



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国零售百货行业 发展前景预测及投资风险研究报 告

## 一、调研说明

《2010-2015年中国零售百货行业发展前景预测及投资风险研究报告》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/170098.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

### &rarr;内容简介

2009年，在政策引导下，社会经济平稳增长，社会消费品零售总额实际增长16.9%，高于最近8年平均增速3.3个百分点。现阶段中国百货业存在的问题是：片面追求规模，发展质量不高、发展结构失衡、低水平重复投资、零供关系不稳定、同业竞争不规范等，已经成为限制零售业进一步发展的瓶颈。在面对危机时，一些发展模式不够科学、管理体系不够精细、经营模式僵化的企业陷入困境。中国百货业发展出现了局部过剩，但是整体不足，百货零售店面数量和市场东部地区占65%，中部地区占21%，而西部地区仅有14%。同时行业整体盈利能力虽然不断提高，但是盈利空间相对狭窄。此外，品牌结构雷同、营销内涵单调、价格战等问题都制约着中国百货业的发展。2010年中国百货业行业巨头和区域龙头将开展对二三线城市市场的开拓，并积极促进百货行业超市化、购物中心化的进程，促进大型百货商场向购物、餐饮、娱乐多元化道路发展。

2010年6月社会消费品零售总额同比增长18.3%，扣除价格因素，实际同比增长15.4%，增速较上月下降0.2个百分点。2008年以来政府促销费政策见效果，汽车、医疗以及家电等均有刺激政策出台，整体社会消费增势明显优于宏观经济之表现。2010年中央经济工作会议明确提出，把增加居民消费作为扩大内需的重点。国家促经济增长大战略已从投资、出口转向内需拉动，希望“消费”能撑起中国经济的“半壁江山”。随着国家更多培育和鼓励消费的政策出台，以及上海世博会、广州亚运会等大事件带动，2010年商业零售业仍将保持强劲增长的势头，社会消费品零售总额增幅将超过2009年，预计达到20%以上。自2009年二季度以来，我国整体消费增速回升，消费对GDP的贡献率不断上升。2010年国家又出台了8条促进消费的政策，除了终止个人住房转让营业税优惠政策外，2008年底启动的7项重要优惠政策均得以延续。国家大战略已从投资、出口转向内需拉动，而消费拉动将在今后10-15年内不断扩大，成为促进经济增长的新动力。

无论是经济危机还是后经济危机时代，中国人的消费仍是一根救命稻草。从数据上看，中国人的消费能力值得称赞。过去7年间，我国居民消费实际增长率平均为14%，近两倍于GDP增速；2009年第三季度，我国实际消费增长率接近17%。相比之下，金融危机之前，美国的消费增长率是3.5%，基本与经济增长持平。在后工业化时代，我国消费增长率有望增长到50%。只有第三产业得到发展，才能够有效地拉动消费。近几年，我国第三产业占国民经济的比重维持在40%上下，而发达国家通常在60%以上。这一现状预示着，我国仍有巨大的消费潜力可以挖掘。随着社会保障体系、住房、医疗、教育等领域的完善，以及80后、90后年轻一代逐渐登上历史舞台，我国的消费观念将发生巨变。那么，未来零售业的发展会有怎样的变化

？市场竞争力如何？投资热点在哪里？又有什么样的走向呢？

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。 本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！&rarr;报告目录

目 录

CONTENTS

## 第一部分 行业现状与前景分析

### 第一章 中国零售业发展分析 1

#### 第一节 中国零售业发展概况 1

##### 一、零售业态定义 1

##### 二、零售业态分类和基本特点 1

##### 三、中国零售业市场规模 4

#### 第二节 我国商业零售业发展分析 5

##### 一、2010年上半年零售行业发展态势 5

##### 二、2009-2010年中国零售业发展态势 5

##### 三、我国商业零售业发展存在问题 7

##### 四、我国商业零售业发展策略 8

#### 第三节 零售业市场竞争分析 10

##### 一、中国零售民企竞争发展状况 10

##### 二、本土零售企业优劣势分析 15

##### 三、中国零售业竞争格局 19

##### 四、中国区域零售业竞争格局 21

##### 五、我国零售业竞争战略 27

#### 第四节 零售业发展趋势分析 32

- 一、零售业公司品牌化趋势 32
- 二、零售业发展趋势分析 39
- 三、零售业发展趋向分析 41

## 第二章 全球零售业发展概述 45

### 第一节 2009-2010年德国零售业的发展 45

- 一、2009-2010年德国零售行业发展情况 45
- 二、2009-2010年德国主要零售业表现 45
- 三、2009-2010年德国零售自有品牌前景 47
- 四、2009-2010年德国零售额下降情况分析 47
- 五、2009-2010年德国零售业销售额分析 47

