

2007年中国零售百货业研究咨询报告

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《2007年中国零售百货业研究咨询报告》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/fangzhi/2881928819.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。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。2006年是国内百货企业快速发展的一年，零售总额增速达到近十年的高点。行业继续保持稳定增长的同时，并购成为主旋律，零售企业市场集中度进一步提高。2006年前10个月，千家核心零售企业销售同比增长15.5%，增速比上年同期提高0.3个百分点。但中国零售业市场集中度仍处于较低水平，零售业百强只占到一成的市场份额。当前行业的整合度只有20%，这意味着，2006年兴起的并购潮将在至少5年内高涨不退，而根据WTO议定书的要求，2007年中国商业领域将进一步开放，这将迎来零售业竞争更加激烈的时期，入世5年、商业全面开放2周的“开放效应”将逐渐释放出来，国内企业与外资的对垒也将不断升级。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。以消费为代表的内需将成为经济增长的引擎。“十一五”规划纲要明确提出“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。“十五”期间，我国县及县以下社会消费品零售总额年均增长9.8%，扣除价格因素实际增长9.6%。2005年我国县及县以下社会消费品零售总额达到22082亿元，比1995年增长1.68倍。《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WTO时代，对行业发展环境以及优势企业的经营现状、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
1一、西方零售业发展历程	1二、全球新兴零售业市场分析	9	三、全球零售业发展趋势
17	第二节	美国零售业	20
20一、美国零售业发展概况	20二、美国在线零售业发展情况	26	
26	第三节	欧洲零售业	28
28一、欧洲零售业发展概况	28二、欧洲在线零售发展情况	31	
31	三、欧盟国家服装零售业发展趋势	31	第四节
31	日本零售业	32	一、日本零售业发展现状
32	二、日本购物中心产业现状	37	三、日本零售业的发展动态与趋势
38	第五节	印度零售业	42
42	一、印度零售市场规模	42	二、外资进入印度市场
43	三、印度本土零售商加紧圈地	44	
44	第六节	台湾零售业	45
45	一、台湾零售业现状	45	二、台湾便利店发展情况
48	三、台湾便利店的启示	50	
50	第二章	零售业发展现状分析	54
54	第一节	中国零售业发展概述	54
54	一、中国零售业的变革历程	54	二、中国零售业在变局中发展
54	三、中国入世5年零售业的发展	57	第二节
57	中国零售业的现状	61	
61	一、2005年零售业运行情况	61	二、2006年零售行业回顾
89	三、2006年中国零售业投资现状分析	96	第三节
96	零售业连锁发展情况	98	
98	一、零售连锁百强分析	98	二、“连锁百强”的特点
104		104	第四节
104	中国零售业存在的问题及对策	108	一、中国零售业存在的问题
108	二、中国零售业问题的解决之道	110	
110	第二部分	行业市场分析	第三章
110	当前中国零售市场分析	113	第一节
113		113	当前零售市场现状分析
113	一、2006年零售业态热销排行	113	二、2006年重点零售企业销售情况
117	三、当前零售市场的特征	121	四、当前零售市场存在的问题
123		123	第二节
123	中国居民生活模式及消费结构描述	124	一、城市化导致的人口结构变化
124	二、城乡居民家庭可支配收入历年变化	125	
125	三、近年来居民消费价格指数与消费结构变化	127	第三节
127	我国消费者行为分析与营销创新	136	一、当代我国消费者行为特点分析
136	二、基于消费者行为特点的零售营销创新	137	
137	第四章	我国零售业业态主要细分市场分析	139
139	第一节	超市业发展分析	139
139	一、本土超市概况	139	二、洋超市经营优势
140	三、2006-2007年超市业竞争态势	140	四、超市消费者购买行为分析
142		142	第二节
142	便利店发展分析	144	一、中国便利店发展现状
144	二、台湾地区便利店的发展经验	147	
147	三、便利店消费者调查分析	154	第三节
154		154	购物中心发展分析
157	一、国外MALL成功的因素分析	157	二、中国开发MALL的因素解剖
161	三、中国“MALL”发展之路	163	
163	第四节	仓储式商场发展分析	167
167	一、仓储式商场溯源	167	二、仓储式商场的经营分析
169	三、仓储式商场的发展分析	170	
170	第五节	百货业发展	172
172	一、2005-2006年中国百货业发展情况	172	二、中国百货业态进入黄金起点
180	三、中国百货零售业存在的问题	181	四、大中型百货业连锁经营面临的困境与出路
186	第五章	零售业发展的地区比较	195
195	第一节	零售业地区发展概述	195
195	一、长三角地区		

