



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国零售百货业市场分析 及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国零售百货业市场分析及发展趋势预测报告》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/70239.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

2008年中国零售百货业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

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 国际零售业发展现状1

一、全球新兴零售业市场发展阶段分析1

二、零售市场全球化调查分析5

三、全球零售业发展趋势7

第二节 欧洲零售业10

一、欧洲网上零售以传统商家为主10

二、欧洲零售市场发展新趋势10

第三节 日本零售业13

一、2007年日本零售业巨头盈利下降13

二、2008-2010年日本大型零售巨头加速进入中国13

第四节 美国零售业14

一、2007年美国网络零售业发展迅猛14

二、2008年美国零售业前景分析16

三、2008年美国零售业增长预测17

第五节 发达国家批发业零售支援策略分析18

一、美国批发业的零售支援策略18

二、日本批发业的零售支援策略19

三、美、日零售支援策略比较分析21

四、美、日零售支援策略的启示22

第六节 零售业国际化经验及其启示23

一、零售业国际化的现状23

二、国外零售巨头国际化的经验借鉴24

三、对中国零售企业“走出去”的启示27

第二章 零售业发展现状分析30

第一节 2007年中国零售业发展分析30

- 一、2007年零售行业凸显三类特征30
- 二、2007年我国大型零售企业发展分析32

第二节 2008年中国零售业的发展分析38

- 一、2008年零售业发展潜力巨大38
- 二、2008年零售业成本上升促使企业关注内生增长39
- 三、2008年零售行业消费品市场进入新的发展时期49
- 四、2008年国内零售企业开展分等定级56
- 五、2008年社会消费品零售总额分析57
- 六、2008年零售百货市场分析及发展趋势研究报告60

第三节 中国零售业转型进入关键期67

- 一、品牌创造价值69
- 二、服务创造价值69
- 三、现代信用创造价值70
- 四、企业社会责任创造价值71
- 五、安全创造价值71
- 六、商业模式创造价值72
- 七、商业文化创造价值72
- 八、人力资本创造价值72

第四节 我国零售企业五大问题分析73

- 一、连锁企业漠视品牌经营73
- 二、统一采购仅停留于理论74
- 三、末端优势难以体现74
- 四、定价和促销流于形式75
- 五、存货管理漏洞大75

第二部分 行业市场分析

第三章 零售市场发展现状分析77

第一节 零售业连锁发展情况77

- 一、2007中国连锁百强销售企业分析77

二、我国连锁零售行业集中度明显提高	83
三、我国连锁零售企业存在的问题分析	83
四、连锁零售业未来发展趋势	87
第二节 中国零售业在国际化大潮中的战略选择	89
一、国内外零售业市场背景介绍	89
二、零售业国际化的必然性	90
三、零售业国际化在中国	90
四、零售国际化对中国本土零售企业的影响	91
五、中国零售业应对零售国际化的对策	93
第三节 我国消费者行为分析与营销创新	95
一、当代我国消费者行为特点分析	95
二、消费者行为特点的零售营销创新	96
第四章 我国零售业业态主要细分市场分析	98
第一节 超市业发展分析	99
一、本土超市概况	99
二、洋超市经营优势	99
三、超市消费者购买行为分析	100
四、连锁超市赢利模式的转变分析	102
五、2008年大型超市主张扩张与转型	107
第二节 便利店发展分析	108
一、便利店的业态特征分析	108
二、便利店业态的创新与延伸	109
三、便利店业态经营策略	110
第三节 购物中心发展分析	112
一、2008年购物中心业态带来新的发展空间	112
二、2008年高端购物中心发展思路	112
三、我国购物中心发展策略分析	115
四、购物中心的未来发展趋势	120
第四节 仓储式商场发展分析	123
一、仓储式商场的兴起及其发展	124
二、仓储式商场的营销特点	125

- 三、我国仓储式商场发展中存在的问题126
- 四、我国发展仓储式商场的对策建议127
- 第五节 百货业发展129
 - 一、2007年中国百货行业发展环境分析129
 - 二、2007年中国百货行业发展概况147
 - 三、中国百货零售业存在的问题154
 - 四、2008年流通领域新趋势下的中国百货业159

