利能力分析 318
 - 五、企业偿债能力分析 319
 - 六、企业运营能力分析 319
 - 七、企业成本费用分析 320
 - 八、西单与新燕莎联手打造首都商业旗舰 320

第十章 2015-2022年中国零售百货经营策略分析 322

第一节 中国百货企业市场定位策略分析 322

- 一、百货店市场定位要素 322
- 二、百货店市场定位步骤 323
- 三、百货店定位应注意的问题 324

第二节 中国零售百货行业发展主要对策 325

- 一、加快重组向规模经营连锁经营转变 325
- 二、准确市场定位向特色经营转变 325
- 三、发挥自身优势向服务经营转变 326
- 四、更新经营理念向动态经营转变 326
- 五、发展网络信息技术向信息化管理转变 327
- 六、改进传统经营模式向科学运营转变 327

第三节 中国百货业发展战略的对策 327

- 一、导入信息化技术 327
- 二、升级业态改变经营模式 328
- 三、实施品牌发展战略 329
- 四、正面竞争转向错位竞争 330

第四节 中国零售百货业自营模式探索 331

- 一、中国百货业的经营模式 331
- 二、百货业联营模式存在的问题 332

- 三、百货业的自营能力不足 332
- 四、百货业自营模式的探索 333
- 第五节 提升中国零售百货业核心竞争力的策略选择 334
 - 一、丰富齐全的产品线 334
 - 二、快捷方便的运营效率 335
 - 三、快速灵敏的战略调整 335
 - 四、寻求质优价低成本优势 336
 - 五、把握时尚流行的元素 338

第十一章 博思数据关于中国零售百货业发展趋势分析 340

- 第一节 我国零售业的发展走势 340
 - 一、消费升级提升百货增长空间 340
 - 二、温和通胀促进超市业绩提升 340
 - 三、专业店最具成长潜力 341
- 第二节 商业模式下的百货业趋势 345
 - 一、商圈两极化外延的地产百货模式 345
 - 二、破解盈利模式之困的多业态融合模式 348
 - 三、延伸连锁空间的相关多元化模式 351
- 第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势 352
 - 一、购物中心多业态发展趋势 352
 - 二、多元嵌入的连锁式外延扩张 353
- 第四节 中国零售百货业发展方向 355
 - 一、特色化、主题化、品牌化 355
 - 二、连锁化、产业化、集约化 356
 - 三、品牌化、信用化、知识化 358
- 第五节 未来中国零售百货业发展趋势 359
 - 一、人才瓶颈进一步凸显 359
 - 二、资本对接将愈加紧密 360
 - 三、商业地产将快速增长 360
 - 四、供应链变革继续深入 361
 - 五、上游厂商争夺流通渠道 361
 - 六、“绿色零售”亟需转化成竞争优势 362

