

2007年中国零售百货业研究咨询报告（2007年第二版）

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《2007年中国零售百货业研究咨询报告（2007年第二版）》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/xiantiyongpin/2967629676.html>

报告价格：电子版: 5600元 纸介版：6100元 电子和纸介版: 6600

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

内容简介从基本态势分析，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
157二、当前零售市场存在的根本问题	156第二节
157二、当前零售市场存在的根本问题	157一、当前零售市场的特征
158三、对策建议	160第三节
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
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	
188一、购物中心概况分析	188二、购物中心发展分析
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
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	
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
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
244三、仓储式商场	244四、专业店
244四、专业店	245五、便利店
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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2967629676.html>