艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国零售百货产业发展现状及市场监测报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2016-2022年中国零售百货产业发展现状及市场监测报告》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/274168.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

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着零售百货行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的零售百货企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国零售行业综述 22
第一节 中国零售行业发展概况 22
一、零售业态的定义 22
二、中国零售业态演进历史 22
三、零售业态分类和基本特征 23
第二节 零售百货行业介绍 27
一、百货业态的概念与定义 27
二、零售百货行业的特征 27
三、百货行业的主要壁垒 27
第二章 全球百货行业发展状况浅析 29
第一节 美国百货业 29
一、美国百货业整体简况 29
二、美国百货业经营特点 31
三、美国百货业的发展趋势 33
第二节 日本百货业 34
一、日本百货业经营特点 34

二、日本百货业发展呈现三大趋势 35
三、2015年日本百货店迎来倒闭潮 37
四、2015年日本百货销售情况分析 37
五、中国消费者成日本百货业救世主 37
六、日本百货业争抢中国游客"白热化" 38
第三节 法国百货业发展特色 39
一、重连锁经营巩固地理优势 39
二、舍弃价格战上档次搞创新 39
三、抓特色商品创办海外分店 40
四、搞兼并联合走集团化道路 40
第三章 2015年中国零售百货行业发展环境分析 41
第一节 经济环境 41
一、2015年中国GDP增长情况分析 41
二、2015年中国工业经济发展形势分析 41
三、2015年中国全社会固定资产投资分析 42
四、2015年中国社会消费品零售总额分析 44
五、2015年中国城乡居民收入与消费分析 45
六、2015年中国对外贸易发展形势分析 46
第二节 政策环境 47
一、行业管理体制 47
二、主要行业法规政策 47
三、汽车家电以旧换新政策 52
四、扩大消费政策措施力度继续加大 53
五、商务部支持流通企业兼并重组 53
六、商务部拟定《商贸流通标准化管理办法》 54
第三节 社会环境 55
一、城市化进程加快进一步拓宽农村市场 55
二、消费结构升级促进百货业发展 55
三、中国扩大消费政策取得成效 55
四、新农村建设孕育巨大消费潜力 56
五、稳定的人口数量将保证消费的稳定增长 56
六、基础设施及信息物流技术升级提升百货运营效率 58

第四章 2015年中国零售业运行状况分析 59
第一节 2015年中国零售业发展规模分析 59
一、中国零售行业总体发展规模 59
二、重点零售企业销售规模分析 60
三、连锁零售业各业态基本情况 60
四、限额以上连锁零售企业分析 62
第二节 城市化下移三四线城市零售业发展分析 62
一、中国零售业态区域发展分析 62
二、政策推进城市化的下移进程 63
三、城市化下移促进零售业发展 63
四、三四线城市零售业迎来机遇 64
第三节 2015年中国零售业发展态势分析 65
一、2015年中国零售业发展概述 65
二、2015年零售业融资事件回顾 67
三、2015年零售业门店开闭情况 68
四、2015年零售与快递结合情况 68
五、2015年零售业重大事件回顾 70
第四节 中国连锁百强企业发展态势分析 73
一、中国连锁百强企业排名情况 73
二、中国连锁百强企业特点分析 79
三、连锁百强企业规模增长情况 81
第五章 2015年中国百货行业运行状况分析 83
第一节 全球化背景下外资百货在华发展概况 83
一、亚洲百货企业在华发展情况 83
二、美洲百货企业在华发展情况 88
三、欧洲百货企业在华发展情况 96
第二节 2015年中国零售百货行业发展综述 102
一、中国零售百货行业发展回顾 102
二、零售百货业的发展变化概述 103
三、中国零售百货业存在的问题 104
四、制约零售百货业发展的因素 106
第三节 2015年中国零售百货业发展现状分析 106