195二、西部地区	198第二节 部分城市零售业	203一、北京	203二、上海	223三、广州
235四、西安	243第三节 部分省份零售业	246一、广东省零售业	246二、河南省零售业	259三、山西省零售业
265第三部分 竞争格局分析	第六章 中国零售业竞争分析			
279第一节 中国零售业分业态竞争格局分析	279一、百货商店	279二、连锁超市	280三、仓储式商场	280四、专业店
281五、便利店	281六、购物中心	281第二节 中国零售企业规模格局分析		
282第三节 中国零售业市场集中度的现状及对策	284一、我国零售业市场集中度现状			
284二、我国零售业市场集中度过低的原因	286三、提高我国零售业市场集中度的对策			
289第四节 外资大型零售企业核心竞争力分析及启示	291一、外资大型零售企业核心竞争力			
291二、对本土零售企业的启示	293第五节 2006-2007年中国零售业竞争态势分析	294一、传统与新型业态的竞争态势		
295二、本土与外资企业的竞争态势	297三、二三线城市零售业的竞争态势			
301四、中国零售业将出现寡头	306第七章 重点企业分析			
307第一节 多业态大型零售集团	307一、百联集团	307二、大商集团	311三、王府井	315第二节 专业店
319一、国美电器	319二、苏宁电器	331第三节 超市企业		
341一、苏果超市	341二、华联综超	346第四节 外资零售业		
349一、沃尔玛	350二、家乐福	363三、麦德龙	374四、7-Eleven	375第四部分 发展趋势与投资分析
第八章 中国零售业当前发展环境分析				
383第一节 经济运行环境		383一、2005-2006年零售业发展环境状况		
383二、2005-2006年消费品市场形势分析		385三、2007年中国经济发展预测		
413四、零售业面临的战略环境机遇		416第二节 2006-2007年商业开放前瞻		
417第三节 政策及法律环境分析		421一、2005年出台的政策解读		
421二、《零售商供应商公平交易管理办法》		422三、解读《农村市场体系建设“十一五”规划》		
425第四节 零售业相关产业的发展		429一、“十一五”信息技术的发展		
429二、中国商业地产的发展		436第九章 零售业发展趋势与展望		
445第一节 中国零售业发展趋势分析		445一、中国零售业发展总体趋势		
445二、未来零售业态格局的发展		451三、主要零售业态发展趋势		
458第二节 我国农村零售市场的发展		461一、我国农村商品流通市场现状		
461二、新农村建设中的商品流通体系现代化		469三、乡村超市前景分析		
471第三节 我国中型商场的市场定位与发展趋势		472第四节 从新型零售业态发展看百货店创新		
476第十章 零售业市场预测与投资分析				
481第一节 零售业市场规模预测		481一、2007年消费品零售市场规模预测		
481二、消费升级形成的市场空间		483第二节 2007年零售业投资分析		
499一、2007年零售行业投资机会		499二、2007年零售行业投资热点		
505三、2007年零售行业投资策略		505第三节 零售业投资风险分析		
509一、零售业跨区域扩张的资本风险		509二、投资新兴市场商业零售的风险		
515第四节 中国零售业发展策略分析		519一、新时期现代零售业发展对策		