### 第二节 2009-2010年美国零售业发展 48

- 一、美国商业零售业的特点 48
- 二、2009年美国最热门零售商排行榜 53
- 三、2010年美国零售业销售状况分析 55
- 四、美国零售业发展对中国的启示 55

### 第三节 2009-2010年日本零售业发展 56

- 一、日本零售业业态的概述 56
- 二、日本零售业态结构分析 61
- 三、2009年日本零售百货企业应对金融危机的措施 64

### 第四节 2009-2010年其他国家零售业发展 67

- 一、金融危机对意大利零售业的影响 67
- 二、2009-2010年新西兰零售额增长情况 67
- 三、2009-2010年韩国百货商店销售情况 69
- 四、2009-2010年智利零售企业投资情况 70

### 第五节 发达国家零售商业的发展趋势及特点 70

- 一、零售业态的多样化 70
- 二、经营国际化、连锁化 72
- 三、组织结构集中化、规模化 73
- 四、流通功能的主导化 74
- 五、城市商业网点布局的转移 75
- 六、商业经营管理的高技术化、现代化 76

### 第三章 2009-2010年零售业发展态势 79

#### 第一节 2009-2010年中国零售业的发展分析 79

##### 一、2009年零售业发展增速情况 79

##### 二、金融危机对零售业的影响 83

##### 三、2009年零售企业逆势加强渠道建设 86

#### 第二节 2009-2010年中国零售业发展形势 87

##### 一、2009-2010年中国千家重点零售企业零售额分析 87

##### 二、2009-2010年零售行业发展情况 99

##### 三、2009-2010年零售行业关注并购重组 107

##### 四、2009-2010年零售业面临并购重组新机遇 109

##### 五、2009-2010年整体零售市场增长情况 110

#### 第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析 112

##### 一、民营企业的转型之痛 112

##### 二、民营企业的转型思路 113

##### 三、民营企业的应对策略 114

#### 第四节 我国农村零售业的现状及发展对策 116

##### 一、农村零售业的新特点 116

##### 二、农村零售业存在的主要问题 117

##### 三、发展农村零售业的必要性 119

##### 四、发展农村零售业的策略 121

##### 五、我国零售商业农村市场的开拓 123

### 第四章 中国零售百货行业区域市场分析 132

#### 第一节 华北地区零售百货行业分析 132

#### 第二节 东北地区零售百货行业分析 138

#### 第三节 华东地区零售百货行业分析 139

#### 第四节 华南地区零售百货行业分析 141

#### 第五节 华中地区零售百货行业分析 142

#### 第六节 西南地区零售百货行业分析 144

#### 第七节 西北地区零售百货行业分析 145

### 第五章 2009-2010年零售连锁市场发展 146

## 第一节 零售业连锁发展情况 146

### 一、2009年度中国连锁百强排行名单 146

### 二、我国连锁零售企业存在的问题分析 149

### 三、2010年中国零售连锁业展望 153

### 四、未来连锁零售业发展趋势 155

## 第二节 中国大型连锁零售企业成长路径 157

### 一、中国大型连锁零售企业成长的特征 157

### 二、中国大型连锁零售企业成长的条件 159

### 三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素 160

### 四、中国大型连锁零售企业成长的路径 161

## 第三节 我国零售消费者行为分析 164

### 一、我国零售消费者行为特点分析 164

### 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 166

## 第六章 我国零售业主要细分市场分析 169

### 第一节 超市业发展分析 169

#### 一、2009年超市业态发展态势 169

#### 二、超市消费者购买行为分析 174

#### 三、2010年超市业态发展展望 175

### 第二节 便利店发展分析 177

#### 一、便利店的特征分析 177

#### 二、便利店的创新与延伸 178

#### 三、便利店的经营策略 179

### 第三节 购物中心发展分析 181

#### 一、2010年购物中心的发展空间 181

#### 二、我国购物中心发展策略分析 183

#### 三、购物中心的未来发展趋势 185

### 第四节 仓储式商场发展分析 188

#### 一、仓储式商场的营销特点 188

#### 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 