

2010-2015年中国小商品市 场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年中国小商品市场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/201003/35127.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

小商品作为一种劳动密集型产品，消费上的多样化，商品本身的低标准化，行业进入的低门槛，都使小商品市场成为一个特别开放的体系，而不像其他专业市场那样较为单一，决定了小商品市场集群的特点。正因为同类商品的竞争、不同商品的互补以及良好的基础设施，提供了范围经济，专业批发商才能开展较大规模的专业化经营，才能获得规模经济，才能薄利多销。小商品市场由于其特殊的发展历史，使其带有了集贸市场的特点，即商品的综合性和非产地性；但由于交易方式的演进，又使其摆脱了一般集贸市场难以扩大市场范围的局限，专业化、大批量和开放性的批发贸易在根本上带有专业市场的特点。2009年义乌集贸市场全年总成交额达556.1亿元，同比增长12.96%；中国小商品城全年总成交额411.59亿元，同比增长7.8%，双双创下历史新高。2009年义乌市场以惊人速度复苏，3月份进入义乌市场的外商人数达到2.7万余人次，相比2月份增长了138%。而到11月份，当月进入义乌市场的外商人数一举超过4万人次，同比增长逾20%。5至11月，义乌小商品景气指数持续上涨，同期义乌海关监管出口的集装箱量也稳步上升。

改革开放后，非公有制商业经济是从无到有发展起来的，规模小、底子薄、管理能力不强，决定了它不可能在高层次上领导商业流通，而只能进行较低层次的流通。这样就出现了小生产者和小商人合作的流通模式。于是大量的日用品就由个体、私营小商人进行经营。为了实现规模经济的效益，这些小商人聚合起来，就构成了小商品批发市场这一业态。由此可见，这种业态是我国经济体制改革的产物，有其存在的必然性。近两年，许多大型商场停业并在转向小商品批发市场后扭亏为盈的现象出现时，有人认为小商品批发市场将成为未来商业发展的一个新趋势，代表了未来商业的一个主要方向。但是，小商品批发市场在低水平上运作，它本身所固有的局限性决定了它在商业发展中的过渡性质。小商品批发市场松散，简单的管理方式是无法适应发达的市场经济对商业流通的要求。随着市场经济的深入发展，商业企业必须不断提高其经营管理水平，加强信息管理、物流管理，提高服务质量。一旦大型商业体制理顺、企业搞活，或者某些小商业者不断积累，实力壮大并获取了足够的经验，它们必然谋求更大规模、更高层次的商品流通。小商品批发市场必将被其他业态所取代。这是市场经济发展的必然要求，也是商业企业发展的历史趋势

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、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、中国义乌小商品市场等部门和机构公布和提供的大量数据资料，对我国小商品的行业市场结构状况、市场发展状况、区域市场发展状况和国际贸易状况进行了全面的分析。同时对我国小商品行业的

竞争和发展趋势进行了深入的研究；还对我国小商品行业和企业的发展策略提出了独特的见解。是小商品企业、小商品行业投资机构和研究机构、相关单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业概况和环境分析

