

2016-2022年中国连锁经营市场竞争调研与十三五 盈利空间预测报告

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《2016-2022年中国连锁经营市场竞争调研与十三五盈利空间预测报告》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/liansou/240343240343.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2012年2月1日，修订后的《商业特许经营备案管理办法》（简称《办法》）正式实施，由此商业特许经营将实行全国联网备案，整治力度也将大大加强。随着加盟门槛的提高，总部在与加盟商合作的过程中，加强备案也成为企业走向成熟和更具公信力的标志。

特许经营涉及到零售、餐饮，服务等几十个行业，虽然业态表现不同，但是共性的困难和挑战是成本。在2012年，连锁店经营成本将持续攀升，房租、人工增加对企业的盈利能力将成为更严峻的挑战。裴亮提醒特许经营企业，此时，特许经营企业要做好防守，从消化成本，提高店铺盈利能力方面，都需要加强。

从行业发展前景来看，最值得期待的是儿童消费市场。根据中国连锁经营协会行业景气调查，儿童市场的蛋糕会很大，也有刚性需求支撑，因为即使消费需求有限，孩子的教育和消费也是会被消费者优先考虑的。而实际上，经过几年的发展，这一市场的竞争也日趋激烈；汽车服务业同样也是占特许经营领域的很大一块蛋糕，但是一直还未启动，目前外资品牌发展动力更强。这一市场未来也将充满机会，尤其在汽车保有量较高的北京、上海、广州等城市。而在北京，由于汽车摇号限购政策，4S店转型的力度将会很大，将从以销售为主，服务为补转型，增加更多的专门性服务网点，汽车快修、保养和洗车装饰等服务市场机会值得期待。

在一些行业充满机会的当下，也有一些行业面临转型。快餐业的生产方式将更适应当下环境变化，由于人工成本上升，餐饮业的经营方式向减少用工量，产品集中化生产，降低产品复杂性和依赖度转变。裴亮分析，其特征表现为，一些连锁店也开始从街边店向购物中心转移，如眉州东坡酒楼，借眉州小吃走进购物中心，其服务和生产更为简化，迎合了购物中心的消费方式。

便利店业态的发展也开始走向成熟，在加盟店的扩张成本更低等因素的刺激下，7-11在进入中国7年后，宣布放开加盟。在中国的东部及沿海地区之外，西部市场的便利店发展将会加快；同样值得期待的是专业零售店，它们以百圆裤业、都市丽人、啊呀呀等品牌为代表，由于这类业态对管理的依赖度较低，渗透力更强，更为适合在市场空间广阔的二三线城市发展特许经营。

中国报告网发布的《2016-2022年中国连锁经营市场竞争调研与十三五盈利空间预测报告》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、市场前景、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。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