第五章 零售业发展的地区比较168

第一节 零售业地区发展概述168

- 一、西部地区零售业竞争格局分析168
- 二、长三角零售市场未来几年的五大发展趋势171

第二节 上海市零售业发展171

- 一、上海百货零售业发展之路171
- 二、上海百货业发展的现状与未来走向172
- 三、上海将开展零售业节能行动174

第三节 北京市零售业发展175

- 一、北京零售业竞争力总体水平提高175
- 二、北京零售业的资产与市场规模优于全国179
- 三、北京零售业与上海相比存在明显差距180
- 四、提高北京零售业竞争力的建议183

第四节 广东省零售业发展184

- 一、2007年广东社会消费品零售总额184
- 二、深圳零售业快速发展的原因186
- 三、2008年深圳百货业再迎上市潮190
- 四、2008年全球零售业前三强聚齐深圳191

第五节 其他城市零售业发展192

- 一、长沙市零售业态现状及其发展趋势192
- 二、连锁经营成为天津零售业主力196
- 三、2008年河南零售业全面展开节能技术改造196

第三部分 竞争格局分析

第六章 中国零售业竞争分析199

第一节 中国零售业分业态竞争格局分析199

一、百货商店199

二、连锁超级市场200

三、仓储式商场200

四、专业店201

五、便利店201

六、购物中心201

七、零售商争抢中国大市场202

第二节 我国零售业态的结构竞争态势比较分析208

一、各零售业态发展规模比较209

二、各零售业态绩效状况比较211

三、各零售业态财务状况比较212

四、竞争态势分析213

第三节 中国零售业竞争现状分析214

一、2007年苏宁电器与国美电器竞争数据对比214

二、我国零售业竞争及并购趋势分析219

三、2008年零售业巨头大举进军中国加剧零售业竞争222

第四节 零售业中外资企业竞争力的对比分析223

一、外资零售企业进入我国的总体状况223

二、中外资零售企业竞争力的比较分析225

三、提高中资零售企业竞争力的对策229

第五节 跨国零售企业在华“独资化”倾向233

一、外资零售业在华投资的结构特征及变化趋势233

二、跨国零售企业“独资化”倾向的原因234

三、跨国零售企业“独资化”的负面影响与对策236

第七章 外资重点企业分析238

第一节 沃尔玛公司238

一、公司概况238

二、公司的业务类型240

三、2007年公司经营情况241

四、公司动态245

第二节 家乐福集团249

一、集团概况249

二、2007年集团经营情况250

三、集团动态251

第三节 麦德龙集团251

一、集团概况251

二、2007年集团经营情况252

三、麦德龙的中国行销策略253

第四节 7-Eleven便利商店集团258

一、集团概况258

二、集团的网络营销战略259

第五节 宜家集团266

一、集团概况266

二、集团的营销战略268

第六节 法国欧尚集团281

第八章 我国重点企业分析283

第一节 上海百联集团股份有限公司283

一、公司概况283

二、2007-2008年公司经营情况284

三、公司动态292

第二节 北京王府井百货(集团)股份有限公司311

一、公司概况311

二、2007-2008年公司经营情况311

三、公司动态319

第三节 北京国美电器有限公司319

一、公司概况319

二、2007年公司经营情况321

三、公司动态323

第四节 苏宁电器股份有限公司325

一、公司概况325

- 二、2007-2008年公司经营情况327
- 三、公司动态338
- 第五节 大商集团股份有限公司339
 - 一、公司概况339
 - 二、2007-2008年公司经营情况340
 - 三、公司动态344
- 第六节 苏果超市有限公司351
 - 一、公司概况351
 - 二、苏果超市的经营方针与特色352
 - 三、2007年公司经营情况355
- 第七节 武汉中百集团股份有限公司357
 - 一、公司概况357
 - 二、2007-2008年公司经营情况358
 - 三、公司动态362
- 第八节 重庆百货大楼股份有限公司371
 - 一、公司概况371
 - 二、2007-2008年公司经营情况373
 - 三、公司动态377
- 第九节 北京华联综合超市股份有限公司381
 - 一、公司概况381
 - 二、2007-2008年公司经营情况381
- 第十节 合肥百货大楼集团股份有限公司386
 - 一、公司概况386
 - 二、2007-2008年公司经营情况387

第四部分 行业发展策略、趋势及投资分析及市场发展趋势研究报告

- 第九章 零售业的发展战略分析393
 - 第一节 我国农村零售市场的发展393
 - 一、我国农村商品流通市场现状393
 - 二、新农村建设中的商品流通体系现代化401
 - 三、乡村超市前景分析403
 - 四、全国供销社消费品零售额逾千亿404