一、中国百货业的经营模式分析 106
二、中国百货业跨界商发展分析 107
三、百货业二三线城市发展布局 110
四、零售业投资增加促百货业发展 115
第四节 2015年中国零售百货业发展规模分析 115
一、连锁百货门店规模统计 115
二、连锁百货销售规模统计 116
三、连锁百货企业排名情况 116
第五节 中国零售百货业网络销售发展情况 118
一、网络时代零售商遭遇挑战 118
二、中国百货企业纷纷"触网" 119
三、银泰网络百货的经营情况 120
四、零售百货业借助微博发展 124
第六章 2015年中国零售百货行业竞争格局分析 126
第一节 中国零售行业竞争现状分析 126
一、中国零售业竞争总体概况 126
二、中国零售业竞争消费格局 127
三、中国零售业竞争格局变化 127
四、中国零售业价格竞争分析 128
五、中国零售业竞争问题解析 130
六、外资零售商在华竞争情况 131
第二节 内资百货与外资百货在华竞争格局分析 138
一、外资百货企业在华发展分析 138
二、本地百货业与外资竞争分析 140
三、本地百货企业区域优势明显 141
四、内资百货企业区域扩张分析 143
第三节 2015年中国百货行业竞争状况分析 144
一、一线城市百货供给情况分析 144
二、二三线城市百货业发展分析 145
三、百货企业上市融资应对竞争 146
四、中国百货行业并购重组概况 148
第四节 2015年中国百货行业竞争策略分析 148

一、信息化技术应用策略 148
二、零售业态改变经营模式 150
三、改变品牌经营发展战略 151
四、正面竞争转向错位竞争 154
第七章 2015年中国零售百货竞争行业发展状况分析 156
第一节 中国连锁超市发展状况 156
一、中国连锁超市发展概述 156
二、中国超市业态发展规模 157
三、中国连锁超市企业排名 158
四、外资超市在华发展情况 159
五、本土超市营销战略分析 160
六、中国本土仓储式超市动态 162
七、中国连锁超市业并购情况 164
八、超市消费者购买行为分析 166
第二节 中国便利店发展状况 169
一、中国便利店总店数量统计 169
二、中国便利店门店规模统计 170
三、中国便利店销售规模统计 170
四、中国便利店经营特点分析 170
五、中国便利店产品策略分析 171
六、中国便利店分销策略分析 172
七、中国便利店发展SWOT分析 173
第三节 中国购物中心发展状况 176
一、世界购物中心分类情况分析 176
二、中国购物中心发展历程分析 178
三、中国购物中心类型形态界定 178
四、中国购物中心发展规模分析 180
五、中国购物中心发展指数分析 180
六、中国购物中心开发投资情况 181
七、中国购物中心发展策略分析 182
八、购物中心未来发展前景分析 184
第四节 中国网络购物行业发展状况 185

一、中国无店铺零售业态发展情况 185
二、中国网络零售规模及现状分析 186
三、中国网络购物发展趋势分析 188
第五节 中国电视购物行业发展状况 190
一、电视购物发展概况 190
二、电视购物优点分析 190
三、电视购物弊端分析 192
四、电视购物发展方向 194
五、电视购物发展问题 194
六、电视购物面临挑战 196
第六节 中国网络团购行业发展分析 197
一、中国网络团购行业发展规模分析 197
二、中国网络团购消费人群调查分析 197
三、中国网络团购消费行为调查分析 198
第八章 2013-2015年中国零售百货业区域市场分析 201
第一节 东北地区 201
一、东北地区零售业经济环境 201
二、哈尔滨零售百货业发展综述 201
三、沈阳零售百货业发展现状 203
四、大连零售百货业发展现状 203
第二节 华东地区 204
一、华东地区零售业经济环境 204
二、上海市百货业发展现状分析 205
三、上海百货商场扩张力度加大，样式多样化 206
四、杭州市百货业发展历程及现状 207
五、合肥市百货业发展现状分析 207
第三节 华中地区 209
一、华中地区零售业经济环境 209
二、中原经济区崛起零售百货业受益 209
三、武汉零售百货业发展格局 211
四、外来商业百货巨头进驻长沙 212
五、郑州市零售百货业发展新特点 212