七、奢侈品牌大举进军二三级市场 362

第十二章 2015-2022年中国零售百货投资策略分析 363

第一节 2015-2022年零售百货发展前景及投资机遇分析 363

一、“十三五”规划扩大内需促进消费 363

二、政策面深化继续利好百货业发展 363

三、国民收入增速将实现与经济发展同步 364

四、2015年全国24省上调最低工资标准 364

五、温和通胀助推百货行业上行 365

六、中小城市居民消费能力被低估 366

七、中国零售百货行业发展规模预测 367

第二节 2015-2022年中国零售百货投资风险分析 368

一、经济风险 368

二、政策风险 368

三、经营风险 369

四、竞争风险 369

五、其它风险 369

第三节 中国百货行业并购重组战略分析 370

一、中国大型百货企业并购重组案例分析 370

二、百货行业并购的融资风险防范 373

三、百货行业并购重组遵循原则 374

第四节 2015-2022年中国零售百货业投资策略分析 376

一、挖掘新规划经济振兴区域市场 376

二、发展高端百货业态打造高端品牌 376

三、发展二三线城市零售百货业 377

四、创新经营把握新兴消费人群市场 377

五、开发微博、团购等互联网营销方式 378

图表目录：

图表 1：2015年1~2季度国内生产总值增速（%） 41

图表 2：2015年1~2季度规模以上工业增加值增速月度对比（%） 42

图表 3：2015年1~2季度固定资产投资（不含农户）增速同比（%） 43

图表 4：2015年1~2季度房地产开发投资增速（%）	44
图表 5：2015年1~2季度城镇居民人均可支配收入实际增速（%）	45
图表 6：2015年1~2季度农村居民人均收入实际增速（%）	45
图表 7：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%）	46
图表 8：2008-2014年零售业商品销售额及占GDP比重分析	59
图表 9：2014年中国连锁百强榜单	73
图表 10：2002-2014年连锁百货门店规模统计	115
图表 11：2014年主要连锁百货企业经营情况	116
图表 12：百货零售行业市场集中度情况	126
图表 13：2014年中国连锁超市十大品牌企业排名	158
图表 14：2014年主要外资超市在华关店数对比	159
图表 15：2011-2014年各外资企业开店数统计	160
图表 16：2011-2014年中国便利店总店数量统计	169
图表 17：2011-2014年中国便利店总店销售规模统计	170
图表 18：中国购物中心的发展阶段	178
图表 19：2002-2014年我国每年新建购物中心数量（家）	180
图表 20：2014年中国购物中心发展指数（SCDI）最高的十个城市	181
图表 21：2010-2015年中国网络零售市场交易规模	186
图表 22：2014年中国B2C网络购物交易市场份额占比图	187
图表 23：2009-2014年中国移动电子商务市场规模增长图	187
图表 24：2010-2015年我国电视购物市场规模及预测(单位：亿元)	190
图表 25：2014年全国团购月度市场交易额统计图	197
图表 26：按团购参加程度分类的人群占比	197
图表 27：售后、信誉、质量为未参加团购的用户的主要担忧	198
图表 28：团购用户浏览团站的频率	198
图表 29：团购用户浏览团站的时间段	199
图表 30：团购用户浏览团站的设备	199
图表 31：团购用户浏览团站的地点	199
图表 32：2014年东北地区省份主要经济指标比较表	201
图表 33：2014年东北地区区域消费水平及消费能力	201
图表 34：2014年华东地区省份主要经济指标比较表	204
图表 35：2014年华东地区区域消费水平及消费能力	205

图表 36 : 2014年华中地区省份主要经济指标比较表	209
图表 37 : 2014年华中地区区域消费水平及消费能力	209
图表 38 : 2014年华北地区省份主要经济指标比较表	217
图表 39 : 2014年华北地区区域消费水平及消费能力	218
图表 40 : 2014年西南地区省份主要经济指标比较表	225
图表 41 : 2014年西南地区区域消费水平及消费能力	225
图表 42 : 2014年华南地区省份主要经济指标比较表	227
图表 43 : 2014年华南地区区域消费水平及消费能力	227
图表 44 : 2013-2015年大商集团股份有限公司企业经营情况	232
图表 45 : 2013-2015年大商集团股份有限公司企业经济指标分析	234
图表 46 : 2013-2015年大商集团股份有限公司盈利能力分析	235
图表 47 : 2013-2015年大商集团股份有限公司偿债能力分析	236
图表 48 : 2013-2015年大商集团股份有限公司运营能力分析	237
图表 49 : 2013-2015年大商集团股份有限公司成本费用分析	237
图表 50 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司企业经营情况	240
图表 51 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司企业经济指标分析	242
图表 52 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司盈利能力分析	243
图表 53 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司偿债能力分析	243
图表 54 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司运营能力分析	244
图表 55 : 2013-2015年王府井百货(集团)股份有限公司成本费用分析	244
图表 56 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司企业经营情况	246
图表 57 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司企业经济指标分析	248
图表 58 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司盈利能力分析	249
图表 59 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司偿债能力分析	250
图表 60 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司运营能力分析	250
图表 61 : 2011-2012上海百联集团股份有限公司成本费用分析	251
图表 62 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司企业经营情况	253
图表 63 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司企业经济指标分析	257
图表 64 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司盈利能力分析	258
图表 65 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司偿债能力分析	259
图表 66 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司运营能力分析	259
图表 67 : 2013-2015年武汉武商集团股份有限公司成本费用分析	260