190

#### 三、我国发展仓储式商场的对策建议 191

#### 四、2009-2010年仓储式商场销售情况 192

## 第五节 百货业发展分析 193

### 一、2010年百货业发展形势 193

### 二、2010年百货业发展展望 196

### 三、2010年中国百货行业走向 199

## 第六节 专业店发展分析 200

### 一、2009年中国网上零售市场规模 200

### 二、2009-2010年家居零售业发展分析 201

### 三、2009-2010年医药零售业发展情况 205

### 四、2010年药品零售行业展望 208

## 第七章 零售百货行业投资与发展前景分析 211

### 第一节 2009年零售百货行业投资情况分析 211

#### 一、2009年零售百货行业总体投资结构 211

#### 二、2009年零售百货行业投资环境 212

#### 三、2009年零售百货行业投资规模情况 216

#### 四、2009年零售百货分行业投资分析 217

### 第二节 零售百货行业投资机会分析 218

#### 一、可以投资的零售百货模式 218

#### 二、2010年零售百货行业投资环境 222

#### 三、2010年零售百货投资机会 224

#### 四、2010年零售百货投资新方向 225

### 第三节 零售百货行业发展前景分析 225

#### 一、零售百货市场发展前景分析 225

#### 二、我国零售百货市场蕴藏的商机 227

#### 三、后危机时代零售百货市场的发展前景 230

#### 四、2010-2015年零售百货市场面临的发展商机 233

## 第二部分 市场竞争格局与形势

## 第八章 零售百货行业竞争格局分析 235

### 第一节 零售百货行业集中度分析 235

### 第二节 零售百货行业主要企业竞争力分析 235

#### 一、重点企业总资产对比分析 235



二、重点企业从业人员对比分析 237

三、重点企业全年营业收入对比分析 238

四、重点企业利润总额对比分析 240

第三节 零售百货行业竞争格局分析 242

一、2009年零售百货行业竞争分析 242

二、2009-2010年国内外零售百货竞争分析 243

三、2009-2010年我国零售百货市场竞争分析 244

四、2009-2010年我国零售百货市场集中度分析 249

第九章 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析 250

第一节 零售百货行业发展概况 250

一、零售百货行业发展特点分析 250

二、零售百货行业投资现状分析 251

三、零售百货行业发展的内容分析 252

第二节 2009-2010年零售百货行业市场情况分析 254

一、零售百货行业市场发展分析 254

二、零售百货市场存在的问题 256

三、零售百货市场规模分析 257

第三节 2010-2015年中国零售百货行业发展形势分析 259

第三部分 盈利水平与企业分析

第十章 中国零售百货行业整体运行指标分析 261

第一节 2009-2010年中国零售百货行业总体规模分析 261

一、企业数量结构分析 261

二、行业生产规模分析 261

第二节 2009-2010年中国零售百货行业财务指标总体分析 261

一、行业盈利能力分析 261

二、行业偿债能力分析 262

三、行业营运能力分析 264

四、行业发展能力分析 264

第十一章 零售百货行业赢利水平分析 265

## 第一节 产销运存分析 265

一、2009-2010年零售百货行业产销情况 265

二、2009-2010年零售百货行业库存情况 265

三、2009-2010年零售百货行业资金周转情况 265

## 第二节 盈利水平分析 266

一、2009-2010年零售百货行业价格走势 266

二、2009-2010年零售百货行业营业收入情况 266

三、2009-2010年零售百货行业毛利率情况 267

四、2009-2010年零售百货行业赢利能力 267

五、2009-2010年零售百货行业赢利水平 267

六、2010-2015年零售百货行业赢利预测 268

## 第十二章 零售百货行业盈利能力分析 269

### 第一节 2009-2010年中国零售百货行业利润总额分析 269

一、利润总额分析 269

二、不同规模企业利润总额比较分析 269

三、不同所有制企业利润总额比较分析 269

### 第二节 2009-2010年中国零售百货行业销售利润率 269

### 第三节 2009-2010年中国零售百货行业总资产利润率分析 271

### 第四节 如何拓展零售百货业的利润空间 272

## 第十三章 外资重点企业分析 276

### 第一节 沃尔玛公司 276

一、企业概况 276

二、2010年公司经营状况 276

三、公司营销策略 277

