

2009年中国零售业市场分析及投资前景展望报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国零售业市场分析及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/3137431374.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

国内消费市场目前正处于改革开放以来最佳的发展周期。零售行业以其特有的发展模式，分享着消费结构升级换代的收益。几十年的经验表明，推动国内零售行业发展的主导因素至少应该包括以下几个方面：1、人口总量；2、人均收入；3、消费结构；4、社保体制；5 宏观环境等。而衡量零售业发展的基本指标依然是社会消费品零售总额的变化。

随着2007 年GDP 增长率达到历史高位11.9%，城镇居民可支配收入增速创新高达17.2%。截止2008 年9 月，社会消费品零售总额增长率达到近十年最高点22%。2008 年以来经济开始回落，企业盈利出现下滑，9 月GDP 增速下降到9.9%，城镇居民可支配收入增长率下降到14.7%，但是社会消费品零售总额一直保持着良好的攀升趋势，达到新的历史高位22%。

我们预期，随着企业效益下滑，居民实际可支配收入增速的降低，社会消费品零售额增速也将逐渐减缓，而且，这种趋势将延续到2009 年中期。

从业态演变的视角出发，我国零售行业正处于大型综合超市取代百货店成为第一主力业态的重要时期。我们认为，在未来几年或几十年，国内零售行业中百货店的份额将进一步下降，大型综合超市行业地位将进一步巩固，且各种专业店和无店面销售等新兴业态会不断涌现。

本研究咨询报告全面研究零售行业发展现状、市场规模、行业发展盈利能力、行业发展趋势、政策层面等，为各类客户提供了全面的研究，注重从产业链的角度深入分析零售行业。报告在多个部分充分考虑和分析零售业发展宏观环境和零售的相关行业（如物流、电子信息等）对零售的影响，使分析更为全面。报告还结合了当前形势，对金融危机意向和网络购物业态做了专题研究，是零售百货企业、投资机构等单位准确了解目前行业发展动态，准确把握企业定位、制定企业战略的重要参考资料。

第一章 2008-2009年中国零售业发展环境分析 1

一、2008-2009年中国经济发展环境分析 1

（一）2008年中国宏观经济运行情况 1

（二）2009年经济增长趋势预测 6

（三）GDP增长与社会消费品零售变化趋势 11

二、2008-2009年我国零售业政策环境发展分析 13

（一）政府对零售企业的扶持政策 13

（二）公平政策带动民族零售业发展 17

（三）其他相关政策分析 18

三、我国零售业发展驱动因素分析 20

（一）城乡居民可支配收入持续快速增长 20

- (二) 国内城市化进程继续加快 22
- (三) 中产阶级崛起带动消费结构升级 23
- 四、“十一五”我国零售业社会环境发展分析 23
- 第二章 全球零售业发展形势分析 27
- 一、全球零售业发展回顾 27
- 二、全球零售业的发展特征 29
 - (一) 全球零售业行业集中度 29
 - (二) 全球零售业市场转移 29
 - (三) 全球零售的境外扩张 30
- 三、2008-2009年世界主要国家零售业动态分析 31
 - (一) 美国 31
 - (二) 日本 35
 - (三) 越南 35
- 四、我国零售业发展数据的全球比较 36
 - (一) 人均零售额比较 36
 - (二) 零售额与GDP比率 36
 - (三) 国际化程度比较 37
 - (四) 行业集中度比较 38
 - (五) 行业成长性比较 39
- 五、2008-2010年世界零售业发展趋势分析 40
- 第三章 我国零售业营运格局分析 44
- 一、2008年我国零售业发展概况分析 44
 - (一) 零售业在我国国民经济中的地位分析 44
 - (二) 2008年国内零售业长期稳定持续增长 44
 - (三) 2008年商品零售价格及居民消费价格情况 51
 - (四) 我国零售业进入转型关键时期 69
 - (五) 外资对我国零售业冲击力分析 74
- 二、2008年我国零售业的现状特点分析 76
 - (一) 零售业规模不断扩大 76
 - (二) 企业现代化程度不断提高 77
 - (三) 连锁经营地位日益突出 77
- 三、零售业态分析 77
 - (一) 零售业态的演变过程 77
 - (二) 零售业和零售业态的内涵辨析 80
 - (三) 当前零售业态演变的趋势分析 81

