

2009年中国零售百货业研究咨询 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

《2009年中国零售百货业研究咨询报告》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/200904/15943.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

目前中国国内消费总体增长平稳，2009年前两个月都是增长的，但增幅也有一定的下降幅度。中国存在巨大的消费潜力，估计在未来一段时间，中国国内的消费还会呈现比较快的增长。国家发改委将2009年零售额增长目标定为14%。从当前的情况来看，零售百货业的连锁化运营还并未像家电连锁业那样形成全国化的连锁浪潮，企业全国性的扩展均显得较为谨慎，但连锁化经营模式已成为业内未来的发展方向，而从盈利模式上来看，当前本土百货零售企业也正在从“自营”模式向“联营+出租+自营”的模式转变，这一盈利模式的核心是把主要的经营风险转移给上游的商品供应商，连锁化经营模式和“联营”盈利模式的转变，引发行业蜕变。然而，目前国内零售企业在高速发展的同时，也存在三大方面的问题：一是盲目发展的倾向比较严重；二是零售企业行为亟待规范；三是零售企业的品牌建设有待加强。未来五年，中外零售企业的竞争重点、方式、格局将会发生新的转变，同时由于限制少、门槛低、行业集中度不高，我国零售业的并购将进入活跃期，国内企业亟待增强并购和抗并购能力。

受全球金融危机影响，2009年我国扩大消费将面临挑战，全年社会消费品零售总额增速将保持在12%左右。全球金融危机对中国经济的影响主要体现在实体经济，受财政收入下降和居民收入增长放缓等因素影响，2009年高端商品、奢侈品的消费将下降，而日用品、生活必需品的销售受到的影响相对较小；分业态来看，对百货店的影响将大于超市。导致零售行业增速回落的主要原因包括：提供给消费者的折扣幅度比往年大；出口企业倒闭引发失业率上升，农民工回乡人数增加并削弱中低档消费品的需求；内地消费市场回落，较实体经济增长的变化呈现滞后现象；通缩预期升温；单价较高的奢侈消费品需求急速放缓。面对销售行情的放缓，国内零售业正进入优胜劣汰的时代了，一些大型零售企业的收购扩张意图渐趋旺盛。一些经营不善的企业将会倒闭或成为被收购的对象，但对于一些资金实力雄厚的企业而言，这可能会被视为加快并购步伐的良机。

2010-2020年，中国消费需求将在经济增长中居于主导地位。受益于宏观经济增长、居民收入水平提高、城市化及消费者消费理念转变等因素，预计2009-2010年，中国零售业将保持8%-10%的平稳增长速度；到2020年，社会消费品零售总额将超过20万亿元，零售业在国民经济中的地位和作用将大大提高。未来中国零售业发展空间巨大。

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、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及零售业专业研究单位等公布和提供的大量

资料，对我国零售业的供需状况、零售业态的发展状况、行业细分市场、部分重点城市零售业的发展状况、行业发展策略等进行了分析。报告重点研究了我国零售业的市场状况，以及对行业发展环境以及优势企业的经营状况、发展经验等进行了深入探讨，从而总结了我国零售业的发展趋势，预测了行业2009年的市场增速、投资发展策略以及面对机遇与挑战的应对策略。报告还对国家相关商业政策进行了介绍和政策趋向研判，是零售百货企业、科研机构等单位准确了解目前零售业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 国内外行业现状分析

第一章 全球零售业发展概述 1

第一节 2008-2009年德国零售业的发展 1

一、2008年德国零售行业并购情况 1

二、2008年德国主要零售业表现 2

三、2008年德国零售自有品牌前景分析 4

四、2008年德国零售额下降情况分析 5

五、2009年德国零售业销售额分析 5

第二节 2008-2009年美国零售业发展 6

一、美国商业零售业的特点 6

二、2008年美国最热门零售商排行榜 11

三、2009年美国零售业销售状况分析 12

四、美国零售业发展对中国的启示 13

第三节 2009年日本零售业发展 14

一、日本零售业业态的概述 14

二、日本零售业态结构分析 15

三、2009年日本零售百货企业应对金融危机的措施 17

第四节 2008-2009年其他国家零售业发展 18

一、金融危机对意大利零售店铺的影响 18

二、2008年新西兰零售额增长情况 18

三、2008-2009年法国购物中心发展情况 18

- 四、2009年韩国百货商店销售情况 19
- 五、2009年智利零售企业投资情况 20
- 第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点 20
 - 一、零售业态的多样化 23
 - 二、经营国际化、连锁化 23
 - 三、组织结构集中化、规模化 24
 - 四、流通功能的主导化 24
 - 五、城市商业网点布局的转移 25
 - 六、商业经营管理的高技术化、现代化 26