四、公司中国战略分析 277

### 第二节 家乐福集团 278

一、企业概况 278

二、2010年公司经营状况 279

三、公司经营定律分析 280

四、未来公司在中国的发展 284

### 第三节 麦德龙集团 285

#### 一、企业概况 285

#### 二、2010年公司经营状况 286

#### 三、公司超市的营销策略 286

#### 四、2010年公司新动向 287

### 第四节 特易购 289

#### 一、企业概况 289

#### 二、2010年公司经营状况 289

#### 三、2010年公司中国业务分析 290

#### 四、公司自有品牌发展分析 291

### 第五节 7-Eleven便利商店集团 291

#### 一、企业概况 291

#### 二、2010年公司经营状况 292

#### 三、2011年公司发展预测 292

### 第六节 宜家集团 293

#### 一、企业概况 293

#### 二、公司发展状况 294

#### 三、公司发展前景 295

#### 四、公司发展策略 295

## 第十四章 我国重点企业分析 296

### 第一节 百联集团有限公司 296

#### 一、企业概况 296

#### 二、公司经营范围 296

#### 三、2010年公司新动向 297

#### 四、2009-2010年公司财务分析 299

#### 五、公司发展战略 303

### 第二节 华润集团有限公司 304

#### 一、企业概况 304

#### 二、公司竞争力 305

#### 三、2010年公司新动向 306

#### 四、公司发展战略 309

### 第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 311

#### 一、企业概况 311

#### 二、2009-2010年财务分析 311

#### 三、2010年公司经营状况 315

#### 四、2010年公司新动态 317

### 第四节 国美电器有限公司 318

#### 一、企业概况 318

#### 二、2010年公司经营状况 318

#### 三、2010年公司新动态 319

#### 四、2010-2015年公司发展目标 319

### 第五节 苏宁电器股份有限公司 320

#### 一、企业概况 320

#### 二、公司竞争力 321

#### 三、2010年公司经营状况 321

#### 四、2009-2010年财务分析 323

#### 五、2010年公司发展动态 327

### 第六节 大商集团股份有限公司 329

#### 一、企业概况 329

#### 二、2010年公司经营状况 331

#### 三、2009-2010年财务分析 332

#### 四、2010年公司新动态 336

### 第七节 苏果超市有限公司 337

#### 一、企业概况 337

#### 二、产品与服务 338

#### 三、公司门店介绍 339

### 第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司 340

#### 一、企业概况 340

#### 二、2010年公司经营状况 341

#### 三、2009-2010年财务分析 342

#### 四、2010年公司对外投资 346

### 第九节 重庆百货大楼股份有限公司 346

#### 一、企业概况 346

- 二、2009-2010年财务分析 347
- 三、2010年公司对外投资 352
- 第十节 北京华联综合超市股份有限公司 352
- 一、企业概况 352
- 二、2009-2010年财务分析 353
- 三、2010年公司新动态 357
- 四、2010年公司对外投资 357

#### 第四部分 投资策略与风险预警

#### 第十五章 零售百货行业投资策略分析 359

##### 第一节 行业发展特征 359

- 一、行业的周期性 359
- 二、行业的区域性 359
- 三、行业的上下游 359
- 四、行业经营模式 359

##### 第二节 行业投资形势分析 360

- 一、行业发展格局 360
- 二、行业进入壁垒 361
- 三、行业SWOT分析 362
- 四、行业五力模型分析 362

##### 第三节 零售百货行业投资效益分析 366

- 一、2009年零售百货行业投资状况分析 366
- 二、2009年零售百货行业投资效益分析 367
- 三、2010-2015年零售百货行业投资方向 367
- 四、2010-2015年零售百货行业投资建议 368

##### 第四节 零售百货行业投资策略研究 369

- 一、2009年零售百货行业投资策略 369
- 二、2010年零售百货行业投资策略 379
- 三、2010-2015年零售百货行业投资策略 387
- 四、2010-2015年零售百货细分行业投资策略 388