- (四) 零售业态的发展对中国零售格局的影响 81
- (五) 打造具有国际竞争力的中国零售业的现实路径 83
- 四、我国零售业发展存在的问题与对策分析 84
- 第四章 我国零售业的信息化及电子商务发展分析 87
- 一、2008年我国零售业的信息化发展分析 87
- (一) 零售企业的信息化的商业模式 87
- (二) 大型零售企业信息系统内外部功能的提高 91
- (三) 零售业信息化对高端产品的需求 95
- (四) 我国零售业信息化应用水平低 97
- 二、我国零售业信息化建设的方式分析 102
- (一) 与IT结合进行创新 102
- (二) 制订有效的IT规划 103
- (三) 建立完美的供应链 104
- (四) 注重信息化价值分析 104
- 三、我国零售业电子商务存在的问题和对策分析 105
- (一) 我国零售业电子商务发展中存在的主要问题 105
- (二) 我国零售类电子商务发展思路 106
- (三) 我国零售业电子商务发展内部信息化策略 109
- (四) 我国零售业电子商务发展的外部策略 115
- 第五章 我国零售业细分市场运行现状分析 129
- 一、超市、大卖场 129
- (一) 我国及全球超市、大卖场现状及趋势 129
- (二) 我国超市业发展的规模化道路 131
- (三) 我国大型综合超市建立的可行性 135
- (四) 连锁经营成为超市发展的新趋向 135
- (五) 大卖场业态概述 136
- 二、便利店 140
- (一) 美国是便利店的发源之地 140
- (二) 我国发展便利店的必要与优势 144
- (三) 我国发展便利店的前景广阔 146
- 三、百货店 148
- (一) 2008年我国及全球百货店发展现状 148
- (二) 消费者牵动的百货业品牌竞争 149
- (三) 百货业亟待“个性化”创新 151
- (四) 百货商场营销策划的三个主要因素 154

- (五) 大型百货店市场制胜的发展策略 157
- 四、购物中心 160
 - (一) 商务部将出台规范分级控制购物中心的建设 160
 - (二) 城郊区域性购物中心规划与设计 162
 - (三) 我国购物中心发展中的潜在风险 169
 - (四) 国内发展大型郊区购物中心需谨慎 172
- 第六章 我国零售业的竞争格局分析 174
 - 一、2008年我国零售业的竞争结构分析 174
 - (一) 零售业的高度竞争性 174
 - (二) 规模化的趋势和不同规模之间的竞争 175
 - (三) 零售业的进入威胁和进入壁垒 179
 - 二、2008年我国零售业的竞争战略分析 180
 - (一) 我国零售企业的经营竞争战略定位分析 180
 - (二) 我国零售业竞争战略模式的探析 185
 - (三) 我国零售业竞争的信息战略 189
 - (四) 我国零售企业的“规模”和“强大”辨析 197
 - (五) 提高我国零售企业国际竞争力的对策建议 201
 - 三、2008-2010年我国零售业竞争趋势分析 205
- 第七章 中国零售业区域分析 209
 - 一、北京零售业 209
 - (一) 2008年北京市零售业发展环境因素 209
 - 1、经济发展 209
 - 2、居民收入 211
 - 3、人口结构 214
 - 4、居民消费 215
 - (二) 北京零售业现状简析 218
 - (三) 北京零售业竞争力水平稳步上升 221
 - (四) 北京大型零售企业的机遇与挑战 230
 - (五) 北京零售业态发展分析 232
 - 二、上海零售业 234
 - (一) 上海市零售业发展宏观环境因素分析 234
 - 1、经济发展 234
 - 2、居民收入 236
 - 3、居民消费 238
 - (二) 上海零售业态的发展特点 242