第二章 2008-2009年零售业发展现状 28

- 第一节 2008年零售业发展态势 28
 - 一、2008年中国零售业上市公司运行分析 28
 - 二、2008年中国零售业并购情况分析 33
 - 三、2008年中国零售业融资情况分析 45
- 第二节 2008-2009年零售业发展现状 47
 - 一、2008年社会消费品零售总额 47
 - 二、2008-2009年商品零售价格分类指数 53
 - 三、2009年消费品零售总额 59
 - 四、2009年零售行业面临的消费环境 62
 - 五、中国零售业要关注的问题 66
- 第三节 零售业信息化发展分析 69
 - 一、中国零售信息化发展现状 69
 - 二、2009年零售业信息化新布局 70
 - 三、2009年零售业信息化进入系统深挖价值时代 73
 - 四、中国零售信息化发展趋势 76

第三章 2009年零售业发展态势 77

- 第一节 2009年中国零售业的发展分析 77
 - 一、2009年零售业发展增速情况 77
 - 二、金融危机对零售业的影响 79
 - 三、2009年零售企业逆势加强渠道建设 84

第二节 2009年中国零售业发展形势 85

一、2009年中国千家重点零售企业零售额分析 85

二、2009年零售行业发展情况 87

三、2009年零售行业关注并购重组 88

四、2009年零售业面临并购重组新机遇 89

五、2009年整体零售市场增长情况 90

第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析 91

一、民营企业的转型之痛 91

二、民营企业的转型思路 93

三、民营企业的应对策略 94

第四节 我国农村零售业的现状及发展对策 95

一、农村零售业的新特点 96

二、农村零售业存在的主要问题 98

三、发展农村零售业的必要性 99

四、发展农村零售业的策略 101

五、我国零售商业农村市场的开拓 103

第二部分 行业市场分析

第四章 2008-2009年零售连锁市场发展 109

第一节 零售业连锁发展情况 109

一、2008年度中国连锁百强排行名单 109

二、我国连锁零售企业存在的问题分析 112

三、2009年中国零售连锁业展望 116

四、未来连锁零售业发展趋势 125

第二节 中国大型连锁零售企业成长路径 127

一、中国大型连锁零售企业成长的特征 127

二、中国大型连锁零售企业成长的条件 129

三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素 131

四、中国大型连锁零售企业成长的路径 132

第三节 我国零售消费者行为分析 134

一、我国零售消费者行为特点分析 134

二、针对消费者行为特点的零售营销创新 135

第五章 我国零售业主要细分市场分析 138

第一节 超市业发展分析 138

- 一、2008年超市业态发展态势 138
- 二、超市消费者购买行为分析 142
- 三、2009年超市业态发展展望 144
- 四、2009年超市业增长形势预测 148

第二节 便利店发展分析 150

- 一、便利店的特征分析 150
- 二、便利店的创新与延伸 150
- 三、便利店的经营策略 151
- 四、便利店应对金融危机的策略 153

第三节 购物中心发展分析 155

- 一、2008年购物中心的发展空间 155
- 二、我国购物中心发展策略分析 155
- 三、购物中心的未来发展趋势 161

第四节 仓储式商场发展分析 163

- 一、仓储式商场的营销特点 163
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 165
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议 166
- 四、2008-2009年仓储式商场销售情况 168

第五节 百货业发展分析 168

- 一、2008年百货业发展形势 168
- 二、2009年百货业发展展望 173
- 三、2009年中国百货行业走向形势分析 177

第六节 专业店发展分析 180

- 一、2008年中国网上零售市场总规模分析 180
- 二、2008年家居零售业发展分析 180
- 三、2009年医药零售业发展情况 182
- 四、2009年药品零售行业展望 183

