

2014-2019年中国零售行业 监测与投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国零售行业监测与投资机遇研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201406/107876.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2009年一季度社会消费品零售总额29398亿元，同比增长15.0%，但增幅也有一定的下降幅度。由于消费增速的放缓在2009年难以避免，零售企业将在2009年面临较大的内生增长压力。从2008年11月份开始，已经有部分零售企业可比门店出现了负增长的局面，预计可比门店负增长的情形将在2009年有所扩大，大部分成熟零售门店的内生增长率将由08年以前的10%-15%迅速下滑到2%-5%左右。因此，外延式的门店扩张所带来的销售增长将是09年零售企业收入增长的重要来源。

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。预测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。

从长远来看，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。

本行业发展分析报告主要国家统计局、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、国内外相关刊物的基础信息以及零售百货行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界零售百货行业整体发展大势，对中国零售百货行业的发展情况、零售业态的发展状况、行业细分市场、部分重点城市、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来零售百货行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了零售百货行业今后的发展与投资策略。

本零售行业发展分析报告，为零售百货企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 零售行业发展分析

第一章 全球零售业发展分析 1

第一节 2011-2012年德国零售业的发展 1

一、德国零售业的主要方式 1

二、2011年德国零售业分析 2

三、2012年德国零售业分析 3

第二节 2011-2012年美国零售业发展 4

一、美国商业零售业的特点 4

二、2011年美国零售业销售状况分析 8

三、2011美国电子商务零售市场交易额 8

四、2012年美国零售业销售状况分析 9

五、美国零售业发展对中国的启示 10

第三节 2011-2012年日本零售业发展 11

一、日本零售业业态的概述 11

二、日本零售业态结构分析 12

三、日本零售业消费持续走低 13

四、2012年日本零售业销售额分析 15

五、2012年日本大零售商加速在华扩张 15

第四节 2011-2012年其他国家零售业发展 16

一、2011-2012年意大利零售业销售情况 16

二、2011-2012年新西兰零售额增长情况 16

三、2011-2012年俄罗斯零售业销售情况 17

四、2011-2012年英国零售业销售额情况 17

五、2011-2012年韩国零售业销售额情况 19

六、2012年智利零售业销售额情况 19

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 20

二、经营国际化、连锁化 21

三、组织结构集中化、规模化 21

四、流通功能的主导化 22

五、城市商业网点布局的转移 22

六、商业经营管理的高技术化、现代化 23

第二章 我国零售业发展分析 25

第一节 2011年零售业发展态势 25

一、2011年我国零售业发展态势 25

二、2011年中国零售业发展回顾 26

三、2011年零售业十大关键词 29

第二节 2012年零售业发展现状 34

一、中国零售业的现实问题与未来支撑 34