第一章 小商品概述 1

第一节 小商品定义及分类 1

一、小商品的定义 1

二、小商品的种类 1

三、小商品的特性 2

第二节 小商品产业链分析 2

一、行业经济特性 2

二、主要细分行业 3

三、产业链结构分析 3

第二章 小商品行业发展环境分析 5

第一节 2009年中国宏观经济环境分析 5

一、2009年中国GDP分析 8

二、2009年城乡家庭人均可支配收入 28

三、恩格尔系数 29

四、2009年工业发展形势分析 29

五、2009年存贷款利率变化 37

六、2009年财政收支状况 39

第二节 我国小商品行业政策环境分析 40

一、《小商品分类指南》编制 40

二、《小商品分类与代码》获商务部批准并公布 41

三、第二批制笔行业标准 41

四、浙江海关新法 42

第二部分 行业市场发展分析

第三章 小商品市场结构分析 43

第一节 小商品经济技术特点分析 43

一、小商品生产的工艺与技术特点 43

二、小商品需求的特点 44

三、小商品市场结构的特点 45

第二节 小商品市场与专业市场联系分析 46

一、小商品市场与集贸市场、专业市场的界分 46

二、专业市场的分类 47

三、小商品综合性专业市场探讨 48

第三节 小商品市场的交易效率探讨 49

一、小商品市场的专业化经济 49

二、小商品市场的信息规模经济 50

三、小商品市场的外部规模经济 52

第四章 我国小商品市场发展分析 54

第一节 我国小商品市场经济效应探讨 54

一、义乌小商品市场的“斯密悖论”效应 54

二、小商品市场的规模经济效应 54

三、小商品市场的范围经济效应 56

第二节 我国小商品发展轨迹分析 57

一、浙江义乌小商品批发市场 57

二、沈阳五爱小商品批发市场 57

三、成都荷花池市场 58

第三节 我国小商品市场发展分析 60

一、小商品领域发展分析 60

二、小商品市场的发展方向分析 60

三、义乌小商品市场面临的发展机遇与挑战 61

第四节 小商品发展策略分析 64

一、小商品企业营销策略 64

二、小商品包装的心理策略 65

三、中国服装品牌经营策略 68

第五节 2009年我国部分小商品产量统计 74

一、2009年信息产业类小商品产量统计 74

二、2009年轻工业类小商品产量统计 90

三、2009年纺织业类小商品产量统计	110
四、2008年化学工业类小商品产量统计	128
第五章 小商品子产业市场发展分析	147
第一节 家居小商品行业	147
一、2009年我国雨伞市场发展分析	147
二、我国锁具市场发展分析	150
三、中国钟表业市场发展分析	158
四、2009年我国眼镜业市场发展分析	167
五、中国剃须刀片市场发展分析	171
六、2009年我国移动电话机市场发展分析	171
第二节 玩具市场发展分析	172
一、我国玩具产业基本概况	172
二、我国玩具产业发展的历史和现状	177
三、玩具市场趋势分析	179
四、我国玩具营销分析	181
五、不同年龄阶段的儿童玩具消费特点	186
六、中国玩具业的市场整合分析	189
七、我国玩具市场前景分析	194
第三节 礼品市场发展分析	195
一、后金融危机时代礼品市场发展分析	195
二、2010年我国礼品市场分析	199
三、家具礼品市场发展分析	200
四、儿童礼品市场发展分析	202
五、礼品市场行业发展机遇分析	202
六、礼品市场发展前景分析	204
第四节 饰品市场发展分析	204
一、饰品行业发展现状	204
二、国内家饰品市场发展分析	207
三、国内首饰饰品市场分析	209
四、饰品市场发展趋势	212
第五节 其他小商品市场发展分析	214
一、我国毛巾市场发展分析	214

二、我国领带业市场发展分析	217
三、我国拉链产业市场发展分析	221
四、我国文具市场发展分析	230
五、中国洗发水市场发展分析	238
第六章 我国小商品行业区域市场发展分析	245
第一节 广东省小商品市场发展情况	245
一、佛山市盐步小商品市场发展情况	245
二、东莞市虎门小商品批发市场分析	246
第二节 浙江省小商品市场发展分析	247
一、义乌小商品市场概况	247
二、永康市小商品市场建设情况	251
三、台州市小商品市场发展情况	252
第三节 沈阳市小商品市场发展情况	254
一、沈阳五爱小商品市场简介	254
二、沈阳五爱小商品市场发展历史	254
三、沈阳五爱小商品市场建设和招商情况	260
第七章 我国小商品贸易分析	262
第一节 我国小商品贸易环境分析	262
一、我国小商品进出口政策分析	262
二、我国贸易壁垒分析	263
三、义乌对欧贸易形势分析	265
第二节 我国小商品贸易策略分析	268
一、企业如何应对反倾销	268
二、技术性贸易壁垒应对措施	269
第三节 我国小商品贸易情况分析	270
一、2009年小商品城经营情况	270
二、2009年义乌小商品进出口分析	271
三、2009年福建小额贸易进出口分析	272
第三部分 行业竞争分析	
第八章 小商品行业竞争分析	273
第一节 小商品市场竞争分析	273
一、小商品市场竞争现状	273