第六章 主要地区零售业发展分析 188

第一节 上海市零售业发展 188

- 一、上海百货零售业发展之路 188
- 二、2008年上海百货销售排行榜 188
- 三、2008年上海零售物业市场发展 189

第二节 北京市零售业发展 191

- 一、2008年北京社会消费品零售额分析 191
- 二、2009年北京社会消费品零售总额预测 191

第三节 广东省零售业发展 192

- 一、2008年广东社会消费品零售额增长情况 192
- 二、2008年广东省零售市场发展态势 193
- 三、2009年广州零售百货发展方向 200

第四节 其他城市零售业发展 207

- 一、内蒙古零售业态发展状况分析 207
- 二、2008-2009年天津百货零售业发展情况 212
- 三、2009年香港零售业发展情况 216

第三部分 行业竞争格局分析

第七章 零售业竞争格局分析 219

第一节 中国零售业竞争现状分析 219

- 一、2008中国企业500强之零售业排行榜 219
- 二、2009年零售业竞争消费格局 221
- 三、2009年零售业的价格战升级 223

第二节 2009年我国与外资零售业态的竞争 226

- 一、2009年外资零售在二三线城市新的竞争格局 226
- 二、2009年外资零售商独资发展格局 228
- 三、2009年外资零售品牌在华战略 231

第三节 中国零售业在零售国际化大潮中的战略选择 235

- 一、国内外零售业市场背景介绍 235
- 二、零售业国际化的必然性 235
- 三、零售业国际化在中国 236
- 四、零售国际化对中国本土零售企业的影响 236
- 五、中国零售业应对零售国际化的对策 239

第四节 零售业中外资企业竞争力的对比分析 240

- 一、外资零售企业进入我国的总体状况 240
- 二、中外资零售企业竞争力的比较分析 241
- 三、提高中资零售企业竞争力的对策 246

第五节 零售型中小企业的竞争策略 249

- 一、区域联盟策略 250
- 二、蓝海战略 250
- 三、差异化策略 250
- 四、品牌经营策略 251
- 五、物流配送策略 251

第八章 外资重点企业分析 253

第一节 沃尔玛公司 253

- 一、公司概况 253
- 二、2008-2009年沃尔玛销售情况 255
- 三、2009年公司动态 258
- 四、企业文化及对中国零售企业的启示 259

第二节 家乐福集团 266

- 一、公司概况 266
- 二、家乐福的经营定律 268
- 三、2008年家乐福经营状况 272

第三节 麦德龙集团 274

- 一、公司概况 274
- 二、2008年公司经营情况 277
- 三、2009年公司概况 278

第四节 特易购 279

- 一、公司概况 279
- 二、2008年公司经营情况 281

第五节 7-Eleven便利商店集团 281

- 一、集团概况 281
- 二、集团的网络营销战略 283

第六节 宜家集团 290

第九章 我国重点企业分析 293

第一节 百联集团有限公司 293

一、公司概况 293

二、2008年公司经营情况 297

三、2009年公司动态 318

第二节 华润集团有限公司 318

一、公司概况 318

二、2009年公司动态 321

第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 323

一、公司概况 323

二、2008年公司经营情况 324

三、2009年公司动态 332

第四节 国美电器有限公司 333

一、公司概况 333

二、2008年公司经营情况 334

三、2009年公司动态 335

第五节 苏宁电器股份有限公司 335

一、公司概况 335

二、2008年公司经营情况 337

三、2009年公司动态 347

第六节 大商集团股份有限公司 348

一、公司概况 348

二、2008年公司经营情况 351

第七节 苏果超市有限公司 355

一、公司概况 355

二、2008-2009年公司经营情况 358

三、2009年公司动态 359

第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司 359

一、公司概况 359

二、2008年公司经营情况 360

三、2009-2010年公司动态 363

第九节 重庆百货大楼股份有限公司 364

- 一、公司概况 364
- 二、2008年公司经营情况 365
- 三、2009年公司展望 377
- 第十节 北京华联综合超市股份有限公司 379
- 一、公司概况 379
- 二、2008年公司经营情况 380