二、2012年中国零售业发展现状 40

三、2012年社会消费零售总额数据分析 41

四、2012年居民消费价格 42

五、2012年全国城市社会消费品零售总额排名 43

六、2012年中国商业零售市场投资吸引力排名 44

第三节 零售业信息化发展分析 45

一、中国零售信息化发展现状 45

二、零售业信息化重大转型分析 47

三、零售行业信息化三大驱动分析 51

四、零售业信息化的投资价值 53

五、2011年零售业信息化在平稳中深化 56

六、2012年中国零售业信息化投入预测 57

七、中国零售信息化发展趋势 59

第三章 2012年零售业发展态势分析 61

第一节 2012年中国零售业发展分析 61

一、2012年社会消费零售总额分析 61

二、2012年居民消费价格分析 62

三、2012年提收入扩消费政策利好零售业 63

第二节 2012年中国零售企业发展形势 64

一、2012年中国零售业重要并购事件 64

二、2012年度中国零售业融资事件 69

三、2012零售上市企业经营情况分析 72

四、2012年中国零售业上市及拟上市事件盘点 75

五、2012年中国重点零售企业零售额分析 82

第三节 民营零售企业的成长瓶颈分析 83

一、民营企业的转型之痛	83
二、民营企业的转型思路	85
三、民营企业的应对策略	85
第四节 我国农村零售业的现状及发展对策	87
一、农村零售业的新特点	87
二、农村零售业存在的主要问题	88
三、发展农村零售业的必要性	89
四、发展农村零售业的策略	91
五、我国零售商业农村市场的开拓	92
第四章 2011-2012年零售连锁市场发展	97
第一节 零售业连锁发展情况	97
一、2011年中国连锁百强特点分析	97
二、2011年度中国连锁百强排行名单	99
三、2012年电子商务时代的零售连锁企业发展分析	106
四、连锁企业未来发展趋势	110
第二节 中国大型连锁零售企业成长路径	111
一、中国大型连锁零售企业成长的特征	111
二、中国大型连锁零售企业成长的条件	113
三、中国大型连锁零售企业成长的制约因素	114
四、中国大型连锁零售企业成长的路径	115
第三节 我国零售消费者行为分析	117
一、我国零售消费者行为特点分析	117
二、针对消费者行为特点的零售营销创新	118
三、零售卖场设计与消费心理	119
第二部分 零售细分市场分析	
第五章 我国零售业主要细分市场分析	122
第一节 超市业发展分析	122
一、2011年超市业态发展态势	122
二、超市消费者购买行为分析	125
三、外资超市在华扩张策略	127
四、中国超市业将进入“战国时代”	130
五、2012年超市业投资策略分析	130

第二节 便利店发展分析 131

- 一、便利店的特征分析 131
- 二、便利店的创新与延伸 132
- 三、便利店的经营策略 132
- 四、便利店应对金融危机的策略 134
- 五、我国便利店发展存在的问题及建议 135

第三节 购物中心发展分析 138

- 一、2010-2012中国购物中心发展报告 138
- 二、购物中心发展突破点分析 144
- 三、购物中心将向二三线城市转移 150
- 四、购物中心的未来发展趋势 152
- 五、区域购物中心会成为未来购物中心发展的主流 154

第四节 仓储式商场发展分析 156

- 一、仓储式商场的营销特点 156
- 二、我国仓储式商场发展中存在的问题 157
- 三、我国发展仓储式商场的对策建议 158
- 四、2010-2011年仓储式商场销售情况 159

第五节 百货业发展分析 160

- 一、中国百货业面临新挑战 160
- 二、中国百货业将向二三线城市拓展 161
- 三、2011年中国百货业发展分析 162
- 四、2011-2012百货业上市公司业绩分析 168

第六章 专业店发展分析 170

第一节 网上零售 170

- 一、2012年中国网络零售市场行业特征 170
- 二、2012年中国网络零售市场交易规模及预测 171
- 三、2012年中国网络零售企业规模及预测 172
- 四、2012年中国网络零售企业市场占有率及预测 173
- 五、2012年中国网络零售用户规模及预测 175
- 六、2012年中国个人网店数量规模及预测 175

