



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国零售百货业市场分析 及发展趋势研究报告（10月版 ）

一、调研说明

《2007年中国零售百货业市场分析及发展趋势研究报告（10月版）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/46243.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

从基本态势分析，2007年中国的国民经济将继续保持一个平稳、较快增长，消费需求仍将呈现扩张趋势，预计2007年将实现消费品零售总额85851.7亿元，增长12.5%，其中城市消费增长13.1%，农村消费增长11.3%。中国零售业景气具有非常雄厚的基础和良好的预期，零售业的景气仍将继续。整体而言，零售业面临空前的战略环境机遇，零售企业大有可为。预计2008-2010年，我国零售业增速有望提升至15%以上。预测到2011年，零售业整体IT市场将达到82.5亿元，未来五年的复合增长率为13.3%。

零售行业各业态的诞生、发展与社会进步、经济发展紧密相关。我国的零售业态正在经历从简单到复杂、由低级到高级、从单店到连锁的演变。规模扩张和成本优化为我国零售企业（非百货）的核心竞争力。2007年零售业受益于消费增长，居民收入的持续增长是拉动消费增长的主要因素。CPI的温和上涨对于商业零售企业来说是利好因素。在通胀背景下，居民消费持续增长有利于提高商业企业的收入和盈利。2007年零售业行业的投资主题仍将是“成长”和“并购”，未来5-10年，中国零售市场15%的市场份额将由中小超市占领，大卖场的市场份额约为10%，百货店比重将下降到10%，其他各种零售业态不会超过10%的市场份额。2008年的奥运会，商业零售业将迎来黄金发展年，特别是对占尽天时地利的王府井百货将是一个巨大的发展提升机会。

在2006-2010年5年间，由于二三线城市百货业快速兴起，居民收入结构调整和消费升级的持续，我国百货业销售额增速将由前5年低于行业平均水平恢复至行业平均增幅即15%左右，百货业的强劲复苏是百货行业存在整体性投资机会的基础。

以消费为代表的内需将成为经济增长的引擎。“十一五”规划明确提出“要进一步扩大国内需求，调整投资和消费的关系，增强消费对经济的拉动作用”。城市尤其是大城市消费市场消费升级是其主要特征，也是零售市场的空间所在。农村市场规模也在迅速扩大。《农村市场体系建设“十一五”规划》提出到2010年，“全国县及县以下社会消费品零售总额达到3.5万亿元，平均年增长约10%”。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2007-2010年间，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、中国行业研究网、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、部分重点城市零售业的发展状况、行业赢利模式等进行了分析。并重点研究了我国零售业的状况，以及面对后WTO时代，对行业发展环境以及优势企业的经营现状、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2007年及未来几年的市场规模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 】