第四部分 行业发展策略及趋势分析

第十章 零售业的发展战略分析 385

第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略 385

- 一、零售商业企业实力较量的主要手段 385
- 二、零售业非价格竞争的主要策略 387
- 三、同业态零售企业的竞争合作策略 390

第二节 中国零售业应对金融危机的策略 393

- 一、人才策略 395
- 二、客户服务策略 396
- 三、管理策略 397
- 四、执行策略 398
- 五、蓝海策略 398
- 六、拦截攻略 399

第三节 零售渠道与终端布局的选择策略 400

- 一、终端陷阱 400
- 二、发展契机 401
- 三、突破之路 402

第四节 零售业提高品牌忠诚度策略 403

- 一、打造强大的核心能力 404
- 二、提供优质服务 405
- 三、培养忠诚的员工 406

第十一章 2009年零售业发展趋势分析 408

第一节 2009年国际零售业发展趋势 408

- 一、2009年全球奢侈品零售趋势分析 408

二、2009年全球零售业发展趋势分析	412
三、未来全球零售业发展趋势	427
第二节 2009年零售业业态的发展趋势	428
一、商业网点	428
二、购物中心	429
三、主力店	429
四、餐饮业	431
第三节 2009-2020年中国零售业发展趋势分析	432
一、2009年零售百货行业发展趋势	432
二、2009年零售额增长目标预测	439
三、2009年社会消费品零售额增速预测	439
四、未来中国零售业展望	440
五、2015年中国老年人零售消费能力预测	441
六、2020年中国消费市场的发展方向与特征	443