- (三) 上海零售业从传统转向现代 243
- (四) 上海开展零售业节能降耗举动 244
- 三、广东零售业 245
 - (一) 广东省零售业发展宏观环境因素分析 245
 - 1、经济发展 245
 - 2、居民收入 246
 - 3、居民消费 250
 - (二) 广东省零售业市场分析 255
 - (三) 广东省各种商业零售业态的发展 257
- 四、长三角零售业 261
 - (一) 长三角零售业的 market 格局 261
 - (二) 长三角零售业发展中的现象分析 263
 - (三) 长三角零售业瞄准连锁经营 264
 - (四) 长三角零售业的发展趋势 265
 - (五) 长三角地区零售市场的发展趋势 266
- 第八章 全球零售业优势企业分析 267
 - 一、沃尔玛 267
 - (一) 企业发展历程分析 267
 - (二) 沃尔玛成本控制策略 271
 - (三) 企业竞争战略分析 274
 - 二、家乐福 275
 - (一) 企业发展历程分析 275
 - (二) 家乐福的经营特点 280
 - (三) 家乐福发展规划 282
 - 三、德国麦德龙 282
 - (一) 企业发展历程分析 282
 - (二) 企业经营特点分析 283
 - (三) 企业自有品牌战略分析 284
 - 四、易初莲花 285
 - (一) 企业简介 285
 - (二) 企业竞争战略分析 285
 - (三) 易初莲花计划开新店分析 291
 - 五、华润万家 292
 - (一) 企业简介 292
 - (二) 企业竞争战略分析 293

- (三) 企业发展规划分析 293
- 六、世纪联华 294
 - (一) 企业发展历程分析 294
 - (二) 企业经营模式分析 294
 - (三) 企业发展战略及规划分析 297
- 第九章 我国零售业上市公司数据统计及竞争力分析 300
 - 一、新世界 300
 - (一) 企业基本概况分析 300
 - (二) 2008年企业经营状况分析 301
 - (三) 企业发展动态分析 304
 - 二、重庆百货 305
 - (一) 企业基本概况分析 305
 - (二) 2008年企业经营状况分析 305
 - (三) 企业发展动态分析 309
 - 三、王府井 311
 - (一) 企业基本概况分析 311
 - (二) 2008年企业经营状况分析 312
 - (三) 企业发展动态分析 316
 - 四、苏宁电器 316
 - (一) 企业基本概况分析 316
 - (二) 2008年企业经营状况分析 318
 - (三) 企业发展动态分析 322
 - 五、广州友谊 323
 - (一) 企业基本概况分析 323
 - (二) 2008年企业经营状况分析 324
 - (三) 企业发展动态分析 327
- 第十章 我国零售业的品牌与营销状况分析 328
 - 一、我国零售业的品牌分析 328
 - (一) 零售企业品牌体系的建立 328
 - (二) 零售企业自有品牌的渠道整合功能 332
 - (三) 大型品牌零售企业及其社会责任 339
 - (四) 零售企业品牌管理中应处理好的关系 345
 - (五) 我国大型零售企业自有品牌战略的实施 348
 - 二、我国零售业的营销状况分析 351
 - (一) 零售企业体验营销战略的实施 351

- (二) 以文化特色促零售业营销 355
- (三) 我国零售业营销的趋势特点 358
- (四) 未来零售市场以营销创新决胜负 359
- 三、我国零售业营销策略创新分析 363
 - (一) 商品采购策略 363
 - (二) 国际化战略 363
 - (三) 市场细分策略 364
 - (四) 连锁化策略 365
 - (五) 新业态策略 365
- 第十一章 我国零售业的连锁经营策略分析 366
 - 一、我国零售业的连锁经营概述 366
 - (一) 零售业连锁发展内涵和价值观 366
 - (二) 现代连锁店对我国零售业模式的影响 368
 - (三) 连锁零售企业的财务管理分析 370
 - 二、我国连锁零售企业打开农村市场的策略研究 373
 - (一) 内部能力分析 373
 - (二) 微观环境分析 374
 - (三) 进军农村市场SWOT分析模型 375
 - 三、未来我国连锁零售业的发展前景分析 376
 - (一) 我国连锁零售业发展的速度加快 376
 - (二) 我国连锁零售业的发展趋势 377
 - (三) 连锁成为21世纪零售业的发展方向 378
- 第十二章 我国零售业的发展前景 380
 - 一、国际零售业的发展趋势 380
 - (一) 全球百货零售业的发展趋势 380
 - (二) 国际零售业的主要发展趋势 382
 - (三) 世界零售业发展趋势 384
 - (四) 国际零售业的变化趋势 386
 - (五) 亚太地区零售业的发展趋势 390
 - 二、中国零售业的趋势分析 394
 - (一) 零售行业整体持续向好 394
 - (二) 新的连锁业零售业态将高速增长 395
 - (三) 零售行业内部整合的步伐加快 395
 - (四) 零售企业的“国退民进”新趋势 396
 - 三、中国零售业的主要发展方向 397