【报告大纲】

第一部分 连锁经营行业发展分析

第一章 连锁经营概述

第一节 连锁经营的定义和特征

一、连锁经营的定义

二、连锁经营的形式

三、连锁经营的特点

四、连锁经营的优势

第二节 连锁经营业态的资本与管理

一、资本扩张与多方多赢

二、连锁经营中的各种关系

三、连锁经营的四点管理方向

第三节 连锁经营的六个条件分析

一、经营管理可以工程化。

二、核心禀赋

三、人力资源的开发与储备

四、价值链瓶颈下移

五、销售渠道的成熟度

六、关系资源

第二章 世界部分国家或地区的连锁经营业的概况

第一节 美国连锁经营业

一、连锁经营的美式分类

二、美国发展连锁经营的途径

三、美国连锁业的管理政策

四、美国特许经营的成功经验借鉴

第二节 英国连锁经营业

一、英国主要的连锁企业介绍

二、英国百货连锁零售商Argos的经营策略

三、英国著名连锁店伍尔沃斯申请破产

四、英国连锁巨头乐购(Tesco)拟在中国大举扩张

第三节 日本的连锁经营业

- 一、连锁经营的日式分类
- 二、日本企业连锁经营的发展特点
- 三、日本连锁便利店经营成功的因素分析
- 四、日本连锁超市管理创新探析
- 第四节 台湾的连锁经营业
 - 一、台湾连锁商业的发展阶段分析
 - 二、台湾连锁商业的加盟类型
 - 三、台湾连锁商业发展面临的问题
 - 四、台湾连锁加盟业积极布局中国大陆市场
 - 五、台湾连锁企业竞相扩张大陆网点
 - 六、大陆消费升级“利好”台湾连锁业
- 第三章 中国连锁经营业分析
 - 第一节 连锁经营在我国的发展
 - 一、中国连锁业在变革中强势发展
 - 二、我国连锁经营进入新一轮调整期
 - 三、中国与主要发达国家的连锁经营特点比较
 - 第二节 我国连锁经营市场现状分析
 - 一、2015连锁行业十大新闻盘点
 - 二、2015中国连锁经营发展状况
 - 三、国内连锁业首个中小企业担保融资平台启动
 - 四、电子商务促进连锁经营市场发展
 - 五、连锁经营企业涌动上市高潮
 - 六、2016年中国连锁企业发展分析
 - 第三节 我国农村连锁经营的发展
 - 一、商业连锁开始向农村市场延展
 - 二、我国农村零售商业的特征
 - 三、我国农村零售商业的战略选择
 - 四、我国农村零售商业发展连锁经营的策略
 - 第四节 发展连锁经营中的相关专题分析
 - 一、连锁经营中的供应链管理解析
 - 二、商业连锁战略执行监控体系的构建
 - 三、连锁商业企业的财务管理浅析
 - 四、连锁企业的选址思维转变分析
 - 第五节 我国连锁经营的问题分析
 - 一、连锁企业标准化管理危机分析

二、我国连锁经营企业的存在营销缺陷

三、企业信息化落后制约连锁企业发展

四、我国连锁业人才缺口继续扩大

五、制约中国连锁企业发展的三大核心问题

第六节 促进我国连锁经营发展的对策

一、加盟连锁企业规划可持续发展之路

二、中国连锁经营行业应对措施

三、连锁企业的运营策略研析

四、我国商业连锁经营企业健康发展的对策研究

第二部分 连锁经营细分行业分析

第四章 物流与连锁经营结合分析

第一节 国内物流业现状

一、改革开放30年中国物流业的显著成绩

二、企业物流运作的五大功能分析

三、2015年物流业发展分析

四、2015年物流业的8个明显成效

五、2016中国物流业期待谨慎转身

六、物流技术和装备的发展趋势

第二节 第三方物流分析

一、第三方物流企业经营战略类型分析

二、第三方物流深入采购与生产运作的方法

三、中国航空快递企业第三方物流运作模式

四、第三方物流连锁零售缺货的原因与对策

五、第三方物流企业在电子商务中的发展前景

第三节 中国连锁经营企业的物流分析

一、连锁企业物流运作系统组成

二、连锁企业物流作业的目标

三、关于物流配送与连锁经营的问题探析

四、连锁物流配送中心建设及服务创新建议

五、连锁零售物流配送的特点与发展趋势

第四节 部分连锁经营行业的物流分析

一、连锁超市物流运作的四类模式

二、医药零售连锁企业的逆向物流及特点分析

三、我国服装连锁经营的物流管理分析

第五章 零售业的连锁经营

第一节 我国零售业概述

- 一、零售业态分类和基本特点
- 二、中国零售市场业态格局与规模格局
- 三、2015年中国大型零售企业发展状况分析
- 四、2015年中国零售业发展状况
- 五、2016年我国网络零售业发展现状
- 六、外资零售企业国内发展情况
- 七、2016年中国零售业形势和政策
- 八、零售业发展的新趋势