二、义乌提升小商品市场竞争力分析	275
三、小商品市场竞争优势分析	276
第二节 中国小商品企业竞争分析	277
一、经营状态对比	277
二、核心竞争力对比	280
三、小商品企业发展趋势分析	285
第三节 小商品市场策略分析	287
一、旧城区小商品市场竞争策略分析	287
二、提升国际竞争力策略分析	290
第九章 我国小商品重点企业分析	296
第一节 浙江中国小商品城集团股份有限公司	296
一、公司概况	296
二、2008-2009年财务分析	297
三、公司经营情况分析	301
第二节 武汉中百集团股份有限公司	301
一、公司概况	301
二、2008-2009年财务分析	303
三、公司经营情况分析	307
第三节 上海新世界股份有限公司	307
一、公司概况	307
二、2008-2009年财务分析	308
三、公司经营情况	312
第四节 其他企业发展分析	313
一、中国临沂小商品城	313
二、中韩国际小商品城	314
第四部分 行业发展趋势分析	
第十章 我国小商品行业发展趋势分析	317
第一节 小商品市场发展总体趋势	317
一、小商品批发市场兴起趋势	317
二、小商品批发市场的业态发展趋势	318
三、义乌市场竞争趋势	319
第二节 小商品市场运行趋势	321

一、2010-2015年小商品市场份额趋势 321

二、2010-2015年义乌小商品市场趋势 322

三、小商品产品流行趋势 323

四、小商品批发市场面临的发展趋势 325

第三节 小商品市场预测分析 332

一、2010-2015年义乌小商品运行趋势预测 332

二、义乌小商品的前景 333

第五部分 行业投资及策略分析

第十一章 我国小商品行业投资分析 335

第一节 我国小商品行业投资行情分析 335

一、小商品市场投资项目分析 335

二、时尚小商品市场需求增长 336

三、小商品行业投资模式介绍 337

第二节 我国小商品市场投资机遇与风险分析 337

一、义乌市场发展带来新的机遇 337

二、金融危机对义乌市场的影响 339

第十二章 小商品发展策略分析 340

第一节 小商品发展策略分析 340

一、小商品企业营销策略 340

二、小商品包装的心理策略 341

三、中国饰品市场竞争策略 344

四、小商品向国际化发展的战略分析 350

第二节 小商品企业经营管理策略 351

一、企业经营策略综述 351

二、企业产品经营策略 352

三、企业渠道经营策略 353

四、企业并购策略分析 354

五、经济危机下企业经营管理策略 356

图表目录

图表：2005-2009年GDP当季同比继续增长情况 8

图表：2006-2009年M1和M2同比增速情况 9

图表：1999-2009年城镇固定资产投资情况 10

图表：2005-2009年社会消费品零售总额情况	10
图表：2007-2009年消费品进出口情况	11
图表：2007-2009年产品出口情况	11
图表：2005-2009年CPI、PPI、CGPI同比情况	12
图表：2003-2009年经济增长情况	13
图表：2003-2009年通货膨胀情况	14
图表：2009年宏观经济预警指数分析	14
图表：2009年产业指标宏观预警指数分析	15
图表：2009年宏观经济景气指数分析	19
图表：2009年工业生产指数分析	19
图表：2009年工业从业人员分析	20
图表：2009年社会需求指数分析	20
图表：2009年社会收入指数分析	21
图表：2009年宏观经济先行指数分析	22
图表：2009年工业产品产销率分析	23
图表：2009年商品房本年新开工面积分析	23
图表：2009年投资新开工项目分析	24
图表：2009年消费者预期指数分析	24
图表：2009年港口货物吞吐量分析	25
图表：2009年货币供应量分析	25
图表：2009年沪市A股月成交金额分析	26
图表：2001-2009年工业增加值情况	34
图表：2008-2009年轻重工业增速情况	35
图表：2006-2009年工业企业利润增长情况	36
图表：人民币存款利率表分析	37
图表：人民币贷款利率表	38
图表：外汇存款利率表	38
图表：2007-2009年财政收入及其构成月度同比情况	39
图表：2009年与2003-2008年贷款月新增额对比情况	40
图表：新、旧制笔行业标准编号、名称对照表	42
图表：2009年1-12月我国全国电话单机产量合计	74
图表：2009年1-12月北京市电话单机产量合计	75