- (一) 零售业业态的多元化 397
- (二) 经营方式特色化 399
- (三) 企业发展规模化 400
- (四) 市场定位科学化 401
- (五) 企业经营国际化 401
- (六) 管理手段的现代化 403
- (七) 自助购物普及化 403
- 第十三章 我国零售业投资分析 404
 - 一、投资机会 404
 - (一) 中国便利店的发展商机无限 404
 - (二) 购物中心成为商业业态的新形式 405
 - (三) 中国折扣店的发展前景看好 407
 - (四) 专业店的内地市场前景光明 407
 - 二、投资风险分析 410
 - (一) 国内的政策风险 410
 - (二) 外资不断涌入的产业风险 411
 - (三) 投机型模式造成的零售业风险 411
 - (四) 零售业扩张中的无效规模陷阱 412
 - 三、投资建议 412
 - (一) 加快抢占市场空白点 412
 - (二) 充分运用并购重组策略 412
 - (三) 投资超市项目以规模化取胜 413
 - (四) 谨慎进入百货业 413
 - (五) 仔细了解零售店铺审批程序 413
- 专题一 金融危机影响分析 414
 - 一、国际金融危机下的中国经济运行 414
 - (一) 金融危机下的经济运行 414
 - (二) 金融危机对实体经济的影响 417
 - 二、国际全球金融危机下的中国经济应对策略 421
 - (一) 调整经济结构 421
 - (二) 扩大内需 423
 - (三) 保持政策的及时、灵活与有效 423
 - 三、金融危机影响消费信心 425
 - (一) 金融危机重创全球消费信心 425
 - (二) 金融危机对中国消费者的影响 426

- (三) 2008年以来我国消费者信心指数 428
- 四、金融危机对零售业影响分析 429
 - (一) 受金融危机影响,十月份零售市场低迷 429
 - (二) 百货受金融危机冲击大 431
 - (三) 百货业收益下降 432
 - (四) 零售业资金链危机 434
 - (五) 其他影响分析 436
- 五、金融危机下零售业的对策与机遇 437
 - (一) 连锁巨头如何让应对金融危机 437
 - (二) 金融危机带来零售业并购机会 439
- 专题二 新零售业态-网络购物研究 441
 - 一、零售业态分类国家标准将零售业态进一步细化 441
 - 二、网络购物的定义、产业链与分类 445
 - (一) 网络购物定义 445
 - (二) 网络购物分类 445
 - 三、网络购物整体发展情况研究 446
 - (一) 用户规模及构成 446
 - (二) 网络购物整体市场规模及其构成 447
 - 四、B2C网络购物研究 449
 - (一) B2C 网络购物用户规模 449
 - (二) B2C 网络购物市场规模 450
 - (三) B2C将成为未来网络购物市场新的增长动力 451
 - (四) B2C电子商务发展趋势 452
 - 五、C2C网络购物研究 453
 - (一) C2C网络购物用户规模 453
 - (二) C2C网络购物市场规模 454
 - (三) C2C购物市场仍是未来几年增长动力 455
 - (四) C2C电子商务发展趋势 456
- 图表目录
- 图表 1 : 2006-2008年三季度中国GDP增长情况 1
- 图表 2 : 2008年前三季度中国三大产业结构 2
- 图表 3 : 2003-2008年中国工业增加值增长率 2
- 图表 4 : 2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况 3
- 图表 5 : 2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势 4
- 图表 6 : 2008年1-9月中国外贸增长情况 5