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 国际零售业发展现状 1

一、全球新兴零售业市场分析 1

二、世界零售业巨头在越南开设网点拓展市场 9

三、亚洲零售商商铺需求强劲 10

四、外资零售业并购潮引起关注 12

五、全球零售业发展趋势 14

第二节 欧洲零售业 17

一、欧洲零售业走在细分市场大道 17

二、欧洲网上零售以传统商家为主 22

三、欧洲零售市场发展新趋势 22

第三节 日本零售业 24

一、日本大丸联手Matsuzakaya登日本零售百货业榜首 24

二、日本零售领军创新打多层次消费时尚牌 25

三、日本零售业的发展动态与趋势 33

第四节 美国零售业 37

一、美国零售商与沃尔玛过招 37

二、美国发布零售企业百强名单	40
三、美国零售业界2007年七大预测	40
第五节 罗马尼亚零售业	46
一、罗马尼亚零售业基本情况	46
二、零售业发展存在的主要问题	48
三、零售业发展趋势	49
第六节 波兰零售业	50
一、波兰零售业现状	50
二、波兰零售业特点	51
三、波兰零售业存在的问题	57
四、波兰零售业发展趋势	59
第七节 发达国家批发业零售支援策略分析	60
一、美国批发业的零售支援策略	60
二、日本批发业的零售支援策略	61
三、美、日零售支援策略比较分析	63
四、美、日零售支援策略的启示	64
第八节 零售业国际化经验及其启示	65
一、零售业国际化的现状	65
二、国外零售巨头国际化的经验借鉴	66
三、对中国零售企业“走出去”的启示	69
第二章 零售业发展现状分析	72
第一节 中国零售业发展环境综述	72
一、我国零售业发展环境	72
二、零售行业仍处于景气周期	74
三、中国将成全球第二大零售市场	75
四、零售商争抢中国大市场	75
五、中国是全球公认的最具诱惑力的零售市场	82
六、商务部力推零售业节能降耗	85
七、零售企业“节能降耗”大有可为	85
第二节 中国零售业的发展现状	88
一、零售市场进一步整合不可避免	88

二、传统零售业正在积极架设电子商务系统	90
三、我国零售业将迎来新一轮的IT建设高潮	91
四、自助服务引领零售技术应用新潮	93
五、中国大型零售企业发展的五大特点	95
第三节 中国零售业转型进入关键期	98
一、品牌创造价值	100
二、服务创造价值	100
三、现代信用创造价值	101
四、企业社会责任创造价值	102
五、安全创造价值	102
六、商业模式创造价值	103
七、商业文化创造价值	103
八、人力资本创造价值	103
第四节 我国零售企业五大问题分析	104
一、连锁企业漠视品牌经营	104
二、统一采购仅停留于理论	105
三、末端优势难以体现	106
四、定价和促销流于形式	106
五、存货管理漏洞大	106
第五节 零售业连锁发展情况	107
一、2006年中国连锁100强分析	107
二、2006年中国零售企业百强名单	120
三、零售餐饮连锁业发展势头日益强劲	125
四、连锁零售的终极争霸战	132
五、连锁零售业未来发展趋势	135
第六节 我国中小城市零售业的发展现状与对策	137
一、中小城市零售业的发展优势	138
二、中小城市零售业发展过程中存在的问题	139
三、中小城市零售业的发展趋势	141

第二部分 行业市场分析

第三章 中国零售市场分析	145
--------------	-----

第一节 零售市场现状分析	145
一、2006年零售业态热销排行	145
二、2006年重点零售企业销售情况	149
三、我国零售市场现状分析	153
四、数字解读中国零售业现状	156
第二节 当前零售市场的特征、问题与对策	157
一、当前零售市场的特征	157
二、当前零售市场存在的基本问题	158
三、对策建议	160
第三节 中国居民生活模式及消费结构描述	161
一、2007年零售业受益于消费增长	161
二、我国消费品零售总额高速增长	163
第四节 我国消费者行为分析与营销创新	166
一、当代我国消费者行为特点分析	166
二、基于消费者行为特点的零售营销创新	167
第四章 我国零售业业态主要细分市场分析	169
第一节 超市业发展分析	169
一、本土超市概况	169
二、洋超市经营优势	170
三、超市业态发展分析	170
四、超市消费者购买行为分析	171
五、大型超市是零售业最耗电的	173
六、连锁超市赢利模式的转变分析	173
第二节 便利店发展分析	178
一、便利店业态发展分析	178
二、便利店调查现状分析	179
三、零售业新航母便利店的发展	181
四、便利店业态经营策略	186
第三节 购物中心发展分析	188
一、购物中心概况分析	188
二、购物中心发展分析	192