第二节 对我国零售商开发自有品牌的思考405

- 一、自有品牌发展历程405
- 二、自有品牌在我国的现状及存在问题405
- 三、开发自有品牌的条件407

第三节 我国同业态零售商业企业的竞合策略409

- 一、价格竞争是零售商业企业实力较量的主要手段410
- 二、差别化经营是零售业非价格竞争的主要策略411
- 三、差别化经营是同业态零售企业的竞争合作策略415

第四节 2008年百货业新的商业模式分析417

- 一、商圈崛起418
- 二、品牌连锁418
- 三、品牌消费419

第五节 零售业提高品牌忠诚度策略420

- 一、打造强大的核心能力420
- 二、提供优质服务422
- 三、培养忠诚的员工422

第六节 交互式营销是中国零售业的革命423

- 一、交互式营销的概念423
- 二、交互式营销的重要意义424
- 三、开展交互式营销应注意的问题425

第十章 零售业发展趋势与投资分析及市场发展趋势研究报告427

第一节 中国零售业发展趋势分析427

- 一、零售业信息化发展与高端市场开拓427
- 二、2008年中国零售业趋势展望432
- 三、2020年中国消费市场的发展方向与特征434

第二节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析436

- 一、优势437
- 二、劣势438
- 三、机遇440
- 四、威胁441

第三节 2008年零售业投资分析及市场发展趋势研究报告442

- 一、零售业跨区域扩张的资本风险442
- 二、投资新兴市场商业零售的风险448
- 三、2008年零售业风险与机遇450
- 四、2008年零售业策略分析453
- 第四节 2008年零售百货行业投资分析及市场发展趋势研究报告463
 - 一、通货膨胀推动行业销售额持续增长464
 - 二、消费增长支撑零售百货业迎来黄金发展期467
 - 三、消费升级提升百货业景气度469
 - 四、规范政策引导行业健康发展471
 - 五、模式的转变引发行业蜕变471
 - 六、百货业迎来黄金发展期473
 - 七、商业物业增值为百货零售业锦上添花475
 - 八、选择百货行业公司的标准475

图表目录

- 图表：全球新兴市场排名前15名6
- 图表：2005年美国不同业态零售份额变化15
- 图表：1992-2005年美国不同业态零售市场份额增长情况16
- 图表：零售细分市场分析及发展趋势研究报告与比较36
- 图表：中国百货行业上市公司经营门店及分布比较37
- 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37
- 图表：2008年CPI和PPI指标双双上行40
- 图表：2008年食品价格带动整体CPI水平41
- 图表：2008年1-2月份分地区消费品零售总额情况42
- 图表：2008年1月零售分业态销售增长情况42
- 图表：2008年1月份分行业销售增长情况43
- 图表：2008年1月主要商品零售增长情况43
- 图表：2008年2月居民消费价格统计44
- 图表：2007年2月-2008年1月通货膨胀对城镇居民可支配收入的影响45
- 图表：2007年2月-2008年1月通货膨胀对农村居民现金收入的影响45
- 图表：2007年人口数及其构成46
- 图表：2005-2008年城乡生活改善情况47