第五部分 行业投资分析

第十二章 零售业投资发展分析 447

第一节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析 447

- 一、优势 447
- 二、劣势 449
- 三、机遇 450
- 四、威胁 452

第二节 2009年零售业投资分析 453

- 一、2009年商业零售行业投资策略 453
- 二、2009年零售业的投资机会 454
- 三、2009年零售行业投资策略分析 455

第三节 2009年零售行业投资策略 459

- 一、扩张策略 470
- 二、关注管理优秀的区域性强势超市 472
- 三、从并购角度关注公司价值 472

图表目录：

图表：2008年美国最热门零售商排行榜（1-20名） 11

图表：2003-2007年全球百货店零售额年增长率 20

图表：2003-2007年全球大卖场、超级中心零售额年增长率 21

图表：2003-2007年全球网上零售额年增长率 21

图表：2003-2007年全球专业店零售额年增长率 21

图表：2002-2006年全球大卖场TOP5零售额 22

图表：2002-2006年全球百货店TOP5零售额 22

图表：2000-2012年全球零售额年增长率分析及预测 22

图表：2008年1月社会消费品零售总额 47

图表：2008年2月社会消费品零售总额 48

图表：2008年3月社会消费品零售总额 48

图表：2008年4月社会消费品零售总额 49

图表：2008年5月社会消费品零售总额 49

图表：2008年6月社会消费品零售总额 50

图表：2008年7月社会消费品零售总额 50

图表：2008年8月社会消费品零售总额 51

图表：2008年9月社会消费品零售总额 51

图表：2008年10月社会消费品零售总额 52

图表：2008年11月社会消费品零售总额 52

图表：2008年12月社会消费品零售总额 53

图表：2008年1月商品零售价格分类指数 53

图表：2008年2月商品零售价格分类指数 54

图表：2008年3月商品零售价格分类指数 54

图表：2008年4月商品零售价格分类指数 55

图表：2008年6月商品零售价格分类指数 55

图表：2008年7月商品零售价格分类指数 56

图表：2008年8月商品零售价格分类指数 56

图表：2008年9月商品零售价格分类指数 57

图表：2008年10月商品零售价格分类指数 57

图表：2008年11月商品零售价格分类指数 58

图表：2008年12月商品零售价格分类指数 58

图表：2009年1月商品零售价格分类指数 59

图表：2006-2009年1月社会消费品零售总额名义和实际增速 60

图表：2006-2009年1月RPI与CPI增速速度 60

图表：2006-2009年限额以上消费品零售总额名义和实际增速 60

图表：2006-2008年GPD增速 61

图表：2006-2009年部分主要类别商品限额以上消费品零售总额增速 61

图表：2006-2008年限额以上消费品零售总额结构 62

图表：1985-2008年社会消费品零售总额名义增速和实际增速 63

图表：2008年社会消费品总额及名义增速 64

图表：2000-2008年城乡居民人均可支配收入及实际增速 65

图表：2007-2008年CPI涨幅与PPI涨幅 65

图表：零售细分行业分析与比较 67

图表：中国百货行业上市公司经营门店及分布比较 68

图表：外资超市企业及中国超市行业上市公司经营门店及分布比较 68

图表：2000年-2010年我国百货市场销售额增长及预期 69

图表：市场控制力是选择优质零售公司的主要标准 69

图表：2007-2009年2月社会消费零售总额增长 79

图表：2008年度中国连锁百强名单 109

图表：国内外企业零售业业态顾客定位差距 122

图表：国内外企业零售业业态顾客服务差距 122

图表：2000-2007年中国连锁百强企业业绩简况表 128

图表：2008年2月-2009年2月仓储式商场业态销售同比增长速度 168

图表：2004-2006年内蒙古城镇居民家庭基本情况 209

图表：内蒙古盟市零售业市场饱和指数 209

图表：内蒙古商场应该增添的服务项目 210

图表：2008年中国企业500强零售业排名前19位统计 219

图表：2005年主要外资零售企业在中国的分布 241

图表：2005年上海百联集团与沃尔玛、家乐福的规模比较 244

图表：2005年我国各地区超市数量占超市总数的百分比 247

图表：沃尔玛中国一览表 254

图表：2004-2007年沃尔玛财务数据 254

图表：沃尔玛“人和”要素层次分析 255

图表：1983-2008财年沃尔玛人均销售额一览 256

图表：2008年沃尔玛中国内地新开门店20家 256

图表：1995-2008年沃尔玛每年新开店数量 257

图表：沃尔玛分阶段存货周转影响因素分析 257

图表：1970-2020年沃尔玛与苏宁电器收入增速对比 258

图表：2008年家乐福中国新开门店23家 273

图表：1995-2008年家乐福每年新开店数量 274

图表：2001-2008年麦德龙在华新开店情况 275

图表：麦德龙在华门店统计和城市分布 276

图表：2008年2季度上海百联集团股份有限公司主营构成表 297

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司每股指标 298

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司获利能力表 298

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司经营能力表 298

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司偿债能力表 299

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司资本结构表 299

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司发展能力表 299

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司现金流量分析表 299

图表：2007-2008年上海百联集团股份有限公司利润分配表 300

图表：2009年上海百联集团股份有限公司业绩预测 301

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司基本财务情况 301

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司损益表 302

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司资产负债表 302

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司现金流量表 303

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司比率分析 303

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司财务摘要 303

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司利润率和估值指标 304

图表：2008-2011年上海百联集团股份有限公司利润与利润分配表 304

图表：2008年2季度上海友谊集团股份有限公司主营构成表 304

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司每股指标 305

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司获利能力表 305

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司经营能力表 305

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司偿债能力表 306

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司资本结构表 306

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司发展能力表 306

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司现金流量分析表 306

图表：2007-2008年上海友谊集团股份有限公司利润分配表 307

图表：2005-2010年上海友谊集团股份有限公司基本情况 308

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司财务摘要 308

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司资产负债表 309

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司利润表 309

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司现金流量表 310

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司财务指标 310

图表：2008-2010年上海友谊集团股份有限公司盈利预测 311

图表：2005-2007年联华超市股份有限公司财务横比 311

图表：2005-2008年中期联华超市股份有限公司财务纵比 312

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司财务摘要 312

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司简明综合损益表 313

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司简明综合资产负债表 314

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司权益表 315

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司营业额 316

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司其他收益 316

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司按性质分类的费用 317

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司财务收入及成本 317

图表：截止2008年6月联华超市股份有限公司财务指标 318

图表：2001-2007年华润集团有限公司营业额增长图 320

图表：2001-2007年华润集团有限公司净资产变化图 320

图表：2001-2007年华润集团有限公司资产增长图 321

图表：2007-2008年3季度北京王府井百货集团股份有限公司经营数据 324

图表：2008年2季度北京王府井百货(集团)股份有限公司主营构成表 325

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司每股指标 325

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司获利能力表 325

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司经营能力表 326

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司偿债能力表 326

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司资本结构表 326

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司发展能力表 326

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司现金流量分析表 327

图表：2007-2008年北京王府井百货(集团)股份有限公司利润分配表 327