第二节 家居零售 176

- 一、2012年家具零售营销战或将升级 176

二、2012年家居行业发起新兴消费攻略 178

三、目前家居行业的商业模式不成熟 179

四、家居业向开拓网络销售模式 180

第三节 医药零售 182

一、零售药店转向连锁经营 182

二、网上药店给医药零售业带来生机 183

三、医药零售业进入洗牌期 184

四、2012年药品零售连锁行业发展分析 186

第四节 家电零售 188

一、2011年家电零售业市场情况 188

二、2012年家电市场零售情况分析 191

三、2012年家电市场零售额将依然保持高增速 191

第五节 其他零售行业 192

一、中国食品零售业发展分析 192

二、网络零售业试点保健食品准入 193

三、服装零售行业的服务新趋势分析 193

第七章 主要地区零售业发展分析 195

第一节 上海市零售业发展 195

一、2011年上海社会消费品零售总额 195

二、2011年上海快消品零售额增长近两成 195

三、2012年上海社会消费品零售总额 197

四、“十二五”上海社会消费品零售额计划 198

第二节 北京市零售业发展 199

一、2011年北京社会消费品零售额分析 199

二、2012年北京社会消费品零售额分析 199

三、2015年北京社会消费品零售额预计 200

第三节 广东省零售业发展 203

一、2011年广东社会消费品零售额增长情况 203

二、2012年广州外资将掀起零售集体开业元年 204

三、“十二五”规划下广东将迈入消费黄金十年 206

第四节 其他城市零售业发展 206

一、内蒙古零售业态发展状况分析 206

二、2011-2012年天津百货零售业发展情况	207
三、2011-2012年香港零售业发展情况	207
四、2011年成都零售业发展分析	209
五、2011-2012年武汉零售业发展情况	216
第三部分 零售行业竞争格局分析	
第八章 零售业竞争格局分析	218
第一节 中国零售业竞争现状分析	218
一、2011年我国零售百强分析	218
二、2011年零售业竞争消费格局	231
三、2012年零售业并购加速	232
第二节 2011-2012年我国与外资零售业态的竞争	233
一、2011年主要外资超市在华门店对比	233
二、2012年外资零售企业单一业态开始升级多元化	235
三、2012年扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张	238
四、2012年外资零售巨头布局中国零售业：线上线下并重	240
第三节 中国零售业在零售国际化大潮中的战略选择	242
一、国内外零售业市场背景介绍	242
二、零售业国际化的必然性	242
三、零售业国际化在中国	243
四、零售国际化对中国本土零售企业的影响	243
五、中国零售业应对零售国际化的对策	245
第四节 零售型中小企业的竞争策略	246
一、区域联盟策略	246
二、蓝海战略	246
三、差异化策略	247
四、品牌经营策略	247
五、物流配送策略	248
第五节 提升企业核心竞争力策略之零售企业IT管理	248
一、企业级的IT规划	248
二、选择IT建设模式和合作伙伴	249
三、IT项目的整体规划、分步实施	250
四、息系统与企业管理的匹配以及持续优化	250

五、建立企业数据中心	251
六、综合利用资源，避免企业IT投资黑洞	251
七、软件、硬件、网络系统运行保障	252
第九章 外资重点企业分析	253
第一节 沃尔玛公司	253
一、公司概况	253
二、2011-2012年沃尔玛销售情况	254
三、2011年沃尔玛在华门店分布盘点统计	255
四、2012年公司在华发展动态	257
五、2012年沃尔玛将加快新开中型连锁店步伐	257
六、企业文化及对中国零售企业的启示	258
第二节 家乐福集团	263
一、公司概况	263
二、家乐福的经营定律	266
三、2011年家乐福经营状况	269
四、2011年家乐福在华门店分布盘点统计	270
五、2012年家乐福在华发展分析	272
第三节 麦德龙集团	273
一、公司概况	273
二、2011年公司经营情况	280
三、2011年麦德龙在华门店统计	281
四、麦德龙在中国最终目标	284
第四节 特易购	284
一、公司概况	284
二、特易购的经营方式	286
三、2011年TESCO乐购在华内地门店盘点	291
第五节 Seven-Eleven便利商店集团	294
一、集团概况	294
二、集团的网络营销战略	294
第六节 宜家集团	300
第十章 我国重点企业分析	303
第一节 百联集团有限公司	303

一、公司概况	303
二、2011-2012年公司经营情况	303
三、2011-2012年公司财务数据分析	304
四、2013年公司发展展望及策略	309
第二节 华润集团有限公司	311
一、公司概况	311
二、2011年华润万家发展情况分析	312
三、华润万家规划全国拓展门店及新业态	313
四、华润万家拟5年内门店总数翻番	314
第三节 北京王府井百货（集团）股份有限公司	315
一、公司概况	315
二、2011-2012年公司经营情况	316
三、2011-2012年公司财务数据分析	317
四、2013年公司发展展望及策略	322
第四节 国美电器有限公司	326
一、公司概况	326
二、2011-2012年公司经营情况	327
三、2013年公司战略规划解析	329
第五节 苏宁电器股份有限公司	330
一、公司概况	330
二、2011-2012年公司经营情况	331
三、2011-2012年公司财务数据分析	331
四、2013年公司发展展望及策略	337
第六节 大商股份有限公司	342
一、公司概况	342
二、2011-2012年公司经营情况	344
三、2011-2012年公司财务数据分析	345
四、2013年公司发展展望及策略	350
第七节 苏果超市有限公司	352
一、公司概况	352
二、2011年公司经营情况	352
三、苏果“十二五”规划	353