- 图表 7 : 2009年主要宏观经济增长指标预测 6
- 图表 8 : 中国经济GDP 增长与居民可支配收入以及社会消费品零售额增速的关系 12
- 图表 9 : 2000-2020年中国GDP贡献结构规划 12
- 图表 10 : 1998-2007年城乡居民人均可支配收入变化 21
- 图表 11 : 人均GNP与业态的关系 21
- 图表 12 : 台湾地区零售业态的演变 21
- 图表 13 : 1950-2030年中国的城市化进程及国际比较 22
- 图表 14 : 1995-2007年社会消费品零售总额城乡构成 23
- 图表 15 : 历年中国不同经济阶层可支配收入增长 (%) 23
- 图表 16 : 2000-2008年全球零售额及变化 27
- 图表 17 : 2000-2006年全球领先零售企业的发展变化 28
- 图表 18 : 2000-2011年全球大卖场、超级中心市场规模及预测 28
- 图表 19 : 2000-2006年全球零售业前10强份额 29
- 图表 20 : 2000-2007年世界零售市场重心转移 30
- 图表 21 : 全球最大零售商境外销售占比 31
- 图表 22 : 美国主要零售业态的特点 31
- 图表 23 : 美国零售业的主要经营形态一览表 33
- 图表 24 : 2006-2008年二季度美国百货、超市零售企业销售增长 34
- 图表 25 : 2006-2008年二季度美国百货、超市零售企业利润增长 34
- 图表 26 : 各国人均零售额 (美元) 36
- 图表 27 : 1998-2007年各国零售额占GDP的比重 37
- 图表 28 : 最具国际化的10大零售市场 37
- 图表 29 : 最活跃的新兴市场 37
- 图表 30 : 2003-2007年国内零售业M&A金额 (百万元) 38
- 图表 31 : 2001-2006年零售企业100强占社会消费品零售总额比 39
- 图表 32 : 2007年1月-2008年5月零售额和CPI变化比较 39
- 图表 33 : 2001-2006年我国零售企业百强规模及增长速度变化 40
- 图表 34 : 2008年11月社会消费品零售总额 45
- 图表 35 : 2008年10月社会消费品零售总额 45
- 图表 36 : 2008年9月社会消费品零售总额 46
- 图表 37 : 2008年8月社会消费品零售总额 46
- 图表 38 : 2008年7月社会消费品零售总额 46
- 图表 39 : 2008年5月社会消费品零售总额 47
- 图表 40 : 2008年4月社会消费品零售总额 47
- 图表 41 : 2008年3月社会消费品零售总额 48

- 图表 42 : 2008年2月社会消费品零售总额 48
- 图表 43 : 2008年1月社会消费品零售总额 49
- 图表 44 : 2007年12月社会消费品零售总额 49
- 图表 45 : 2007年11月社会消费品零售总额 50
- 图表 46 : 2008年10月商品零售价格分类指数 51
- 图表 47 : 2008年9月商品零售价格分类指数 51
- 图表 48 : 2008年8月商品零售价格分类指数 52
- 图表 49 : 2008年7月商品零售价格分类指数 53
- 图表 50 : 2008年6月商品零售价格分类指数 54
- 图表 51 : 2008年5月商品零售价格分类指数 55
- 图表 52 : 2008年4月商品零售价格分类指数 56
- 图表 53 : 2008年3月商品零售价格分类指数 57
- 图表 54 : 2008年2月商品零售价格分类指数 58
- 图表 55 : 2008年1月商品零售价格分类指数 58
- 图表 56 : 2007年12月商品零售价格分类指数 59
- 图表 57 : 2008年10月居民消费价格分类指数 60
- 图表 58 : 2008年9月居民消费价格分类指数 61
- 图表 59 : 2008年8月居民消费价格分类指数 62
- 图表 60 : 2008年7月居民消费价格分类指数 63
- 图表 61 : 2008年6月居民消费价格分类指数 63
- 图表 62 : 2008年5月居民消费价格分类指数 64
- 图表 63 : 2008年4月居民消费价格分类指数 65
- 图表 64 : 2008年3月居民消费价格分类指数 66
- 图表 65 : 2008年2月居民消费价格分类指数 67
- 图表 66 : 2008年1月居民消费价格分类指数 67
- 图表 67 : 2007年12月居民消费价格分类指数 68
- 图表 68 : 2003-2008年一季度我国社会消费品零售总额变化情况 76
- 图表 69 : 零售业态的演变过程 78
- 图表 70 : 美国历年人均GDP 78
- 图表 71 : 台湾地区零售业态的演变 78
- 图表 72 : 1992-2007年美国零售业态结构演变 79
- 图表 73 : 美国百货店、超市及仓储俱乐部发展趋势 80
- 图表 74 : 2003-2005年连锁零售业整体IT投资市场规模增长状况 100
- 图表 75 : 2001-2006年全球零售业信息应用投资额(百万美元) 100
- 图表 76 : 2003-2007年社会物流总费用与占GDP比重情况 115