图表 68 : 2013-2015年银座集团股份有限公司企业经营情况	262
图表 69 : 2013-2015年银座集团股份有限公司企业经济指标分析	264
图表 70 : 2013-2015年银座集团股份有限公司盈利能力分析	265
图表 71 : 2013-2015年银座集团股份有限公司偿债能力分析	265
图表 72 : 2013-2015年银座集团股份有限公司运营能力分析	266
图表 73 : 2013-2015年银座集团股份有限公司成本费用分析	266
图表 74 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司企业经营情况 (单位:百万元)	268
图表 75 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司企业经济指标分析 (单位:百万元)	269
图表 76 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司盈利能力分析 (单位:百万元)	269
图表 77 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司偿债能力分析 (单位:百万元)	269
图表 78 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司运营能力分析 (单位:百万元)	271
图表 79 : 2013-2015年百盛商业集团有限公司成本费用分析	271
图表 80 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司企业经营情况	273
图表 81 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司企业经济指标分析	275
图表 82 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司盈利能力分析	276
图表 83 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司偿债能力分析	276
图表 84 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司运营能力分析	277
图表 85 : 2013-2015年天虹商场股份有限公司成本费用分析	277
图表 86 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司企业经营情况	286
图表 87 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司企业经济指标分析	288
图表 88 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力分析	288
图表 89 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力分析	289
图表 90 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司运营能力分析	290
图表 91 : 2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司成本费用分析	290
图表 92 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司企业经营情况 (单位:百万元)	292
图表 93 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司企业经济指标分析 (单位:百万元)	293
图表 94 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司盈利能力分析 (单位:百万元)	293
图表 95 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司偿债能力分析 (单位:百万元)	294
图表 96 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司运营能力分析 (单位:百万元)	295
图表 97 : 2013-2015年新世界百货中国有限公司成本费用分析	295
图表 98 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司企业经营情况 (单位:百万元)	297
图表 99 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司企业经济指标分析 (单位:百万元)	297

图表 100 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司盈利能力分析(单位:百万元)	298
图表 101 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司偿债能力分析(单位:百万元)	298
图表 102 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司运营能力分析(单位:百万元)	299
图表 103 : 2013-2015年银泰百货(集团)有限公司成本费用分析	300
图表 104 : 2013-2015年广百股份有限公司企业经营情况	301
图表 105 : 2013-2015年广百股份有限公司企业经济指标分析	303
图表 106 : 2013-2015年广百股份有限公司盈利能力分析	304
图表 107 : 2013-2015年广百股份有限公司偿债能力分析	305
图表 108 : 2013-2015年广百股份有限公司运营能力分析	306
图表 109 : 2013-2015年广百股份有限公司成本费用分析	306
图表 110 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司企业经营情况	308
图表 111 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司企业经济指标分析	310
图表 112 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司盈利能力分析	311
图表 113 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司偿债能力分析	311
图表 114 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司运营能力分析	312
图表 115 : 2013-2015年广州友谊集团股份有限公司成本费用分析	313
图表 116 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司企业经营情况	314
图表 117 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司企业经济指标分析	318
图表 118 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司盈利能力分析	318
图表 119 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司偿债能力分析	319
图表 120 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司运营能力分析	319
图表 121 : 2013-2015年北京市西单商场股份有限公司成本费用分析	320
图表 122 : 食品价格与CPI增速图	341
图表 123 : 社会消费品总额与CPI增速对比	341
图表 124 : 联营与自营优劣分析	348
图表 125 : 零售各业态收入模式互补	349
图表 126 : 2015年上调最低工资标准的地区	364

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1509/A25043TV1T.html>