第八节 合肥百货大楼集团股份有限公司 354

一、公司概况 354

二、2011-2012年公司经营情况 354

三、2011-2012年公司财务数据分析 355

四、2013年公司发展展望及策略 360

第九节 重庆百货大楼股份有限公司 362

一、公司概况 362

二、2011-2012年公司经营情况 363

三、2011-2012年公司财务数据分析 363

四、2013年公司发展展望及策略 368

第十节 北京华联综合超市股份有限公司 369

一、公司概况 369

二、2011-2012年公司经营情况 369

三、2011-2012年公司财务数据分析 370

四、2013年公司发展展望及策略 375

第四部分 零售行业发展趋势及战略

第十一章 2014-2019年零售业发展趋势分析 379

第一节 2014-2019年国际零售业发展趋势 379

一、2013年全球奢侈品零售趋势分析 379

二、2013年全球零售业发展趋势分析 379

三、2014-2019年全球零售业发展趋势 380

第二节 2014-2019年零售业业态的发展趋势 383

一、业态多元化 383

二、经营规模化 384

三、市场定位差别化 384

四、自有品牌系列化 384

五、兼并与上市势在必行 384

六、投资主体多元化 385

七、配送中心快速发展 385

第三节 2013-2020年中国零售业发展趋势分析 385

一、2013年零售百货行业发展趋势预测 385

二、2013年零售行业发展趋势分析 386

三、2013年社会消费品零售额增速预测	395
四、未来中国零售业展望	397
五、2015年中国老年人零售消费能力预测	398
六、2020年中国消费市场的发展方向与特征	400
第十二章 2014-2019年零售业发展战略探讨	402
第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略	402
一、零售商业企业实力较量的主要手段	402
二、零售业非价格竞争的主要策略	403
三、同业态零售企业的竞争合作策略	405
第二节 中国零售业应对金融危机的策略	408
一、人才策略	408
二、客户服务策略	408
三、管理策略	409
四、执行策略	410
五、蓝海策略	410
六、拦截攻略	411
第三节 零售渠道与终端布局的选择策略	412
一、终端陷阱	412
二、发展契机	412
三、突破之路	414
第四节 零售业提高品牌忠诚度策略	415
一、打造强大的核心能力	415
二、提供优质服务	416
三、培养忠诚的员工	417
第五节 我国零售企业提高顾客忠诚度的策略选择	417
一、我国零售企业面对国外跨国零售业大鳄的竞争挑战	417
二、我国零售企业在竞争中的弱势	419
三、我国零售企业提高顾客忠诚度的策略	420
第六节 网络时代的零售企业危机公关	423
一、企业危机公关难点分析	423
二、提高了企业的危机管理成本策略	424
三、提高危机管理的水平降低企业风险	425