#### 第十六章 零售百货行业投资风险预警 389

## 第一节 影响零售百货行业发展的主要因素 389

- 一、2010年影响零售百货行业运行的有利因素 389
- 二、2010年影响零售百货行业运行的稳定因素 391
- 三、2010年影响零售百货行业运行的不利因素 392
- 四、2010年我国零售百货行业发展面临的挑战 392
- 五、2010年我国零售百货行业发展面临的机遇 394

## 第二节 零售百货行业投资风险预警 395

- 一、2010-2015年零售百货行业市场风险预测 395
- 二、2010-2015年零售百货行业政策风险预测 396
- 三、2010-2015年零售百货行业经营风险预测 397
- 四、2010-2015年零售百货行业竞争风险预测 397
- 五、2010-2015年零售百货行业其他风险预测 397

## 第五部分 行业趋势及规划建议

### 第十七章 零售百货行业发展趋势分析 399

#### 第一节 2010-2015年中国零售百货市场趋势分析 399

- 一、2009-2010年我国零售百货市场趋势总结 399
- 二、2010-2015年我国零售百货发展趋势分析 400

#### 第二节 2010-2015年零售百货产品发展趋势分析 401

#### 第三节 2010-2015年中国零售百货行业供需预测 406

- 一、2010-2015年中国零售百货供给预测 406
- 二、2010-2015年中国零售百货需求预测 406
- 三、2010-2015年中国零售百货价格预测 406

#### 第四节 2010-2015年零售百货行业规划建议 406

- 一、零售百货行业"十一五"整体规划 406
- 二、零售百货行业"十二五"规划预测 409
- 三、2010-2015年零售百货行业规划建议 411

### 第十八章 零售百货企业管理策略建议 412

#### 第一节 市场策略分析 412

- 一、零售百货价格策略分析 412
- 二、零售百货渠道策略分析 418

## 第二节 销售策略分析 420

### 一、差异化策略 421

### 二、VIP营销策略 422

### 三、销售渠道策略 424

## 第三节 提高零售百货企业竞争力的策略 424

### 一、提高中国零售百货企业核心竞争力的对策 424

### 二、零售百货企业提升竞争力的主要方向 431

### 三、影响零售百货企业核心竞争力的因素及提升途径 432

### 四、提高零售百货企业竞争力的策略 437

## 第四节 对我国零售百货品牌的战略思考 438

### 一、零售百货实施品牌战略的意义 438

### 二、零售百货企业品牌的现状分析 443

### 三、我国零售百货企业的品牌战略 444

## 图表目录

图表：零售商品品牌战略的类型 33

图表：服务业三种类型的营销 37

图表：2009年11月份我国千家重点零售企业销售额 89

图表：2010年5月份千家重点零售企业汽车零售额 91

图表：2010年5月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 91

图表：2010年5月份千家重点零售企业家电销售额 92

图表：2010年5月份千家重点零售企业通讯器材销售额 92

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额增长状况 95

图表：2010年8月份千家重点零售企业销售额 96

图表：2010年8月份千家重点零售企业汽车销售额 96

图表：2010年8月份千家重点零售企业家电销售额 97

图表：2010年8月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 97

图表：2010年8月份千家重点零售企业金银珠宝销售额 98

图表：北京及周边地区便利店数量统计 133

图表：苏宁、国美华北分店店面分布 137

图表：2009年中国连锁百强排行 146

图表：2009年年我国仓储式商场销售额 192

图表：2010年我国仓储式商场销售额 193

图表：中国网上零售市场B2C与C2C交易规模占比 200

图表：2009年1月国民经济指标 212

图表：2009年2月国民经济指标 212

图表：2009年3月国民经济指标 213

图表：2009年4月国民经济指标 213

图表：2009年5月国民经济指标 213

图表：2009年6月国民经济指标 214

图表：2009年7月国民经济指标 214

图表：2009年8月国民经济指标 214

图表：2009年9月国民经济指标 215

图表：2009年10月国民经济指标 215

图表：2009年11月国民经济指标 215

图表：2009年12月国民经济指标 216

图表：2010年1月国民经济指标 222

图表：2010年2月国民经济指标 223

图表：2010年3月国民经济指标 223

图表：2010年4月国民经济指标 223

图表：2010年5月国民经济指标 224

图表：2010年6月国民经济指标 224

图表：2007-2010年零售业产债能力速动比率 262

图表：2007-2010年零售业产债能力流动比率 262

图表：2007-2010年零售业产债能力现金负债比率 263

图表：2007-2010年零售业产债能力股东权益比率 263

图表：2007-2010年零售业产债能力资产负债率 263

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营构成 299

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司每股指标 300

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司获利能力 300

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司经营能力 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司偿债能力 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司资本结构 301