第四节 华北地区 217
一、华北地区零售业经济环境 217
二、北京零售百货业发展特点 218
三、北京"超市系"百货竞逐小区市场 219
四、天津零售百货业发展现状 222
五、兰州零售百货业发展现状 223
第五节 西南地区 225
一、西南地区零售业经济环境 225
二、重庆市零售百货发展状况分析 226
三、成都市零售百货业经营特点 226
第六节 华南地区 227
一、华南地区零售业经济环境 227
二、广州零售百货业竞争特点 227
三、深圳零售百货业发展历程 230
四、深圳零售百货业发展现状 231
第九章 2013-2015年零售百货业重点企业分析 232
第一节 大商股份有限公司 232
一、企业基本概况 232
二、企业经营情况分析 232
三、企业经济指标分析 234
四、企业盈利能力分析 235
五、企业偿债能力分析 236
六、企业运营能力分析 237
七、企业成本费用分析 237
八、企业发展战略分析 238
九、大商股份收购淄博商厦 238
第二节 王府井百货（集团）股份有限公司 239
一、企业基本概况 239
二、企业经营情况分析 240
三、企业经济指标分析 242
四、企业盈利能力分析 243
五、企业偿债能力分析 243

六、企业运营能力分析 244
七、企业成本费用分析 244
八、王府井集团外延扩张战略分析 245
第三节 上海百联集团股份有限公司 245
一、企业基本概况 245
二、企业经营情况分析 246
三、企业经济指标分析 248
四、企业盈利能力分析 249
五、企业偿债能力分析 250
六、企业运营能力分析 250
七、企业成本费用分析 251
八、百联股份转型试点中小型百货 252
第四节 武汉武商集团股份有限公司 252
一、企业基本概况 252
二、企业经营情况分析 253
三、企业经济指标分析 257
四、企业盈利能力分析 258
五、企业偿债能力分析 259
六、企业运营能力分析 259
七、企业成本费用分析 260
八、鄂武商湖北二级城市扩张加速 261
第五节 银座集团股份有限公司 261
一、企业基本概况 261
二、企业经营情况分析 262
三、企业经济指标分析 264
四、企业盈利能力分析 265
五、企业偿债能力分析 265
六、企业运营能力分析 266
七、企业成本费用分析 266
八、企业发展规划分析 267
第六节 百盛商业集团有限公司 267
一、企业基本概况 267

二、企业经营情况分析 268
三、企业经济指标分析 269
四、企业盈利能力分析 269
五、企业偿债能力分析 269
六、企业运营能力分析 271
七、企业成本费用分析 271
八、百盛集团入驻西南商都 272
第七节 天虹商场股份有限公司 272
一、企业基本概况 272
二、企业经营情况分析 273
三、企业经济指标分析 275
四、企业盈利能力分析 276
五、企业偿债能力分析 276
六、企业运营能力分析 277
七、企业成本费用分析 277
八、天虹商场管理创新分析 279
第八节 重庆百货大楼股份有限公司 285
一、企业基本概况 285
二、企业经营情况分析 286
三、企业经济指标分析 288
四、企业盈利能力分析 288
五、企业偿债能力分析 289
六、企业运营能力分析 290
七、企业成本费用分析 290
八、重庆百货拟收购新世纪百货 291
第九节 新世界百货中国有限公司 292
一、企业基本概况 292
二、企业经营情况分析 292
三、企业经济指标分析 293
四、企业盈利能力分析 293
五、企业偿债能力分析 294
六、企业运营能力分析 295

七、企业成本费用分析 295
八、新世界望京店调整发展战略 296
第十节 银泰百货（集团）有限公司 296
一、企业基本概况 296
二、企业经营情况分析 297
三、企业经济指标分析 297
四、企业盈利能力分析 298
五、企业偿债能力分析 298
六、企业运营能力分析 299
七、企业成本费用分析 300
八、银泰百货新开店铺情况分析 300
第十一节 广百股份有限公司 301
一、企业基本概况 301
二、企业经营情况分析 301
三、企业经济指标分析 303
四、企业盈利能力分析 304
五、企业偿债能力分析 305
六、企业运营能力分析 306
七、企业成本费用分析 306
八、广百对外扩张情况分析 307
第十二节 广州友谊集团股份有限公司 308
一、企业基本概况 308
二、企业经营情况分析 308
三、企业经济指标分析 310
四、企业盈利能力分析 311
五、企业偿债能力分析 311
六、企业运营能力分析 312
七、企业成本费用分析 313
八、广州友谊扩张战略分析 313
第十三节 北京市西单商场股份有限公司 314
一、企业基本概况 314
二、企业经营情况分析 314