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司投资摘要 328

图表：2006-2009年北京王府井百货集团股份有限公司财务数据摘要 329

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司盈利预测 329

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司财务预测 330

图表：2008-2010年北京王府井百货集团股份有限公司财务摘要 330

图表：2008-2010年北京王府井百货集团股份有限公司利润率和估值预测 330

图表：2008-2010年北京王府井百货集团股份有限公司资产负债表 331

图表：2008-2010年北京王府井百货集团股份有限公司利润表 331

图表：2008-2010年北京王府井百货集团股份有限公司现金流量表 332

图表：2008年4季度苏宁电器股份有限公司主营构成表 337

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司每股指标 337

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司获利能力表 338

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司经营能力表 338

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司偿债能力表 338

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司资本结构表 339

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司发展能力表 339

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司现金流量分析表 339

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司利润分配表 339

图表：2007-2008年苏宁电器股份有限公司调整前后的销售和增长 340

图表：2008年苏宁电器股份有限公司开店情况 341

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司盈利预测表 342

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司资产负债表 342

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司利润表 343

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司现金流量表 343

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主要财务比率 344

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司盈利预测 344

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司投资摘要 345

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司业绩预测 345

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司主要财务指标 346

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司财务摘要 346

图表：2009-2011年苏宁电器股份有限公司预测及评估 347

图表：2008年2季度大商集团股份有限公司主营构成表 351

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司每股指标 351

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司获利能力表 352

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司经营能力表 352

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司偿债能力表 352

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司资本结构表 352

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司发展能力表 353

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司现金流量分析表 353

图表：2007-2008年大商集团股份有限公司利润分配表 353

图表：2006-2010年大商集团股份有限公司财务摘要 354

图表：2009-2010年大商集团股份有限公司经营预测 355

图表：2008年2季度合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成表 360

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标 360

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力表 361

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力表 361

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力表 361

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构表 361

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力表 362

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量分析表 362

图表：2007-2008年合肥百货大楼集团股份有限公司利润分配表 362

图表：2008年4季度重庆百货大楼股份有限公司主营构成表 365

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司每股指标 365

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司获利能力表 365

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司经营能力表 366

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力表 366

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司资本结构表 366

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司发展能力表 366

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司现金流量分析表 367

图表：2007-2008年重庆百货大楼股份有限公司利润分配表 367

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司主要会计数据 368

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司非经常性损益项目和金额 369

图表：2006-2008年重庆百货大楼股份有限公司主要会计和财务指标 369

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司员工专业类别 370

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司员工教育程度情况 370

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司主要财务数据说明 373

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司主要供应商、客户情况 374

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司主营业务分行业、分产品情况表 374

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司主营业务分地区情况 374

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司资产负债构成情况 375

图表：2008年重庆百货大楼股份有限公司现金流量变动情况 376

图表：2006-2009年重庆百货大楼股份有限公司预测和比率 377

图表：2006-2010年重庆百货大楼股份有限公司财务摘要 377

图表：2006-2010年重庆百货大楼股份有限公司利润率和估值指标 377

图表：2008年4季度北京华联综合超市股份有限公司主营构成表 380

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司每股指标 380

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司获利能力表 381

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司经营能力表 381

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表 381

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司资本结构表 381

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司发展能力表 382

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表 382

图表：2007-2008年北京华联综合超市股份有限公司利润分配表 382

图表：2000-2007年城市总人口及城市化 433

图表：2000-2007年家庭可支配收入增长 434

图表：2007年茂业百货销售结构 435

图表：2007年银泰百货销售结构 435

图表：2000-2007年中国百货行业市场集中度情况表 436

图表：2007年我国城镇居民消费支出构成 437

图表21：2007年我国农村居民消费支出构成 437

图表：2010年中国零售业总额预测 445

图表：2007-2008年9月社会消费品零售总额增长速度 460

图表：2007-2008年10月受房地产不景气影响，家具、建筑装潢、家电零售下滑 461

图表：2007-2008年10月服装、通信器材、化妆品、金银珠宝等零售增长持续低迷 461

图表：2007-2008年9月重点零售企业销售同比增长（分业态） 462

图表：2006-2008年9月居民收入回落（累计值） 462

图表：2006-2008年9月城镇居民消费支出回落 463

图表：2006-2008年9月消费者信心指数、预期指数、满意指数 463

图表：2006-2008年9月CPI、PPI走势 464

图表：2008年3季度重点百货公司分季度营业总收入同比、环比增减 465

图表：2008年第3季度连锁超市可比门店的增速下滑趋势明显 465

图表：2008年第3季度连锁超市公司分季度营业总收入同比、环比增减 466

图表：2007-2008年3季度重点百货公司分季度“营业费用率+管理费用率”情况 467

图表：2008年2-3季度连锁超市综合毛利率变化情况 468

图表：2007-2008年第3季度重点百货公司净利润下滑明显 469

图表：2006年5月-2008年10月限额以上零售分产品同比增速 473

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） 473

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/15943.html>