- 519二、应对挑战中国零售业的可取战略
- 522三、我国零售企业跨区域发展对策
- 525四、针对居民消费行为转变的应对策略
- 529五、中国零售业的国际化探讨
- 532图表目录
- 图表：西方连锁商店的兴起
- 1图表：2005年世界500强前100名中零售企业排名
- 2图表：2005年全球零售100强
- 3图表：2006年全球零售业排名
- 9图表：2006年全球零售业发展指数
- 15图表：2005年、2006年全球零售发展指数排名对比
- 16图表：全球零售业发展趋势
- 18图表：美国主要大型折扣店和超市及其销售情况
- 21图表：美国主要家居连锁店及其销售情况
- 22图表：美国主要连锁药店及其销售情况
- 23图表：美国主要餐饮连锁企业及其销售情况
- 23图表：美国主要连锁服装店及其销售情况
- 24图表：美国主要连锁百货店及其销售情况
- 24图表：美国主要无店铺零售企业及其销售情况
- 24图表：美国零售前50名基本情况表
- 25图表：1999Q4-2005Q4美国整体零售额和电子商务零售额
- 26图表：2001-2006各年上半年美国网上零售商销售额
- 28图表：欧洲食品销售额中平价超市所占份额
- 28图表：2005年台湾零售业市场结构
- 45图表：2005年台湾每家店的平均人数
- 45图表：1995-2005年台湾现代零售业的发展趋势
- 45图表：1995-2005年台湾大卖场的发展
- 46图表：1995-2005年台湾超级市场的发展
- 46图表：1995-2005年台湾便利商店的发展
- 47图表：1995-2005年台湾百货公司的发展
- 47图表：1995-2005年台湾现代零售中四大分类的占比
- 48图表：2000-2005年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较
- 62图表：2005年我国零售业增长情况
- 62图表：2003-2005年社会消费品零售总额月度数据变化情况
- 63图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据变化情况
- 63图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据占比情况
- 64图表：2002-2005年全国居民消费价格总指数和全国商品零售价格总指数变化情况
- 64图表：2001-2005年批发及零售业企业家信心指数
- 65图表：2003-2005年消费者预期指数和信心指数
- 65图表：2005年零售行业利润情况
- 66图表：1997-2003年城市化进程情况
- 67图表：2005年零售行业指数相对上证指数走势情况
- 68图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业资产及负债
- 69图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业主要财务指标
- 70图表：限额以上零售企业主要财务指标
- 72图表：2005年限额以上零售企业单位数与亏损企业单位数
- 73图表：2005年限额以上零售企业流动资产合计
- 74图表：2005年限额以上零售企业固定资产合计
- 75图表：2005年限额以上零售企业资产合计
- 77图表：2005年限额以上零售企业负债合计
- 78图表：2005年限额以上零售企业营业收入合计

- 79图表：2005年限额以上零售企业主营业务与其他业务利润合计
- 80图表：2005年限额以上零售企业费用合计
- 82图表：2005年限额以上零售企业营业利润与利润总额
- 83图表：2005年限额以上零售企业全部从业人员年平均人数
- 84图表：按业态分限额以上连锁零售企业门店数
- 86图表：按业态分限额以上连锁零售企业营业面积
- 86图表：按业态分限额以上连锁零售企业从业人员
- 86图表：按业态分限额以上连锁零售企业商品购进总额
- 87图表：按业态分限额以上连锁零售企业统一配送商品购进额
- 87图表：按业态分限额以上连锁零售企业自有配送中心配送商品购进额
- 88图表：按业态分限额以上连锁零售企业非自有配送中心配送商品购进
- 88图表：按业态分限额以上连锁零售企业商品销售额
- 88图表：按业态分限额以上连锁零售企业零售额
- 89图表：2006年1-9月千家核心企业主要零售业态增长情况
- 91图表：2006年1-9月重点流通企业分行业销售增长情况
- 92图表：2006年1-9月重点流通企业生产资料销售增长情况
- 92图表：近年我国城乡消费品市场增长差距逐步缩小
- 93图表：2006年1-9月上漲幅度最大和最小的5个生活必需品品种
- 94图表：2006年9月漲幅最大的10种生产资料品种
- 94图表：2006年1-9月千家核心企业主要商品增长速度
- 95图表：2005年中国百家快速消费品连锁零售企业基本情况
- 98图表：2005年中国主要便利店企业基本情况
- 101图表：2005年主要家电连锁企业基本情况
- 102图表：2005年主要药店连锁企业基本情况
- 102图表：2005年部分省、自治区连锁经营发展情况
- 103图表：2005年部分城市连锁经营发展情况
- 103图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况
- 103图表：连锁百强企业销售额占社会消费总额比例
- 106图表：连锁百强企业平均规模
- 107图表：连锁百强企业销售总额的增幅
- 107图表：连锁百强企业同比销售和店铺增幅
- 107图表：2006年3月份零售业态热销排行
- 113图表：2006年4月份零售业态热销排行
- 113图表：2006年5月份零售业态热销排行
- 114图表：2006年6月份零售业态热销排行
- 114图表：2006年7月份零售业态热销排行
- 115图表：2006年8月份零售业态热销排行
- 115图表：2006年9月份零售业态热销排行
- 116图表：2006年10月份零售业态热销排行
- 116图表：2006年11月份零售业态热销排行
- 117图表：2006年1-11月重点零售企业销售额同比涨跌幅走势
- 117图表：2006年1-11月重点百货店零售额同比涨跌幅走势