- 图表 77：诺网（中国）软件零售解决方案应用组件 118
- 图表 78：沃尔玛与易初莲花内部ERP系统Rams 118
- 图表 79：零售业电子商务品牌重塑过程示意 126
- 图表 80：传统供给链与现代供给链分析 129
- 图表 81：1995-2007年外资零售商在华内地扩张情况（新开门店） 130
- 图表 82：外资零售商在华内地门店数目（家） 130
- 图表 83：2000-2011年国内百货店市场规模及预测 148
- 图表 84：全球百货市场地区份额 149
- 图表 85：2004年全球十大百货店销售及份额 149
- 图表 86：1978-2007年北京市地区生产总值 209
- 图表 87：2008年1-3季度北京市地区生产总值 210
- 图表 88：2001-2007年北京市城镇居民家庭基本情况 211
- 图表 89：2008年1-3季度北京市城镇居民可支配收入 212
- 图表 90：2008年1-3季度北京市农村居民现金收入 212
- 图表 91：2001-2007年北京市农村居民家庭基本情况 213
- 图表 92：2007年北京市人口年龄结构 214
- 图表 93：2001-2007年北京市人口增长情况 215
- 图表 94：2006-2007年北京市居民消费水平 215
- 图表 95：2008年1-3季度北京市城镇居民消费支出 215
- 图表 96：2008年1-3季度北京市农村居民消费支出 216
- 图表 97：2001-2007年北京市社会消费品零售额（1） 216
- 图表 98：2001-2007年北京市社会消费品零售额（2） 216
- 图表 99：2008年10月北京市社会消费品零售额（万元） 217
- 图表 100：2006年北京零售业规模状况 221
- 图表 101：2006年北京零售业营运能力状况 222
- 图表 102：2006年北京零售业盈利能力状况 223
- 图表 103：2006年北京零售业社会贡献状况 224
- 图表 104：2006年北京零售业发展能力状况 224
- 图表 105：2006年北京零售业盈利能力与全国比较 226
- 图表 106：2006年北京零售业规模与上海比较 226
- 图表 107：2006年北京零售业营运能力与上海比较 227
- 图表 108：2006年北京零售业盈利能力与上海比较 228
- 图表 109：2006年北京零售业发展能力与上海比较 229
- 图表 110：北京“十一五”期间及远期流通总量预测值 230
- 图表 111：1978-2007年上海市地区生产总值 234

- 图表 112 : 2008年1-9月上海市地区生产总值 235
- 图表 113 : 1980-2007年上海市城市居民家庭人均可支配收入 (元) 236
- 图表 114 : 1990-2007年上海市农村居民家庭人均可支配收入 237
- 图表 115 : 1978-2007年上海市居民消费水平及指数 238
- 图表 116 : 1980-2007年上海市城市居民家庭人均消费支出结构 (元) 240
- 图表 117 : 1990-2007年上海市农村居民家庭人均生活消费支出结构 (元) 240
- 图表 118 : 2008年1-9月上海市社会消费品零售总额 241
- 图表 119 : 1978-2007年广东省地区生产总值 (亿元) 245
- 图表 120 : 1978-2007年广东省城镇居民人均可支配收入 246
- 图表 121 : 1978-2007年广东省农村居民平均每人纯收入 248
- 图表 122 : 2008年二季度广东省城镇居民收入情况 250
- 图表 123 : 2008年前三季度广东农村居民现金收入情况 250
- 图表 124 : 1978-2007年广东省城镇居民人均消费性支出 250
- 图表 125 : 1978-2007年农村居民人均纯生活消费支出 252
- 图表 126 : 2008年二季度广东省城镇居民消费情况 253
- 图表 127 : 2008年前三季度广东省农村居民现金支出情况 254
- 图表 128 : 2008年10月广东省社会消费品零售总额 255
- 图表 129 : 易初莲花的自有品牌商品 286
- 图表 130 : 主要外资零售竞争者对比 288
- 图表 131 : 2007-2008年二季度新世界主营业务分行业情况 (元) 301
- 图表 132 : 2007-2008年二季度新世界主营业务分地区情况 (元) 301
- 图表 133 : 2007-2008年三季度新世界每股指标分析 301
- 图表 134 : 2007-2008年三季度新世界获利能力分析 302
- 图表 135 : 2007-2008年三季度新世界经营能力分析 302
- 图表 136 : 2007-2008年三季度新世界偿债能力分析 302
- 图表 137 : 2007-2008年三季度新世界资本结构分析 303
- 图表 138 : 2007-2008年三季度新世界发展能力分析 303
- 图表 139 : 2007-2008年三季度新世界现金流量分析 303
- 图表 140 : 2007-2008年二季度重庆百货主营业务分行业情况 (元) 305
- 图表 141 : 2007-2008年二季度重庆百货主营业务分地区情况 (元) 306
- 图表 142 : 2007-2008年三季度重庆百货每股指标分析 306
- 图表 143 : 2007-2008年三季度重庆百货获利能力分析 307
- 图表 144 : 2007-2008年三季度重庆百货经营能力分析 307
- 图表 145 : 2007-2008年三季度重庆百货偿债能力分析 307
- 图表 146 : 2007-2008年三季度重庆百货资本结构分析 308