三、企业经济指标分析 318
四、企业盈利能力分析 318
五、企业偿债能力分析 319
六、企业运营能力分析 319
七、企业成本费用分析 320
八、西单与新燕莎连手打造首都商业旗舰 320
第十章 2016-2022年中国零售百货经营策略分析 322
第一节 中国百货企业市场定位策略分析 322
一、百货店市场定位要素 322
二、百货店市场定位步骤 323
三、百货店定位应注意的问题 324
第二节 中国零售百货行业发展主要对策 325
一、加快重组向规模经营连锁经营转变 325
二、准确市场定位向特色经营转变 325
三、发挥自身优势向服务经营转变 326
四、更新经营理念向动态经营转变 326
五、发展网络信息技术向信息化管理转变 327
六、改进传统经营模式向科学运营转变 327
第三节 中国百货业发展战略的对策 327
一、导入信息化技术 327
二、升级业态改变经营模式 328
三、实施品牌发展战略 329
四、正面竞争转向错位竞争 330
第四节 中国零售百货业自营模式探索 331
一、中国百货业的经营模式 331
二、百货业联营模式存在的问题 332
三、百货业的自营能力不足 332
四、百货业自营模式的探索 333
第五节 提升中国零售百货业核心竞争力的策略选择 334
一、丰富齐全的产品线 334
二、快捷方便的运营效率 335
三、快速灵敏的战略调整 335

四、寻求质优价低成本优势 336
五、把握时尚流行的元素 338
第十一章 2010-2022年中国零售百货业发展趋势分析 340
第一节 我国零售业的发展走势 340
一、消费升级提升百货增长空间 340
二、温和通胀促进超市业绩提升 340
三、专业店最具成长潜力 341
第二节 商业模式下的百货业趋势 345
一、商圈两极化外延的地产百货模式 345
二、破解盈利模式之困的多业态融合模式 348
三、延伸连锁空间的相关多元化模式 351
第三节 多业态、多元化融合的行业发展趋势 352
一、购物中心多业态发展趋势 352
二、多元嵌入的连锁式外延扩张 353
第四节 中国零售百货业发展方向 355
一、特色化、主题化、品牌化 355
二、连锁化、产业化、集约化 356
三、品牌化、信用化、知识化 358
第五节 未来中国零售百货业发展趋势 359
一、人才瓶颈进一步凸显 359
二、资本对接将愈加紧密 360
三、商业地产将快速增长 360
四、供应链变革继续深入 361
五、上游厂商争夺流通渠道 361
六、"绿色零售"亟需转化成竞争优势 362
七、奢侈品牌大举进军二三级市场 362
第十二章 2016-2022年中国零售百货投资策略分析 363
第一节 2016-2022年零售百货发展前景及投资机遇分析 363
一、"十三五"规划扩大内需促进消费 363
二、政策面深化继续利好百货业发展 363
三、国民收入增速将实现与经济发展同步 364
四、2015年全国24省上调最低工资标准 364

五、温和通胀助推百货行业上行 365
六、中小城市居民消费能力被低估 366
七、中国零售百货行业发展规模预测 367
第二节 2016-2022年中国零售百货投资风险分析 368
一、经济风险 368
二、政策风险 368
三、经营风险 369
四、竞争风险 369
五、其它风险 369
第三节 中国百货行业并购重组战略分析 370
一、中国大型百货企业并购重组案例分析 370
二、百货行业并购的融资风险防范 373
三、百货行业并购重组遵循原则 374
第四节 2016-2022年中国零售百货业投资策略分析 376
一、挖掘新规划经济振兴区域市场 376
二、发展高端百货业态打造高端品牌 376
三、发展二三线城市零售百货业 377
四、创新经营把握新兴消费人群市场 377
五、开发微博、团购等互联网营销方式 378
图表目录：
图表 1：2015年国内生产总值增速（%） 41
图表 2：2015年规模以上工业增加值增速月度对比（%） 42
图表 3：2015年固定资产投资（不含农户）增速同比（%） 43
图表 4：2015年房地产开发投资增速（%） 44
图表 5：2015年城镇居民人均可支配收入实际增速（%） 45
图表 6：2015年农村居民人均收入实际增速（%） 45
图表 7：中国城乡居民家庭恩格尔系数（%） 46
图表 8：2008-2015年零售业商品销售额及占GDP比重分析 59
图表 9：2015年中国连锁百强榜单 73
图表 10：2013-2015年连锁百货门店规模统计 115
图表 11：2015年主要连锁百货企业经营情况 116
图表 12：百货零售行业市场集中度情况 126