- 118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
- 118图表：2006年1-11月重点超级市场零售额同比涨跌幅走势
- 119图表：2006年1-11月重点专业店零售额同比涨跌幅走势
- 119图表：2006年1-11月重点专卖店零售额同比涨跌幅走势
- 120图表：2006年1-11月重点便利店零售额同比涨跌幅走势
- 120图表：2006年1-11月重点仓储商场零售额同比涨跌幅走势
- 121图表：2005年人口主要构成情况 125图表：2000-2005年城镇居民家庭人均可支配收入
- 125图表：“十五”时期城乡居民生活改善情况 126图表：人民币储蓄存款余额增速
- 127图表：1994-2004年全国城镇居民消费支出构成素
- 127图表：城市与农村居民消费价格涨幅情况 130图表：我国CPI、食品及非食品价格涨幅
- 131图表：社会消费品零售额的累计名义增速 131图表：2005-2006年社会消费品零售总额
- 131图表：2006年1月社会消费品零售总额 132图表：2006年2月社会消费品零售总额
- 132图表：2006年3月社会消费品零售总额 132图表：2006年4月社会消费品零售总额
- 133图表：2006年5月社会消费品零售总额 133图表：2006年6月社会消费品零售总额
- 134图表：2006年7月社会消费品零售总额 134图表：2006年8月社会消费品零售总额
- 134图表：2006年9月社会消费品零售总额 135图表：2006年10月社会消费品零售总额
- 135图表：2006年11月社会消费品零售总额
- 136图表：台湾地区主要零售业态历年营业额增长率
- 149图表：台湾地区连锁便利店市场占有率 149图表：台湾地区7-ELEVEN市场占有率
- 149图表：台湾地区7-ELEVEN历年利润率 149图表：台湾地区7-ELEVEN网上购物方式
- 152图表：家庭对超市、卖场不满的几个问题比较 153图表：上海便利店发展情况
- 154图表：限额以上零售企业便利店经营情况 154图表：被访者光临便利店的频率
- 155图表：被访者光临便利店的原因 156图表：被访者光临便利店购买的物品
- 157图表：部分国家和地区MALL消费额占总消费额
- 164图表：2001-2005年全国200家大中型百货零售企业盈利状况统计
- 173图表：2005年上海百货店（单体）增长率排序
- 174图表：2001-2005年全国200家大中型百货零售企业运营效率状况统计
- 174图表：2001-2005年全国200家大中型百货零售企业人均劳效统计
- 175图表：2004年世界著名百货企业人均获利情况统计
- 175图表：2001-2005年全国200家大中型百货零售企业获利能力统计
- 176图表：2005年我国社会消费品零售地区分布情况
- 195图表：国内不同区域零售企业市场占有率
- 195图表：2005年长三角地区分城市人均消费性支出占人均可支配收入比重
- 197图表：北京主要便利店经营状况 204图表：2006年北京商场超市行业消费者年龄分布
- 208图表：2006年北京商场超市行业消费者性别分布

