



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国零售百货业市场分析 研究报告

## 一、调研说明

《2009年中国零售百货业市场分析研究报告》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/97038.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

### 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。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 4

##### 四、2008年德国零售额下降情况 5

##### 五、2009年德国零售业销售额 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 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 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 28
- 二、2008年中国零售业并购情况 33
- 三、2008年中国零售业融资情况 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 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 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 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 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 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 134
  - 一、我国零售消费者行为特点 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 138

- 第一节 超市业发展 138

- 一、2008年超市业态发展态势 138
- 二、超市消费者购买行为 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 150
  - 一、便利店的特征 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 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 155
  - 三、购物中心的未来发展趋势 161
- 第四节 仓储式商场发展 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 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 177
- 第六节 专业店发展 180
  - 一、2008年中国网上零售市场总规模 180
  - 二、2008年家居零售业发展 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 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 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 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

## 第七章 零售业竞争格局 219

### 第一节 中国零售业竞争现状 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 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 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 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 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

## 第十章 零售业的发展战略 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 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 408

#### 二、2009年全球零售业发展趋势 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 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

第十二章 零售业投资发展 447

第一节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT 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 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 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 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 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 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：<https://www.icandata.com/view/97038.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](http://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。