图表 13：2015年中国连锁超市十大品牌企业排名 158
图表 14：2015年主要外资超市在华关店数对比 159
图表 15：2013-2015年各外资企业开店数统计 160
图表 16：2013-2015年中国便利店总店数量统计 169
图表 17：2013-2015年中国便利店总店销售规模统计 170
图表 18：中国购物中心的发展阶段 178
图表 19：2013-2015年我国每年新建购物中心数量（家） 180
图表 20：2015年中国购物中心发展指数（SCDI）最高的十个城市 181
图表 21：2013-2015年中国网络零售市场交易规模 186
图表 22：2015年中国B2C网络购物交易市场份额占比图 187
图表 23：2013-2015年中国移动电子商务市场规模增长图 187
图表 24：2013-2015年我国电视购物市场规模及预测(单位：亿元) 190
图表 25：2015年全国团站月度市场交易额统计图 197
图表 26：按团购参加程度分类的人群占比 197
图表 27：售后、信誉、质量为未参加团购的用户的主要担忧 198
图表 28：团购用户浏览团站的频率 198
图表 29：团购用户浏览团站的时间段 199
图表 30：团购用户浏览团站的设备 199
图表 31：团购用户浏览团站的地点 199
图表 32：2015年东北地区省份主要经济指标比较表 201
图表 33：2015年东北地区区域消费水平及消费能力 201
图表 34：2015年华东地区省份主要经济指标比较表 204
图表 35：2015年华东地区区域消费水平及消费能力 205
图表 36：2015年华中地区省份主要经济指标比较表 209
图表 37：2015年华中地区区域消费水平及消费能力 209
图表 38：2015年华北地区省份主要经济指标比较表 217
图表 39：2015年华北地区区域消费水平及消费能力 218
图表 40：2015年西南地区省份主要经济指标比较表 225
图表 41：2015年西南地区区域消费水平及消费能力 225
图表 42：2015年华南地区省份主要经济指标比较表 227
图表 43：2015年华南地区区域消费水平及消费能力 227
图表 44：2013-2015年大商集团股份有限公司企业经营情况 232

图表 45：2013-2015年大商集团股份有限公司企业经济指标分析 234
图表 46：2013-2015年大商集团股份有限公司盈利能力分析 235
图表 47：2013-2015年大商集团股份有限公司偿债能力分析 236
图表 48：2013-2015年大商集团股份有限公司运营能力分析 237
图表 49：2013-2015年大商集团股份有限公司成本费用分析 237
图表 50：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司企业经营情况 240
图表 51：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司企业经济指标分析 242
图表 52：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司盈利能力分析 243
图表 53：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力分析 243
图表 54：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司运营能力分析 244
图表 55：2013-2015年王府井百货（集团）股份有限公司成本费用分析 244
图表 56：2013-2015上海百联集团股份有限公司企业经营情况 246
图表 57：2013-2015上海百联集团股份有限公司企业经济指标分析 248
图表 58：2013-2015上海百联集团股份有限公司盈利能力分析 249
图表 59：2013-2015上海百联集团股份有限公司偿债能力分析 250
图表 60：2013-2015上海百联集团股份有限公司运营能力分析 250
图表 61：2013-2015上海百联集团股份有限公司成本费用分析 251
图表 62：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司企业经营情况 253
图表 63：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司企业经济指标分析 257
图表 64：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司盈利能力分析 258
图表 65：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司偿债能力分析 259
图表 66：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司运营能力分析 259
图表 67：2013-2015年武汉武商集团股份有限公司成本费用分析 260
图表 68：2013-2015年银座集团股份有限公司企业经营情况 262
图表 69：2013-2015年银座集团股份有限公司企业经济指标分析 264
图表 70：2013-2015年银座集团股份有限公司盈利能力分析 265
图表 71：2013-2015年银座集团股份有限公司偿债能力分析 265
图表 72：2013-2015年银座集团股份有限公司运营能力分析 266
图表 73：2013-2015年银座集团股份有限公司成本费用分析 266
图表 74：2013-2015年百盛商业集团有限公司企业经营情况（单位：百万元） 268
图表 75：2013-2015年百盛商业集团有限公司企业经济指标分析（单位：百万元） 269
图表 76：2013-2015年百盛商业集团有限公司盈利能力分析（单位：百万元） 269