- 208图表：2006年北京商场超市行业消费者所在工作单位类型
- 209图表：2006年北京商场超市行业消费者婚姻状况
- 209图表：2006年北京商场超市行业消费者教育程度
- 209图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭平均月收入
- 210图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭人口结构
- 210图表：2006年北京商场超市行业消费者住址所在区域
- 210图表：被访者最满意的商场/超市/便利店满意分值表
- 211图表：被访者最满意的商场/超市/便利店信度分析表
- 211图表：被访者第一常去的商场/超市/便利店汇总表
- 212图表：被访者第二常去的商场/超市/便利店汇总表
- 212图表：被访者第三常去的商场/超市/便利店汇总表
- 213图表：被访者常去的商场/超市/便利店汇总表
- 213图表：商场/超市行业顾客满意度结构变量比较表
- 214图表：超市顾客满意度结构变量比较表 214图表：商场顾客满意度结构变量比较表
- 215图表：被调查者“第一常去”超市提及率前九名超市满意指数表
- 215图表：被调查者“第一常去”商场提及率前三名商场满意指数表
- 216图表：商场/超市满意度观测变量均值比较分析表
- 216图表：商场/超市满意度观测变量信度分析表 217图表：影响顾客选择超市购物的因素
- 218图表：历届奥运特许经营情况与北京奥运特许经营预测
- 223图表：2005年上海大卖场销售额比例 223图表：1998-2004年上海零售业租金走势
- 235图表：2006年第一季度广州区、县级市社会消费品零售总额
- 241图表：2006年第二季度广州区、县级市社会消费品零售总额
- 242图表：2006年第三季度广州区、县级市社会消费品零售总额
- 242图表：分行业广东零售业法人单位基本情况
- 248图表：分地区批发零售业法人单位基本情况
- 249图表：分地区批发零售业个体经营户情况
- 249图表：主要省、市批发零售业法人单位情况
- 250图表：主要省、市批发零售业个体户情况
- 250图表：分登记注册类型批发零售业法人单位基本情况
- 251图表：批发零售业法人单位主要商品类别销售情况
- 253图表：批发零售业法人单位经济效益主要指标表
- 255图表：1990-2005年我国零售业市场集中度的变化情况
- 285图表：中国若干大城市零售业市场集中度 285图表：有效集中度区间
- 287图表：市场集中度与交易成本的关系 287图表：2005年外资零售企业在华开店情况
- 297图表：百联主要股东 308图表：2006年百联获利能力分析

- 308图表：2006年百联经营能力分析
309图表：2006年百联资本结构分析
309图表：2006年百联现金流量分析
310图表：大商股份主要股东
312图表：2006年大商股份经营能力分析
313图表：2006年大商股份资本结构分析
313图表：2006年大商股份现金流量分析
314图表：王府井主要股东
316图表：2006年王府井经营能力分析
316图表：2006年王府井资本结构分析
317图表：2006年王府井现金流量分析
317图表：中美家电连锁零售行业阶段比较图
322图表：BBY收入超过CC或稳定地位都是行业负增长的大环境下
323图表：中国专业家电连锁渠道销售额占家电销售总额的比例
324图表：2001-2005前三名家电连锁商（集团）门店、销售数据
325图表：家电连锁行业发展阶段
327图表：国美、苏宁综合毛利率
328图表：苏宁电器的费用率变化
329图表：国美电器未合并永乐的基本财务状况
330图表：国美永乐合并后财务状况一览
333图表：2001-2005年苏宁综合毛利率、费用率、净利润率一览表
333图表：2006年苏宁电器获利能力分析
334图表：2006年苏宁电器偿债能力分析
334图表：2006年苏宁电器发展能力分析
335图表：2006年苏宁电器利润分配表
337图表：广东家电市场容量及苏宁市场份额
337图表：广东地区（含深圳）主营业务收入（千万元）、门店变化
338图表：华南地区主营业务收入、主营业务利润及占比变化
339图表：天河城附近苏宁、国美、永乐门店比较
340图表：1997-2005年苏果网点发展趋势表
343图表：1997-2005年销售额增长图
343图表：华联综超主要股东
347图表：2006年华联综超经营能力分析
347图表：2006年华联综超资本结构分析
348图表：2006年华联综超现金流量分析
- 309图表：2006年百联偿债能力分析
309图表：2006年百联发展能力分析
310图表：2006年百联利润分配表
311图表：2006年大商股份获利能力分析
312图表：2006年大商股份偿债能力分析
313图表：2006年大商股份发展能力分析
313图表：2006年大商股份利润分配表
315图表：2006年王府井获利能力分析
316图表：2006年王府井偿债能力分析
316图表：2006年王府井发展能力分析
317图表：2006年王府井利润分配表
326图表：国美、苏宁收入增长率
328图表：国美电器的费用率变化
329图表：国美、苏宁净利润率
330图表：中国永乐的财务状况
330图表：苏宁电器主要股东
333图表：2006年苏宁电器经营能力分析
334图表：2006年苏宁电器资本结构分析
334图表：2006年苏宁电器现金流量分析
335图表：广东可扩张城市数量
342图表：1997-2005年门店增长图
343图表：1997-2005年苏果销售增长表
346图表：2006年华联综超获利能力分析
347图表：2006年华联综超偿债能力分析
347图表：2006年发展能力分析
348图表：2006年华联综超利润分配表