三、购物中心的市场发展调查	193
四、购物中心与中国商业发展	198
五、缺乏管理经验是购物中心的软肋	200
第四节 仓储式商场发展分析	202
一、仓储式商场溯源	203
二、仓储式商场的经营分析	204
三、仓储式商场的发展分析	205
第五节 百货业发展	207
一、百货业态发展分析	207
二、中国百货零售业存在的问题	208
三、2007年零售业的百货景气好	212
四、2007年百货零售业经营策略	214
第五章 零售业发展的地区比较	216
第一节 零售业地区发展概述	216
一、2007年中国大陆最佳商业城市揭榜	216
二、西部地区零售业竞争格局分析	220
三、长三角零售市场未来几年的五大发展趋势	223
第二节 上海市零售业发展	223
一、上海百货零售业分析	223
二、上海零售商业网点面积年内将突破4200万平米	224
三、上海将开展零售业节能行动	226
第三节 北京市零售业发展	226
一、个性化商场引领京城零售时尚	226
二、全国35城市总部经济能力排行北京列第一	229
第四节 广东省零售业发展	230
一、2007年广州商业零售增幅创十年新高	230
二、深圳零售业布局全国	232
三、深圳零售企业资本运作不断深化	232
四、深圳零售业10年快速发展四大原因	233
五、深圳零售企业致力于发展社区服务型超市	237
第五节 其他城市零售业发展	238

- 一、青岛十大零售企业高效运行 238
- 二、武汉商联确定目标3年后跻身国内零售业前列 238
- 三、河南家电零售商转战二级市场 239
- 四、江西零售业开展节能行动 240
- 五、湖南零售市场增长平稳消费结构升级显著 241

第三部分 竞争格局分析

第六章 中国零售业竞争分析 243

第一节 中国零售业分业态竞争格局分析 243

- 一、百货商店 243
- 二、连锁超级市场 244
- 三、仓储式商场 244
- 四、专业店 245
- 五、便利店 245
- 六、购物中心 245

第二节 中国零售企业竞争力分析 246

- 一、国内零售企业竞争力低下 246
- 二、零售业比拼亟须回到竞争力“原点” 250
- 三、会员管理是零售企业竞争的利剑 256
- 四、价值创新构筑零售企业核心竞争力 259

第三节 中国零售企业规模格局分析 264

- 一、我国零售企业规模竞争格局分析 264
- 二、百强零售企业规模快速扩大 266

第四节 零售业中外资企业竞争力的对比分析 268

- 一、外资零售企业进入我国的总体状况 269
- 二、中外资零售企业竞争力的比较分析 271
- 三、提高中资零售企业竞争力的对策 275

第五节 中国零售业如何与国外零售企业竞争 279

- 一、中外流通零售业企业的比较 279
- 二、国内商业企业应采取的对策 281

第七章 外资重点企业分析 284

第一节 沃尔玛	284
一、沃尔玛概况	284
二、沃尔玛的品牌战略分析	286
三、公司动态	290
第二节 家乐福	292
一、家乐福概况	292
二、家乐福的经营理念 and 经营战略分析	293
三、公司动态	298
第三节 麦德龙	300
一、麦德龙概况	300
二、麦德龙的中国行销策略	301
三、公司动态	306
第四节 7-Eleven	308
一、7-Eleven概况	308
二、7-Eleven便利店的网络营销战略	309
第八章 我国重点企业分析	317
第一节 上海百联集团股份有限公司	317
一、公司概况	317
二、2007年公司财务经营情况	318
三、公司动态	321
第二节 大商集团股份有限公司	323
一、公司概况	323
二、2007年公司财务经营情况	324
三、公司动态	328
第三节 北京王府井百货集团股份有限公司	329
一、公司概况	329
二、2007年公司财务经营情况	330
三、公司动态	333
第四节 上海友谊集团股份有限公司	334
一、公司概况	334
二、2007年公司财务经营情况	335

三、公司动态	338
第五节 北京国美电器有限公司	340
一、国美发展历程	340
二、家电连锁的发展	342
三、国美战略调整与未来展望	351
第六节 苏宁电器股份有限公司	352
一、公司概况	352
二、2007年公司财务经营情况	352
三、公司动态	356
第七节 苏果超市	361
一、公司概况	361
二、苏果超市的经营方针与特色	362
三、公司动态	366
第八节 北京华联综合超市股份有限公司	367
一、公司概况	367
二、2007年公司财务经营情况	367
三、公司动态	371
第九节 武汉中百集团股份有限公司	375
一、公司概况	375
二、2007年公司财务经营情况	376
三、公司动态	379
第十节 重庆百货大楼股份有限公司	380
一、公司概况	380
二、2007年公司财务经营情况	382
三、公司动态	385