图表：2009年1-12月天津市电话单机产量合计 75

图表：2009年1-12月辽宁省电话单机产量合计 76

图表：2009年1-12月上海市电话单机产量合计 76

图表：2009年1-12月江苏省电话单机产量合计 77

图表：2009年1-12月浙江省电话单机产量合计 77

图表：2009年1-12月福建省电话单机产量合计 78

图表：2009年1-12月江西省电话单机产量合计 78

图表：2009年1-12月山东省电话单机产量合计 79

图表：2009年1-12月河南省电话单机产量合计 79

图表：2009年1-12月广东省电话单机产量合计 80

图表：2009年1-12月重庆市电话单机产量合计 80

图表：2009年1-12月四川省电话单机产量合计 81

图表：2009年1-12月全国传真机产量合计 81

图表：2009年1-12月天津市传真机产量合计 81

图表：2009年1-12月上海市传真机产量合计 82

图表：2009年1-12月山东省传真机产量合计 82

图表：2009年1-12月广东省传真机产量合计 83

图表：2009年1-12月全国微型计算机产量合计 83

图表：2009年1-12月北京市微型计算机产量合计 84

图表：2009年1-12月天津市微型计算机产量合计 84

图表：2009年1-12月辽宁省微型计算机产量合计 85

图表：2009年1-12月黑龙江省微型计算机产量合计 85

图表：2009年1-12月上海市微型计算机产量合计 86

图表：2009年1-12月江苏省微型计算机产量合计 86

图表：2009年1-12月浙江省微型计算机产量合计 87

图表：2009年1-12月安徽省微型计算机产量合计 87

图表：2009年1-12月福建省微型计算机产量合计 88

图表：2009年1-12月山东省微型计算机产量合计 88

图表：2009年1-12月广东省微型计算机产量合计 89

图表：2009年1-12月广西省微型计算机产量合计 89

图表：2009年1-12月全国铅笔产量合计 90

图表：2009年1-12月北京市铅笔产量合计 90

图表：2009年1-12月天津市铅笔产量合计 91

图表：2009年1-12月河北省铅笔产量合计 91

图表：2009年1-12月辽宁省铅笔产量合计 92

图表：2009年1-12月吉林省铅笔产量合计 92

图表：2009年1-12月黑龙江省铅笔产量合计 93

图表：2009年1-12月上海市铅笔产量合计 93

图表：2009年1-12月江苏省铅笔产量合计 94

图表：2009年1-12月浙江省铅笔产量合计 94

图表：2009年1-12月安徽省铅笔产量合计 95

图表：2009年1-12月福建省铅笔产量合计 95

图表：2009年1-12月江西省铅笔产量合计 96

图表：2009年1-12月山东省铅笔产量合计 96

图表：2009年1-12月河南省铅笔产量合计 97

图表：2009年1-12月湖南省铅笔产量合计 97

图表：2009年1-12月广东省铅笔产量合计 98

图表：2009年1-12月全国圆珠笔产量合计 98

图表：2009年1-12月天津市圆珠笔产量合计 99

图表：2009年1-12月上海市圆珠笔产量合计 99

图表：2009年1-12月江苏省圆珠笔产量合计 100

图表：2009年1-12月浙江省圆珠笔产量合计 100

图表：2009年1-12月山东省圆珠笔产量合计 101

图表：2009年1-12月广东省圆珠笔产量合计 101

图表：2009年1-12月全国日用不锈钢制品产量合计 102

图表：2009年1-12月北京市日用不锈钢制品产量合计 102

图表：2009年1-12月天津市日用不锈钢制品产量合计 103

图表：2009年1-12月河北省日用不锈钢制品产量合计 103

图表：2009年1-12月辽宁省日用不锈钢制品产量合计 104

图表：2009年1-12月上海市日用不锈钢制品产量合计 104

图表：2009年1-12月江苏省日用不锈钢制品产量合计 105

图表：2009年1-12月浙江省日用不锈钢制品产量合计 105

图表：2009年1-12月福建省日用不锈钢制品产量合计 106

图表：2009年1-12月江西省日用不锈钢制品产量合计 106

图表：2009年1-12月山东省日用不锈钢制品产量合计 107

图表：2009年1-12月河南省日用不锈钢制品产量合计 107

图表：2009年1-12月湖北省日用不锈钢制品产量合计 108

图表：2009年1-12月广东省日用不锈钢制品产量合计 108

图表：2009年1-12月四川省日用不锈钢制品产量合计 109

图表：2009年1-12月云南省日用不锈钢制品产量合计 109

图表：2009年1-12月全国皮革鞋靴产量合计 110

图表：2009年1-12月天津市皮革鞋靴产量合计 110

图表：2009年1-12月辽宁省皮革鞋靴产量合计 111

图表：2009年1-12月上海市皮革鞋靴产量合计 111

图表：2009年1-12月江苏省皮革鞋靴产量合计 112

图表：2009年1-12月浙江省皮革鞋靴产量合计 112

图表：2009年1-12月安徽省皮革鞋靴产量合计 113

图表：2009年1-12月福建省皮革鞋靴产量合计 113

图表：2009年1-12月江西省皮革鞋靴产量合计 114

图表：2009年1-12月山东省皮革鞋靴产量合计 114