第七节 零售终端的供应商联盟战略 426

一、零售终端与供应商关系分析 426

二、创造合作的文化氛围 427

三、建立与战略联盟相适应的组织结构 427

四、在竞争合作中增强学习能力 428

第十三章 2014-2019年零售业投资发展策略分析 429

第一节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析 429

一、优势 429

二、劣势 430

三、机遇 431

四、威胁 432

第二节 2014-2019年零售业投资分析 433

一、存在的问题与挑战 433

二、2012年发展趋势预测与对策分析 435

三、消费行为变化及对零售百货业的影响 436

四、综述 440

五、投资对策 440

图表目录

图表：2011年1-12月社会消费品零售总额增长速度（月度同比） 41

图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 42

图表：2011年居民消费价格涨跌幅度 42

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 43

图表：2006年-2010年中国零售行业信息化市场规模 52

图表：2004-2008年家庭月收入统计 54

图表：2000年10月—2012年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 61

图表：2000年10月—2012年10月居民消费价格指数（上年同月=100） 62

图表：2011年度中国连锁百强排行名单 99

图表：2011年主要海外连锁品牌经营情况 103

图表：2011年主要连锁百货企业经营情况 104

图表：2011年主要连锁便利店企业经营情况 105

图表：2000-2007中国连锁百强企业业绩简况表 113

图表：2010年-2011年10月仓储式商场销售同比增长速度 159

图表：2005-2011年广东社会消费品零售额增长情况 204

图表：2012年上海百联集团股份有限公司主营构成表 304

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司流动资产表 304

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司长期投资表 305

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司固定资产表 305

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司无形及其他资产表 305

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司流动负债表 305

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司长期负债表 306

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司股东权益表 306

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司主营业务收入表 306

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司主营业务利润表 306

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司营业利润表 307

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司利润总额表 307

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司净利润表 307

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司每股指标表 307

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司获利能力表 307

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司经营能力表 308

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司偿债能力表 308

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司资本结构表 308

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司发展能力表 308

图表：2009-2012年上海百联集团股份有限公司现金流量分析表 309

图表：2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成表 317

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司流动资产表 317

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司长期投资表 318

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司固定资产表 318

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司无形及其他资产表 318

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司流动负债表 318

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司长期负债表 319

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司股东权益表 319

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务收入表 319

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营业务利润表 319

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司营业利润表 320

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润总额表 320

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司净利润表 320

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司每股指标表 320

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司获利能力表 320

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力表 321

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力表 321

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司资本结构表 321

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力表 321

图表：2009-2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司现金流量分析表 322

图表：2012年苏宁电器股份有限公司主营构成表 331

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司流动资产表 332

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司长期投资表 332

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司固定资产表 332

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司无形及其他资产表 333

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司流动负债表 333

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司长期负债表 333

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司股东权益表 333

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司主营业务收入表 334

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司主营业务利润表 334

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司营业利润表 334

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司利润总额表 334

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司净利润表 335

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司每股指标表 335

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司获利能力表 335

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司经营能力表 335

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司偿债能力表 336

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司资本结构表 336

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司发展能力表 336

图表：2009-2012年苏宁电器股份有限公司现金流量分析表 336

图表：2012年大商股份有限公司主营构成表 345

图表：2009-2012年大商股份有限公司流动资产表 345

图表：2009-2012年大商股份有限公司长期投资表 346

图表：2009-2012年大商股份有限公司固定资产表 346

图表：2009-2012年大商股份有限公司无形及其他资产表 346

图表：2009-2012年大商股份有限公司流动负债表 346

图表：2009-2012年大商股份有限公司长期负债表 347

图表：2009-2012年大商股份有限公司股东权益表 347

图表：2009-2012年大商股份有限公司主营业务收入表 347

图表：2009-2012年大商股份有限公司主营业务利润表 347

图表：2009-2012年大商股份有限公司营业利润表 348

图表：2009-2012年大商股份有限公司利润总额表 348

图表：2009-2012年大商股份有限公司净利润表 348

图表：2009-2012年大商股份有限公司每股指标表 348

图表：2009-2012年大商股份有限公司获利能力表 348

图表：2009-2012年大商股份有限公司经营能力表 349

图表：2009-2012年大商股份有限公司偿债能力表 349

图表：2009-2012年大商股份有限公司资本结构表 349

图表：2009-2012年大商股份有限公司发展能力表 349

图表：2009-2012年大商股份有限公司现金流量分析表 350

图表：2012年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成表 355

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司流动资产表 355

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司长期投资表 356

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司固定资产表 356

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司无形及其他资产表 356

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司流动负债表 356

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司长期负债表 357

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司股东权益表 357

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务收入表 357

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司主营业务利润表 358

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司营业利润表 358

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司利润总额表 358

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司净利润表 358

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司每股指标表 358

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司获利能力表 359

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力表 359

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力表 359

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司资本结构表 360

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力表 360

图表：2009-2012年合肥百货大楼集团股份有限公司现金流量分析表 360

图表：2012年重庆百货大楼股份有限公司主营构成表 363

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司流动资产表 363

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司长期投资表 364

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司固定资产表 364

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司无形及其他资产表 364

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司流动负债表 364

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司长期负债表 365

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司股东权益表 365

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司主营业务收入表 365

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司主营业务利润表 365

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司营业利润表 366

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司利润总额表 366

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司净利润表 366

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司每股指标表 366

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司获利能力表 366

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司经营能力表 367

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司偿债能力表 367

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司资本结构表 367

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司发展能力表 367

图表：2009-2012年重庆百货大楼股份有限公司现金流量分析表 368

图表：2012年北京华联综合超市股份有限公司主营构成表 370

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司流动资产表 370

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司长期投资表 371

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司固定资产表 371

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司无形及其他资产表 371

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司流动负债表 371

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司长期负债表 372

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司股东权益表 372

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司主营业务收入表 372

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司主营业务利润表 372

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司营业利润表 373

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司利润总额表 373

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司净利润表 373

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司每股指标表 373

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司获利能力表 374

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司经营能力表 374

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力表 374

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司资本结构表 374

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司发展能力表 375

图表：2009-2012年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析表 375

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/107876.html>