第四部分 发展趋势与投资分析

第九章 中国零售业当前发展环境分析 389

第一节 经济运行环境 389

一、2007年中国经济发展预测 389

二、零售业面临的战略环境机遇 391

第二节 政策及法律环境分析 393

一、《零售商供应商公平交易管理办法》	393
二、解读《农村市场体系建设“十一五”规划》	396
三、《规范》即将于2007年12月1日起实施	399
第三节 零售业相关产业的发展	401
一、“十一五”信息技术的发展	401
二、中国商业地产的发展	408
第十章 零售业的发展战略分析	417
第一节 我国农村零售市场的发展	417
一、我国农村商品流通市场现状	417
二、新农村建设中的商品流通体系现代化	425
三、乡村超市前景分析	427
四、全国供销社消费品零售额逾千亿	428
第二节 从新型零售业态发展看百货店创新	429
一、中国零售业新商业模式探究——以山东银座为例	429
二、从战略高度重新定位零售业	434
第三节 对我国零售商开发自有品牌的思考	439
一、自有品牌发展历程	439
二、自有品牌在我国的现状及存在问题	440
三、开发自有品牌的条件	441
第四节 我国零售企业跨区域发展对策研究	444
一、我国零售企业跨区域发展的必然性	444
二、我国零售企业跨区域发展面临的主要问题	445
三、我国零售企业跨区域发展的对策	446
第五节 本土零售业的战略发展	448
一、外资的优势	448
二、内资的应对	449
三、本土零售业面临的战略发展方向	451
第六节 我国同业态零售商业企业的竞合策略	454
一、价格竞争是零售商业企业实力较量的主要手段	455
二、差别化经营是零售业非价格竞争的主要策略	456
三、差别化经营是同业态零售企业的竞争合作策略	460

第十一章 零售业发展趋势与投资分析	463
第一节 中国零售业发展趋势分析	463
一、零售信息化进入挖掘价值时代	463
二、中国零售业走到战略的十字路口	467
三、零售业信息化发展与高端市场开拓	473
四、零售业未来发展动力充足	478
五、2008年是商业零售奥运年	481
第二节 2007年消费品零售额预计	485
一、全年消费将创1997年以来最快增速	485
二、政策调控必须保护消费者利益	488
三、收入快速增长消费需求猛增	491
第三节 零售业市场规模预测	494
一、2011年中国零售业IT市场规模预测	494
二、未来5年中国零售市场将达1.3万亿美元	496
第四节 商业零售：制度性变革是持续发展利好	496
一、2006-2007年零售行业经营业绩持续稳定增长	497
二、2007年商业零售行业发展动力充足	498
三、零售行业发展百货子行业发展前景更为看好	502
四、投资策略	505
第五节 2007年零售业投资分析	506
一、中国成为全球最具吸引力的零售投资新兴市场之一	506
二、2007年零售行业投资热点	507
三、次级城市零售业潜力巨大	508
四、商业零售投资机会凸现	508
五、2007年百货零售业投机机会分析	510
第六节 零售业投资风险分析	530
一、零售业跨区域扩张的资本风险	530
二、投资新兴市场商业零售的风险	535