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司发展能力 301



图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司现金流量 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营业务收入 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司主营业务利润 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司营业利润 302

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司利润总额 303

图表：2009-2010年上海百联集团股份有限公司净利润 303

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成 311

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司每股指标 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司获利能力 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力 312

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司资本结构 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司现金流量 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务收入 313

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务利润 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司营业利润 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润总额 314

图表：2009-2010年北京王府井百货（集团）股份有限公司净利润 315

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营构成 323

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司每股指标 324

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司获利能力 324

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司经营能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司偿债能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司资本结构 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司发展能力 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司现金流量 325

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务收入 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司主营业务利润 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司营业利润 326

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司利润总额 327

图表：2009-2010年苏宁电器股份有限公司净利润 327

图表：2009-2010年大商股份有限公司主营构成	332
图表：2009-2010年大商股份有限公司每股指标	333
图表：2009-2010年大商股份有限公司获利能力	333
图表：2009-2010年大商股份有限公司经营能力	334
图表：2009-2010年大商股份有限公司偿债能力	334
图表：2009-2010年大商股份有限公司资本结构	334
图表：2009-2010年大商股份有限公司发展能力	334
图表：2009-2010年大商股份有限公司现金流量	335
图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务收入	335
图表：2009-2010年大商股份有限公司主营业务利润	335
图表：2009-2010年大商股份有限公司营业利润	335
图表：2009-2010年大商股份有限公司利润总额	336
图表：2009-2010年大商股份有限公司净利润	336
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成	342
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标	343
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力	343
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力	343
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力	343
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构	344
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力	344
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量	344
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务收入	344
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务利润	345
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司营业利润	345
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司利润总额	345
图表：2009-2010年合肥百货大楼集团股份有限公司净利润	346
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营构成	347
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司每股指标	348
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司获利能力	349
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司经营能力	349
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力	349
图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司资本结构	349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司发展能力 349

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司现金流量 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务收入 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司主营业务利润 350

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司营业利润 351

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司利润总额 351

图表：2009-2010年重庆百货大楼股份有限公司净利润 351

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国零售百货行业发展前景预测及投资风险研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营构成 353

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司每股指标 353

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司获利能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司经营能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司资本结构 354

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司发展能力 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司现金流量 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润 355

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司营业利润 356

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司利润总额 356

图表：2009-2010年北京华联综合超市股份有限公司净利润 356

图表：中国百货业SWOT简易分析 362

图表：2009年1月社会消费品零售总额 370

图表：2009年2月社会消费品零售总额 370

图表：2009年3月社会消费品零售总额 371

图表：2009年4月社会消费品零售总额 371  
图表：2009年5月社会消费品零售总额 372  
图表：2009年6月社会消费品零售总额 372  
图表：2009年7月社会消费品零售总额 373  
图表：2009年8月社会消费品零售总额 373  
图表：2009年9月社会消费品零售总额 374  
图表：2009年10月社会消费品零售总额 374  
图表：2009年11月社会消费品零售总额 375  
图表：2009年12月社会消费品零售总额 375  
图表：2006年5月-2008年10月限额以上零售分产品同比增速 378  
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） 379  
图表：2010年1月社会消费品零售总额 382  
图表：2010年2月社会消费品零售总额 382  
图表：2010年3月社会消费品零售总额 383  
图表：2010年4月社会消费品零售总额 383  
图表：2010年5月社会消费品零售总额 384  
图表：2010年6月社会消费品零售总额 384  
图表：2010年7月社会消费品零售总额 385  
图表：2010年8月社会消费品零售总额 385  
图表：2010年8月社会消费品零售总额 386  
图表：2010年8月社会消费品零售总额 386

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/170098.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。