图表 77：2013-2015年百盛商业集团有限公司偿债能力分析（单位：百万元） 269
图表 78：2013-2015年百盛商业集团有限公司运营能力分析（单位：百万元） 271
图表 79：2013-2015年百盛商业集团有限公司成本费用分析 271
图表 80：2013-2015年天虹商场股份有限公司企业经营情况 273
图表 81：2013-2015年天虹商场股份有限公司企业经济指标分析 275
图表 82：2013-2015年天虹商场股份有限公司盈利能力分析 276
图表 83：2013-2015年天虹商场股份有限公司偿债能力分析 276
图表 84：2013-2015年天虹商场股份有限公司运营能力分析 277
图表 85：2013-2015年天虹商场股份有限公司成本费用分析 277
图表 86：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司企业经营情况 286
图表 87：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司企业经济指标分析 288
图表 88：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司盈利能力分析 288
图表 89：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力分析 289
图表 90：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司运营能力分析 290
图表 91：2013-2015年重庆百货大楼股份有限公司成本费用分析 290
图表 92：2013-2015年新世界百货中国有限公司企业经营情况（单位：百万元） 292
图表 93：2013-2015年新世界百货中国有限公司企业经济指标分析（单位：百万元） 293
图表 94：2013-2015年新世界百货中国有限公司盈利能力分析（单位：百万元） 293
图表 95：2013-2015年新世界百货中国有限公司偿债能力分析（单位：百万元） 294
图表 96：2013-2015年新世界百货中国有限公司运营能力分析（单位：百万元） 295
图表 97：2013-2015年新世界百货中国有限公司成本费用分析 295
图表 98：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司企业经营情况（单位：百万元） 297
图表 99：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司企业经济指标分析（单位：百万元） 297
图表 100：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司盈利能力分析（单位：百万元） 298
图表 101：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司偿债能力分析（单位：百万元） 298
图表 102：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司运营能力分析（单位：百万元） 299
图表 103：2013-2015年银泰百货（集团）有限公司成本费用分析 300
图表 104：2013-2015年广百股份有限公司企业经营情况 301
图表 105：2013-2015年广百股份有限公司企业经济指标分析 303
图表 106：2013-2015年广百股份有限公司盈利能力分析 304
图表 107：2013-2015年广百股份有限公司偿债能力分析 305
图表 108：2013-2015年广百股份有限公司运营能力分析 306

图表 109：2013-2015年广百股份有限公司成本费用分析 306
图表 110：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司企业经营情况 308
图表 111：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司企业经济指标分析 310
图表 112：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司盈利能力分析 311
图表 113：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司偿债能力分析 311
图表 114：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司运营能力分析 312
图表 115：2013-2015年广州友谊集团股份有限公司成本费用分析 313
图表 116：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司企业经营情况 314
图表 117：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司企业经济指标分析 318
图表 118：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司盈利能力分析 318
图表 119：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司偿债能力分析 319
图表 120：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司运营能力分析 319
图表 121：2013-2015年北京市西单商场股份有限公司成本费用分析 320
图表 122：食品价格与CPI增速图 341
图表 123：社会消费品总额与CPI增速对比 341
图表 124：联营与自营优劣分析 348
图表 125：零售各业态收入模式互补 349
图表 126：2015年上调最低工资标准的地区 364

详细请访问：https://www.icandata.com/view/274168.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。