图表目录

图表：2006年全球零售业发展指数	7
-------------------	---

图表：2005年、2006年全球零售发展指数排名对比	8
图表：全球零售业发展趋势	15
图表：2005年9月-2006年9月罗马尼亚零售店分布情况	46
图表：截至2007年1月罗马尼亚零售店品牌情况	47
图表：2005年9月-2006年9月罗马尼亚零售店分形式统计	48
图表：波兰主要大型购物中心分布情况	55
图表：2006年波兰零售企业与金融机构合作情况	57
图表：2004年波兰零售市场结构图	58
图表：2005年波兰10大零售企业市场比重情况	58
图表：2006年中国连锁经营100强排名	110
图表：2006年中国零售企业百强排名	120
图表：2006年3月份零售业态热销排行	145
图表：2006年4月份零售业态热销排行	145
图表：2006年5月份零售业态热销排行	146
图表：2006年6月份零售业态热销排行	146
图表：2006年7月份零售业态热销排行	147
图表：2006年8月份零售业态热销排行	147
图表：2006年9月份零售业态热销排行	148
图表：2006年10月份零售业态热销排行	148
图表：2006年11月份零售业态热销排行	149
图表：2006年1-11月重点零售企业销售额同比涨跌幅走势	149
图表：2006年1-11月重点百货店零售额同比涨跌幅走势	150
图表：2006年1-11月重点大型综合超市零售额同比涨跌幅走势	150
图表：2006年1-11月重点超级市场零售额同比涨跌幅走势	151
图表：2006年1-11月重点专业店零售额同比涨跌幅走势	151
图表：2006年1-11月重点专卖店零售额同比涨跌幅走势	152
图表：2006年1-11月重点便利店零售额同比涨跌幅走势	152
图表：2006年1-11月重点仓储商场零售额同比涨跌幅走势	153
图表：2007年各业态店铺耗电量	173
图表：2006年被访者光临便利店的频率分析	179
图表：2006年被访者光临便利店的原因分析	180
图表：2006年被访者光临便利店购买的物品分析	181

图表：未来购物中心的特点调查	197
图表：未来购物中心产业特点调查	198
图表：2007年中国100所最佳商业城市名单	217
图表：2010年中国零售业总额预测	230
图表：2005年主要外资零售企业在中国的分布	270
图表：2005年上海百联集团与沃尔玛、家乐福的规模比较	273
图表：2005年我国各地区超市数量占超市总数的百分比	276
图表：沃尔玛公司全球发展地图	286
图表：2007年二季度上海百联集团股份有限公司主营构成表	318
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司每股指标	318
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司获利能力表	318
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司经营能力表	319
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司偿债能力表	319
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司资本结构表	319
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司发展能力表	319
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司现金流量分析表	320
图表：2007年一、二季度上海百联集团股份有限公司利润分配表	320
图表：2007年大商集团股份有限公司主营构成表	324
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司每股指标	325
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司获利能力表	325
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司经营能力表	325
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司偿债能力表	325
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司资本结构表	326
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司发展能力表	326
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司现金流量分析表	326
图表：2007年一、二季度大商集团股份有限公司利润分配表	326
图表：2007年北京王府井百货集团股份有限公司主营构成表	330
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司每股指标	330
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司获利能力表	330
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司经营能力表	331
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司偿债能力表	331
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司资本结构表	331

图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司发展能力表	331
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司现金流量分析表	332
图表：2007年一、二季度北京王府井百货集团股份有限公司利润分配表	332
图表：2007年上海友谊集团股份有限公司主营构成表	335
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司每股指标	335
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司获利能力表	336
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司经营能力表	336
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司偿债能力表	336
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司资本结构表	336
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司发展能力表	337
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司现金流量分析表	337
图表：2007年一、二季度上海友谊集团股份有限公司利润分配表	337
图表：中美家电连锁零售行业阶段比较图	343
图表：1993-2006年美国家电零售增长速度对比	344
图表：1998-2008年中国专业家电连锁渠道销售额占家电销售总额的比例	345
图表：2001-2005前三名家电连锁商（集团）门店、销售数据	346
图表：家电连锁行业发展阶段	347
图表：2003-2005年国美、苏宁收入增长率	348
图表：2001-2005年国美、苏宁综合毛利率	348
图表：2004-2005年国美电器的费用率变化	349
图表：2004-2005年苏宁电器的费用率变化	349
图表：2001-2005年国美、苏宁净利润率	350
图表：2001-2006年国美电器（未合并永乐的基本财务状况）	350
图表：2002-2006年中国永乐的财务状况	350
图表：国美永乐合并后财务状况一览	351
图表：2007年苏宁电器股份有限公司主营构成表	352
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司每股指标	353
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司获利能力表	353
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司经营能力表	354
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司偿债能力表	354
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司资本结构表	354
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司发展能力表	354