图表：2009年1-12月河南省皮革鞋靴产量合计 115

图表：2009年1-12月湖北省皮革鞋靴产量合计 115

图表：2009年1-12月湖南省皮革鞋靴产量合计 116

图表：2009年1-12月广东省皮革鞋靴产量合计 116

图表：2009年1-12月广西省皮革鞋靴产量合计 117

图表：2009年1-12月重庆市皮革鞋靴产量合计 117

图表：2009年1-12月四川省皮革鞋靴产量合计 118

图表：2009年1-12月全国针织服装产量分析 118

图表：2009年1-12月北京针织服装产量分析 119

图表：2009年1-12月天津针织服装产量分析 119

图表：2009年1-12月河北针织服装产量分析 120

图表：2009年1-12月山西针织服装产量分析 120

图表：2009年1-12月辽宁针织服装产量分析 121

图表：2009年1-12月吉林针织服装产量分析 121

图表：2009年1-12月上海针织服装产量分析 122

图表：2009年1-12月江苏针织服装产量分析 122

图表：2009年1-12月浙江针织服装产量分析 123

图表：2009年1-12月安徽针织服装产量分析 123

图表：2009年1-12月福建针织服装产量分析 124

图表：2009年1-12月江西针织服装产量分析 124

图表：2009年1-12月山东针织服装产量分析 125

图表：2009年1-12月河南针织服装产量分析 125

图表：2009年1-12月湖北针织服装产量分析 126

图表：2009年1-12月湖南针织服装产量分析 126

图表：2009年1-12月广东针织服装产量分析 127

图表：2009年1-12月广西针织服装产量分析 127

图表：2009年1-12月重庆针织服装产量分析 128

图表：2009年1-12月全国牙膏(折65克标准支)产量分析 128

图表：2009年1-12月辽宁牙膏(折65克标准支)产量分析 129

图表：2009年1-12月北京牙膏(折65克标准支)产量分析 129

图表：2009年1-12月天津牙膏(折65克标准支)产量分析 130

图表：2009年1-12月山东牙膏(折65克标准支)产量分析 130

图表：2009年1-12月江苏牙膏(折65克标准支)产量分析 131

图表：2009年1-12月安徽牙膏(折65克标准支)产量分析 131

图表：2009年1-12月浙江牙膏(折65克标准支)产量分析 132

图表：2009年1-12月福建牙膏(折65克标准支)产量分析 132

图表：2009年1-12月江西牙膏(折65克标准支)产量分析 133

图表：2009年1-12月上海牙膏(折65克标准支)产量分析 133

图表：2009年1-12月湖北牙膏(折65克标准支)产量分析 134

图表：2009年1-12月湖南牙膏(折65克标准支)产量分析 134

图表：2009年1-12月广东牙膏(折65克标准支)产量分析 135

图表：2009年1-12月广西牙膏(折65克标准支)产量分析 135

图表：2009年1-12月海南牙膏(折65克标准支)产量分析 136

图表：2009年1-12月重庆牙膏(折65克标准支)产量分析 136

图表：2009年1-12月云南牙膏(折65克标准支)产量分析 137

图表：2009年1-12月全国肥皂产量分析 137

图表：2009年1-12月北京市肥皂产量分析 138

图表：2009年1-12月河北省肥皂产量分析 138

图表：2009年1-12月吉林省肥皂产量分析 139

图表：2009年1-12月上海市肥皂产量分析 139

图表：2009年1-12月江苏省肥皂产量分析 140

图表：2009年1-12月浙江省肥皂产量分析 140

图表：2009年1-12月安徽省肥皂产量分析 141

图表：2009年1-12月福建省肥皂产量分析 141

图表：2009年1-12月江西省肥皂产量分析 142

图表：2009年1-12月山东省肥皂产量分析 142

图表：2009年1-12月河南省肥皂产量分析 143

图表：2009年1-12月湖北省肥皂产量分析 143

图表：2009年1-12月湖南省肥皂产量分析 144

图表：2009年1-12月广东省肥皂产量分析 144

图表：2009年1-12月广西省肥皂产量分析 145

图表：2009年1-12月重庆市肥皂产量分析 145

图表：2009年1-12月四川省肥皂产量分析 146

图表：2009年1-12月云南省肥皂产量分析 146

图表：2009年中国雨伞市场竞争力统计图 147

图表：2009年中国雨伞企业竞争力指数分析 148

图表：2009年中国雨伞市场畅销排名统计分析 148

图表：2009年中国雨伞企业畅销指数分析 149

图表：2009年中国雨伞市场占有率统计分析 149

图表：2009年中国文具企业竞争力指数分析 236

图表：2009年中国文具企业市场占有率分析 237

图表：2009年中国文具企业市场畅销指数分析 237

图表：2009年中国洗发水企业市场竞争力指数分析 243

图表：2009年中国洗发水企业产品畅销指数分析 243

图表：2009年中国洗发水企业市场占有率分析 244

图表：2009年上半年浙江中国小商品城集团股份有限公司主营构成 297

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司每股指标 297

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司获利能力 297

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司经营能力 298

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司偿债能力 298

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司资本结构 298

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司发展能力 298

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司现金流量 299

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司主营业务收入 299

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司主营业务利润 299

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司营业利润 300

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司利润总额 300

图表：2008-2009年浙江中国小商品城集团股份有限公司净利润 300

图表：2009年上半年武汉中百集团股份有限公司主营构成 303

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司每股指标 303

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司获利能力 303

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司经营能力 304

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司偿债能力 304

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司资本结构 304

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司发展能力 304

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司现金流量 304

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司主营业务收入 305

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司主营业务利润 305

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司营业利润 305

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司利润总额 306

图表：2008-2009年武汉中百集团股份有限公司净利润 306

图表：2009年上半年上海新世界股份有限公司主营构成 308

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司每股指标 308

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司获利能力 309

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司经营能力 309

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司偿债能力 309

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司资本结构 310

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司发展能力 310

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司现金流量 310

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司主营业务收入 310

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司主营业务利润 311

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司营业利润 311

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司利润总额 311

图表：2008-2009年上海新世界股份有限公司净利润 312

图表：企业经营策略层次分析 352

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35127.html>