图表：2006年世界零售250强前10名与中国新入围企业对比48

图表：1998-2007年中国人均GDP情况49

图表：2006-2007年限额以上批发零售企业分类销售增长率50

图表：2001-2008年2月社会消费品零售总额及其增幅51

图表：2003-2007年连锁百强销售额增长率51

图表：2001-2007年连锁百强占社会消费品零售总额比重52

图表：2007年大型零售企业利润总额增长率52

图表：2001年12月-2008年3月批发和零售业分景气指数与企业家信心指数53

图表：2005-2008年2月剔除涨价因素的社会消费品零售总额增长率55

图表：2007年-2008年3月消费者信心指数55

图表：2007年3月-2008年2月社会消费品零售总额58

图表：2008年社会消费品零售总额59

图表：2007年全球零售发展指数排名60

图表：2007年2月-2008年2月限额零售企业商品当月消费增速61

图表：2007年2月-2008年2月限额零售企业商品当月消费值61

图表：1998年-2006年限额零售企业商品零售额61

图表：百货和品牌专卖成为消费升级的最大受益者62

图表：2000年-2010年我国百货市场销售额增长及预期62

图表：市场控制力是选择优质零售公司的主要标准62

图表：2000-2006年中国百货零售行业市场集中度63

图表：2000-2006年中国百货零售百强企业市场集中度63

图表：2007年中国百货行业部分兼并收购事件64

图表：2002-2006年限额以上百货零售企业主要经济指标表现64

图表：全国品牌连锁百货零售商网点规模65

图表：全国品牌连锁百货零售商盈利65

图表：2006-2007年部分区域百货市场零售商网点规模66

图表：2006年部分区域百货市场零售商盈利66

图表：百货行业三维选股图67

图表：2007年中国连锁百强名单77

图表：2008年3月重点零售企业各业态销售额同比增幅排行98

图表：2008年3月重点零售企业商品销售额同比增幅排行98

图表：中国大型综合超市业态演进前景103

图表：2000-2007年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较130

图表：2000-2007年全国城镇居民人均可支配收入增长状况131

图表：2007年全国各地区经济指标比较132

图表：2000-2006年城镇居民人均消费支出增长幅度133

图表：1997-2006年中国城镇居民消费支出构成表134

图表：2006年限额以上连锁零售企业销售额增长136

图表：2003-2006年不同业态市场份额变化比较137

图表：2000-2006年中国零售行业市场集中度情况表138

图表：2000-2006年中国百货零售行业市场集中度情况表138

图表：2006-2007年部分外资进入国内百货业情况140

图表：2007年国内百货行业部分兼并收购事件统计141

图表：不同学历网民的网上购物比例144

图表：2003-2006年限额以上连锁零售企业销售额增长率148

图表：2006年全国限额以上连锁企业门店数量增长率149

图表：2006年全国限额以上连锁企业营业面积增长率149

图表：2006年全国限额以上连锁零售企业从业人数增长率150

图表：2006年全国限额以上连锁零售企业发展规模统计汇总150

图表：2001-2006年全国大中型百货零售企业盈利状况统计152

图表：2001-2006年全国部分大中型百货零售企业运营效率状况统计153

图表：2001-2006年全国部分大中型百货零售企业人均劳效统计153

图表：2001-2006年全国部分大中型百货零售企业获利能力统计154

图表：2006年北京市零售业规模状况176

图表：2006年北京市零售业营运能力状况177

图表：2006年北京市零售业盈利能力状况177

图表：2006年北京市零售业社会贡献状况178

图表：2006年北京市零售业发展能力状况179

图表：2006年北京零售业盈利能力与全国比180

图表：2006年北京零售业规模与上海比较181

图表：2006年北京零售业营运能力与上海比181

图表：2006年北京零售业盈利能力与上海比较182

图表：2006年北京零售业发展能力与上海比较183

图表：2007年苏宁电器与国美电器主要财务指标对比—215

图表：2007年苏宁电器与国美电器主要财务指标对比二215

图表：2007年苏宁电器与国美电器主要财务指标对比三216

图表：2007年苏宁电器与国美电器主要财务指标对比四217

图表：2007年苏宁电器与国美电器主要财务指标对比五218

图表：2005年主要外资零售企业在中国的分布224

图表：2005年上海百联集团与沃尔玛、家乐福的规模比较227

图表：2005年我国各地区超市数量占超市总数的百分比230

图表：沃尔玛中国一览表239

图表：2004-2007年沃尔玛财务数据239

图表：1972-2007财年沃尔玛营业收入及同比增长概况242

图表：1972-2007财年沃尔玛税前利润及同比增长概况242

图表：沃尔玛“人和”要素层次分析243

图表：1968-2007财年沃尔玛在美国门店数量243

图表：1983-2008财年沃尔玛人均销售额一览244

图表：沃尔玛分阶段存货周转影响因素分析244

图表：2005-2020年泛家具市场容量245

图表：1970-2020年沃尔玛与苏宁电器收入增速对比245

图表：1995-2007年沃尔玛家乐福(中国内地)开店速度比较248

图表：沃尔玛家乐福(中国内地)门店分布比较248

图表：沃尔玛(含好又多)家乐福中国内地势力范围249

图表：2007年2、4季度上海百联集团股份有限公司主营构成表285

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司每股指标285

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司获利能力表286

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司经营能力表286

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司偿债能力表286

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司资本结构表287

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司发展能力表287

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司现金流量分析表287

图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司利润分配表288

图表：2007年1季度-2008年1季度上海百联集团股份有限公司利润指标289

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司基本财务情况289

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司损益表290

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司资产负债表290

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司现金流量表291

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司比率分析291

图表：2005-2010年上海百联集团股份有限公司利润与利润分配表292

图表：2006-2007年上海百联集团股份有限公司主力门店经营情况293

图表：2008-2010年上海百联集团股份有限公司业绩预测294

图表：上海百联集团股份有限公司商业物业统计295

图表：2007年上海百联集团股份有限公司收入增长情况297

图表：2007年上海百联集团股份有限公司净利润增长情况297

图表：2003-2007年上海百联集团股份有限公司百货业务收入增长情况298

图表：2003-2007年上海百联集团股份有限公司净利润（扣除华联超市）增长情况298