图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司现金流量分析表	355
图表：2007年一、二季度苏宁电器股份有限公司利润分配表	355
图表：1997-2005年苏果网点发展趋势表	362
图表：1997年 - 2005年苏果门店增长图	363
图表：1997年 - 2005年苏果销售额增长图	363
图表：1997-2005年苏果销售增长表	363
图表：2007年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表	367
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司每股指标	368
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司获利能力表	369
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司经营能力表	369
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表	369
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司资本结构表	369
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司发展能力表	370
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表	370
图表：2007年一、二季度北京华联综合超市股份有限公司利润分配表	370
图表：2007年武汉中百集团股份有限公司主营构成表	376
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司每股指标	376
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司获利能力表	377
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司经营能力表	377
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司偿债能力表	377
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司资本结构表	377
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司发展能力表	378
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司现金流量分析表	378
图表：2007年一、二季度武汉中百集团股份有限公司利润分配表	378
图表：重庆百货大楼股份有限公司网点分布	381
图表：2007年重庆百货大楼股份有限公司主营构成表	382
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司每股指标	382
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司获利能力表	382
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司经营能力表	383
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司偿债能力表	383
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司资本结构表	383
图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司发展能力表	383

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司现金流量分析表 384

图表：2007年一、二季度重庆百货大楼股份有限公司利润分配表 384

图表：2006-2009年重庆百货大楼股份有限公司经营预测与估值 386

图表：北京商铺市场供求走势图 411

图表：北京主要商圈平均租金水平 412

图表：北京商铺市场供应量与需求量预测 414

图表：上海各区域商铺分布情况 415

图表：上海商铺市场区域价格特点 415

图表：上海商铺市场部分新盘 416

图表：银座的商业模式 430

图表：用户消费需求模型发展 431

图表：整合商业模式的业态整合图 432

图表：整合商业模式的网店分布整合 432

图表：整合商业模式的错位定位整合 433

图表：整合商业模式的经营范围整合 433

图表：1990-2006年经济增长率和物价涨幅比较 490

图表：1992-1997年消费者信心指数与消费景气指数走势 493

图表：2007年全球零售发展指数排名 507

图表：1995-2006年我国城镇化进程及GDP增长 512

图表：1997-2007年1-6月我国城镇、农村居民可支配收入及增长表 512

图表：1995-2009年我国零售总额历年增长及占GDP比重 513

图表：2006年前八大连锁超市零售商销售额及网点数量 515

图表：2004-2009年沃尔玛和家乐福零售商在中国门店及增长预期 515

图表：我国人口结构及各群体收入近10年年均增长水平对比 517

图表：1999-2004年我国境内零售店增长和百货店增长一表 517

图表：2000-2010年我国百货市场销售额增长及预测 518

图表：1995-2005年我国人口结构演变 519

图表：2001-2005年我国非食品消费增长情况 520

图表：1992-2005年我国各类居民群体人均全年服装消费性支出及年均复合增长水平对比 521

图表：2000-2008年我国城镇家庭人均全年鞋类、服装消费性支出 521

图表：2000-2008年我国鞋类零售总额及年增长预期及市场集中度 522

图表：2000-2009年我国日化产品销售增长及市场集中度 522

- 图表：2005年我国服装、鞋类销售渠道分布 523
- 图表：2003-2006年我国百货上市公司盈利能力和利润增长 524
- 图表：2000-2006年我国连锁百强增长及行业对比 524
- 图表：流通产业利润分配环节 525
- 图表：区域垄断和品牌连锁型百货零售商特征对比 527
- 图表：全国品牌连锁百货零售商网点规模和赢利水平 527
- 图表：2006年我国部分销售规模靠前的区域百货市场零售商赢利数据及网点数量 528
- 图表：百货公司结构分布和资金配置建议 529

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46243.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。