- 图表 147 : 2007-2008年三季度重庆百货发展能力分析 308
- 图表 148 : 2007-2008年三季度重庆百货现金流量分析 308
- 图表 149 : 2007-2008年二季度王府井主营业务分行业情况 (元) 312
- 图表 150 : 2007-2008年二季度王府井主营业务分地区情况 (元) 313
- 图表 151 : 2007-2008年三季度王府井每股指标分析 313
- 图表 152 : 2007-2008年三季度王府井获利能力分析 314
- 图表 153 : 2007-2008年三季度王府井经营能力分析 314
- 图表 154 : 2007-2008年三季度王府井偿债能力分析 314
- 图表 155 : 2007-2008年三季度王府井资本结构分析 315
- 图表 156 : 2007-2008年三季度王府井发展能力分析 315
- 图表 157 : 2007-2008年三季度王府井现金流量分析 315
- 图表 158 : 2007-2008年二季度苏宁电器主营业务分行业情况 (元) 318
- 图表 159 : 2007-2008年二季度苏宁电器主营业务分地区情况 (元) 318
- 图表 160 : 2007-2008年二季度苏宁电器主营业务分产品情况 (元) 319
- 图表 161 : 2007-2008年三季度苏宁电器每股指标分析 320
- 图表 162 : 2007-2008年三季度苏宁电器获利能力分析 321
- 图表 163 : 2007-2008年三季度苏宁电器经营能力分析 321
- 图表 164 : 2007-2008年三季度苏宁电器偿债能力分析 321
- 图表 165 : 2007-2008年三季度苏宁电器资本结构分析 321
- 图表 166 : 2007-2008年三季度苏宁电器发展能力分析 322
- 图表 167 : 2007-2008年三季度苏宁电器现金流量分析 322
- 图表 168 : 2007-2008年二季度广州友谊主营业务分行业情况 (元) 324
- 图表 169 : 2007-2008年二季度广州友谊主营业务分地区情况 (元) 324
- 图表 170 : 2007-2008年二季度广州友谊主营业务分产品情况 (元) 324
- 图表 171 : 2007-2008年三季度广州友谊每股指标分析 324
- 图表 172 : 2007-2008年三季度广州友谊获利能力分析 325
- 图表 173 : 2007-2008年三季度广州友谊经营能力分析 325
- 图表 174 : 2007-2008年三季度广州友谊偿债能力分析 325
- 图表 175 : 2007-2008年三季度广州友谊资本结构分析 326
- 图表 176 : 2007-2008年三季度广州友谊发展能力分析 326
- 图表 177 : 2007-2008年三季度广州友谊现金流量分析 326
- 图表 178 : 零售企业社会责任概念框架 342
- 图表 179 : 密歇根大学消费者信心指数 426
- 图表 180 : 2007年9月-2008年10月我国消费者预期指数 428
- 图表 181 : 2007年9月-2008年10月我国消费者满意指数 428

图表 182 : 2007年9月-2008年10月我国消费者信心指数 429

图表 183 : 有店铺零售业态分类和基本特点 442

图表 184 : 无店铺零售业的基本特点 444

图表 185 : Internet、web 和购物界面技术化 445

图表 186 : 中国网络购物产业链 445

图表 187 : 2007-2011 年中国网络购物细分市场用户规模 446

图表 188 : 2007-2011 年中国网络购物市场用户规模 447

图表 189 : 2007-2011 年中国网络购物市场交易规模 448

图表 190 : 2007-2011年中国B2C网络购物市场用户规模 450

图表 191 : 2007-2011年中国B2C网络购物市场交易规模 451

图表 192 : 2007-2011年中国网络购物市场交易规模构成及B2C占比 452

图表 193 : 2007-2011年中国C2C网络购物市场用户规模 453

图表 194 : 2007-2011年中国C2C网络购物市场交易规模 454

图表 195 : 2007-2011年中国网络购物市场交易规模及其构成 455

详细请访问 : <http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/3137431374.html>