图表：2005-2007年上海百联集团股份有限公司旗下控股子公司的净利润情况299

图表：1997-2007年我国社会消费品零售额增长情况300

图表：2005-2008年3月我国社会消费品零售总额月度增长情况301

图表：2007年我国主要业态大型零售企业的主营收入增长情况302

图表：2007年我国主要业态大型零售企业的利润总额情况302

图表：2007年我国主要城市的社会消费品零售总额及增长情况303

图表：2004-2007年上海市百货店（单体）零售额排行榜304

图表：2007年上海市各商圈的百货零售额分布比例情况305

图表：上海百联集团股份有限公司旗下网点按经营面积的分布状况305

图表：2007年上海单体百货前20强的坪效情况307

图表：2007年上海百联店的坪效情况（按体量）307

图表：2004-2007年第一八佰伴零售额增长情况307

图表：2000-2007年第一八佰伴净利润增长情况308

图表：2006-2010年上海百联集团股份有限公司主要控股子公司的净利润预测310

图表：2007年2、4季度北京王府井百货(集团)股份有限公司主营构成表312

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司每股指标312

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司获利能力表313

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司经营能力表313

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司偿债能力表313

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司资本结构表314

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司发展能力表314

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司现金流量分析表314

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京王府井百货(集团)股份有限公司利润分配表315

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司投资摘要316

图表：2007年北京王府井百货集团股份有限公司主要控股公司净利润317

图表：2007年北京王府井百货集团股份有限公司主要门店盈利情况表317

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318

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司盈利预测318

图表：2006-2010年北京王府井百货集团股份有限公司财务预测319

图表：2003-2007年北京国美电器有限公司业绩推移表322

图表：2003-2007年北京国美电器有限公司业绩分析322

图表：2004-2007年北京国美电器有限公司KPI指标动态323

图表：2007年苏宁电器物流系统分布图327

图表：2007年2、4季度苏宁电器股份有限公司主营构成表329

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司每股指标330

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司获利能力表330

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司经营能力表331

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司偿债能力表331

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司资本结构表331

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司发展能力表331

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司现金流量分析表332

图表：2007年3、4季度-2008年1季度苏宁电器股份有限公司利润分配表332

图表：2007年1季度-2008年1季度期间苏宁电器股份有限公司费用率增长快于综合毛利率增长333

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司盈利预测表334

图表：2003-2007年苏宁电器股份有限公司公司店面扩张规模及扩张效率情况334

图表：2004-2007年苏宁电器股份有限公司主要财务变动335

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司盈利预测基本假设335

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司资产负债表336

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司利润表336

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司现金流量表337

图表：2007-2010年苏宁电器股份有限公司主要财务比率337

图表：2007年2、4季度大商集团股份有限公司主营构成表340

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司每股指标341

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司获利能力表341

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司经营能力表342

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司偿债能力表342

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司资本结构表342

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司发展能力表342

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司现金流量分析表343

图表：2007年3、4季度-2008年1季度大商集团股份有限公司利润分配表343

图表：2006-2007年大商集团股份有限公司利润表各科目对比345

图表：2006-2007年大商集团股份有限公司下属子公司净利润对比345

图表：2006-2010年大商集团股份有限公司财务摘要346

图表：2007年大商集团股份有限公司分行业营业收入及营业利润率一览346

图表：2005-2007年各季度大商集团股份有限公司净利润、管理费用率等一览347

图表：2005-2007年各季度大商集团股份有限公司资产负债率348

图表：2008-2009年大商集团股份有限公司业绩预测350

图表：2007-2010年大商集团股份有限公司经营预测350

图表：1997-2005年苏果网点发展趋势表352

图表：1997-2005年门店增长图353

图表：1997-2005年销售额增长图353

图表：1997-2005年苏果销售增长表353

图表：2007年2、4季度武汉中百集团股份有限公司主营构成表358

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司每股指标358

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司获利能力表359

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司经营能力表359

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司偿债能力表359