- 348图表：2005年世界500强前100名中零售企业排名
- 349图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况 350图表：沃尔玛营业额的历史变化
- 360图表：家乐福在2005年在大陆地区的新开门店分布及开业时间明细
- 364图表：家乐福目前在华内地所有门店的分布明细（1）
- 364图表：家乐福目前在华内地所有门店的分布明细（2）
- 365图表：家乐福目前在华内地所有门店的分布明细（3）
- 366图表：2005年亿元以上商品交易市场基本情况
- 385图表：2004-2006年社会消费品零售总额增速
- 387图表：2006年1月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 388图表：2006年2月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 390图表：2006年3月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 390图表：2006年4月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 391图表：2006年5月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 392图表：2006年6月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 393图表：2006年7月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 394图表：2006年8月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 395图表：2006年9月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 396图表：2006年10月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 397图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况
- 398图表：2002-2006年前三季度农民现金收入情况
- 399图表：2006年1月商品零售价格分类指数 408图表：2006年2月商品零售价格分类指数
- 408图表：2006年3月商品零售价格分类指数 409图表：2006年4月商品零售价格分类指数
- 409图表：2006年5月商品零售价格分类指数 410图表：2006年6月商品零售价格分类指数
- 410图表：2006年7月商品零售价格分类指数 411图表：2006年8月商品零售价格分类指数
- 411图表：2006年9月商品零售价格分类指数 412图表：2006年10月商品零售价格分类指数
- 412图表：2006年11月商品零售价格分类指数 413图表：2006年全国居民消费价格指数
- 413图表：北京商铺市场供求走势图 439图表：北京主要商圈平均租金水平
- 440图表：北京商铺市场供应量与需求量预测 442图表：上海各区域商铺分布情况
- 443图表：上海商铺市场区域价格特点 443图表：上海商铺市场部分新盘
- 444图表：欧美国家自有品牌商品占超市年销售额的比重
- 450图表：中国社会消费品零售总额保持略高于GDP的平稳上升趋势
- 484图表：城市居民人均可支配收入和支出变动趋势 484图表：越高收入者，收入增长越快
- 485图表：我国人口结构 485图表：2003年以来消费者信心指数的“W”走势
- 486图表：城镇居民平均每人全年消费支出构成
- 487图表：零售各类业态的市场容量及集中度

- 487图表：百货店仍是品牌服装、珠宝首饰、化妆品的主要销售渠道
- 488图表：百货店数量及增加速度 488图表：百货店销售额及增长速度
- 489图表：前5大百货零售商销售额及增长速度 489图表：中国百货业前5大零售商市场份额
- 490图表：美国百货业前5大零售商市场份额
- 490图表：2005年各类供应商/零售商毛利率对比 491图表：零售市场复合增长率
- 492图表：消费者在食品、日用品购物时所考虑因素的重要性排序
- 492图表：我国前5大大型综合超市零售商的销售额增长速度
- 493图表：中国超市业前5大零售商市场份额 493图表：美国超市业前5大零售商市场份额
- 493图表：城市饱和度测算（单店客户拥有量） 494图表：我国家电消费的增长速度
- 494图表：我国家电专卖店的销售额及增长速度
- 495图表：美国家电专卖店的销售额及增长速度 495图表：中国前5大家电零售商市场份额
- 495图表：美国连锁家电前5大家电零售商市场份额
- 496图表：销售及门店数量增长速度对比 496图表：我国服装消费增长趋势
- 497图表：各类别服装在品牌服装消费中的占比 497图表：近年李宁的销售和净利润
- 497图表：近年李宁的净利润加速增长趋势 498图表：发展空间大、竞争格局平稳的业态
- 498图表：2005年底主要家电零售商市场控制力度对比
- 498图表：主要家电零售商现金存量和获取现金流能力对比
- 499图表：2000-2010年中国零售业总额统计及预测
- 499图表：部分新兴市场经济及零售商业发展比较列表 517

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2881928819.html>