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司资本结构表359

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司发展能力表360

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司现金流量分析表360

图表：2007年3、4季度-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司利润分配表360

图表：2003-2008年1季度武汉中百集团股份有限公司综合毛利率历史变化363

图表：2003-2007年武汉中百集团股份有限公司财务指标对比365

图表：2001-2010年武汉中百集团股份有限公司门店数量变化假设366

图表：2004-2007年武汉中百集团股份有限公司门店基本概况367

图表：2007-2010年武汉中百集团股份有限公司利润表预测368

图表：2007-2010年武汉中百集团股份有限公司资产负债表369

图表：2007-2010年武汉中百集团股份有限公司现金流量表370

图表：2007-2010年武汉中百集团股份有限公司利润表370

图表：2007-2010年武汉中百集团股份有限公司主要财务比率371

图表：重庆百货大楼股份有限公司网点分布372

图表：2007年2、4季度重庆百货大楼股份有限公司主营构成表373

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司每股指标373

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司获利能力表373

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司经营能力表374

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司偿债能力表374

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司资本结构表374

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司发展能力表375

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司现金流量分析表375

图表：2007年3、4季度-2008年1季度重庆百货大楼股份有限公司利润分配表375

图表：2005-2007年重庆百货大楼股份有限公司三种业态比例377

图表：2005-2007年重庆百货大楼股份有限公司三种业态增长速度377

图表：1998-2007年重庆百货大楼股份有限公司费用变化379

图表：2007年重庆百货与新世纪百货比较379

图表：2006-2009年重庆百货大楼股份有限公司预测和比率380

图表：2006-2010年重庆百货大楼股份有限公司财务摘要380

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380

图表：2007年2、4季度北京华联综合超市股份有限公司主营构成表381

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司每股指标383

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司获利能力表383

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司经营能力表383

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表384

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司资本结构表384

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司发展能力表384

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表384

图表：2007年3、4季度-2008年1季度北京华联综合超市股份有限公司利润分配表385

图表：合肥百货大楼集团股份有限公司在安徽的网络布局初步形成387

图表：2007年2、4季度合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成表387

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标388

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力表388

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力表389

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力表389

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构表389

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力表390

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量分析表390

图表：2007年3、4季度-2008年1季度合肥百货大楼集团股份有限公司利润分配表390

图表：2010年中国零售业总额预测436

图表：2007年分行业外商直接投资及增长450

图表：2004年1季度-2008年1季度零售行业业绩一览表452

图表：国内高档商品的消费构成455

图表：中国奢侈品消费市场潜力巨大455

图表：2001-2006年中国经济持续高速增长456

图表：2004-2006年中国实际GDP增长明显快于其他国家456

图表：2001-2007年中国高档手表进口量大幅增加456

图表：2001-2007年中国普通手表进口单价逐年提高457

图表：2002-2007年金银珠宝消费持续快速增长457

图表：1967-2007年全球黄金价格持续创出新高457

图表：消费者购买首饰首选材质逐渐多元化458

图表：2002-2007年家具销售稳步提升458

图表：2002-2007年家具国内销售增长迅速458

图表：2008年世界著名奢侈品品牌中国扩张计划459

图表：2006年1季度-2007年1季度中国高端电器销售占比逐年提高459

图表：奢侈品零售商毛利率较高且稳定461

图表：奢侈品零售商内生增长强劲461

图表：2006-2007年三季度泛奢侈品零售拥有更高的盈利增长462

图表：2007-2008年2月温和的通货膨胀推动社会零售总额高速增长464

图表：2006-2008年2月食品是推动物价上涨的主要动力465

图表：2007-2008年3月消费品零售总额变动趋势465

图表：2007-2008年我国3月CPI变动情况466
图表：各消费类别的价格变动情况466
图表：2008年3-4月零售百货行业市场表现图467
图表：2006-2008年2月物品进出口幅度走势图468
图表：1995-2008年净出口、投资和消费对GDP的贡献率468
图表：2008年1-2月金银珠宝增长率明显高于肉禽蛋增长率469
图表：1990-2007年我国城市化进程开始加速470
图表：1952-2005年婴儿潮出生人口逐渐成消费主力军470
图表：连锁化发展成为未来零售百货商发展趋势472
图表：2003-2007年重点关注的13家零售百货上市公司盈利能力472
图表：2005-2007年零售上市公司应收帐款周转率与存货周转率周转加速473
图表：零售业净利润同比增长处于前列474
图表：2007年6家百货集团的增幅表474
图表：2007年重点百货公司财务比率475

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70239.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专业提供投资咨询报告、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。