第二节 零售业连锁百强发展情况

- 一、2016年度中国连锁百强排行名单
- 二、2016年中国连锁百强特点分析
- 三、2016年度中国连锁百强排行名单
- 四、2016年中国连锁百强特点分析

第三节 连锁超市

- 一、我国连锁超市市场绩效分析
- 二、2016年超市业态发展态势
- 三、超市消费者购买行为分析
- 四、外资超市在华扩张策略
- 五、中国超市业将进入“战国时代”
- 六、2016年超市业投资策略分析

第四节 连锁便利店

- 一、便利店的特征分析
- 二、便利店的创新与延伸
- 三、我国便利店的特点和问题
- 四、便利店的经营策略
- 五、便利店应对金融危机的策略
- 六、7-11便利店市场策略分析

第五节 连锁百货店

- 一、现代百货业的优势和竞争对策
- 二、中国百货业面临新挑战
- 三、中国百货业将向二三线城市拓展
- 四、2015年中国百货业发展分析
- 五、2015百货业上市公司业绩分析
- 六、2016年中国百货业再现上市潮

第六章 家电业的连锁经营

第一节 家电连锁经营相关概述

- 一、家电连锁经营的定义
- 二、家电连锁经营的特性
- 三、家电专营连锁企业的竞争优势分析

第二节 中国家电连锁业发展分析

- 一、从消融到共生 家电连锁迈进新十年
- 二、家电连锁步入“后规模化”时代 潜藏危机凸显
- 三、家电连锁渠道难成三国之势
- 四、2015年中国家电连锁首次涉足海外市场
- 五、家电连锁正步入转型期：苏宁卖乐器国美卖球鞋
- 六、中国家电连锁行业展望

第三节 我国家电连锁竞争概况

- 一、2016年家电连锁两巨头市场竞争格局
- 二、家电连锁“下乡”形成新竞争格局
- 三、家电连锁受到前所未有挑战 战略转型初现端倪
- 四、我国家电连锁业深度竞争将来临
- 五、海外家电连锁进军中国 难撼家电零售格局

第四节 家电连锁销售渠道的开拓分析

- 一、家电零售渠道的特点
- 二、家电连锁在二三线渠道的开发策略分析
- 三、家电连锁三四级渠道的拓展
- 四、家电产品零售渠道的发展趋势预测

第五节 中国家电连锁销售业面临的问题及对策

- 一、家电连锁促销形象待改善 以旧换新或促其变革
- 二、家电连锁渠道下沉不应浅尝辄止
- 三、店面成本困扰家电连锁商
- 四、大型家电连锁进农村面临新问题
- 五、家电市场企业资源浪费成为制约家电连锁业发展的瓶颈
- 六、家电连锁企业“家电下乡”的发展建议

第七章 餐饮业的连锁经营

第一节 中国连锁餐饮业发展概况

- 一、我国餐饮连锁经营进入高速增长期
- 二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式
- 三、中国餐饮业连锁经营的法律规范情况

四、连锁餐饮企业争入机场欲打破机场餐饮高价局面

五、国内外餐饮连锁发展比较分析

第二节 中国连锁餐饮百强分析

一、2016年中国餐饮百强经营情况

二、2016年餐饮业百强发展分析

三、2016年餐饮业发展趋势

第三节 餐饮连锁市场品牌及营销策略

一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择

二、打造连锁餐饮店品牌发展对策

三、连锁餐饮产品营销策略

四、餐饮连锁企业的“统一性”战略

五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第四节 餐饮连锁行业面临的问题

一、餐饮连锁业面临的六大困惑

二、餐饮连锁品牌延伸还存在人才瓶颈

三、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境

四、零售餐饮连锁业的差距依然较大

第五节 餐饮连锁业发展策略

一、中国餐饮连锁业发展战略

二、餐饮连锁经营的关键准备工作

三、中国餐饮连锁业发展对策

四、中式餐饮连锁经营发展的战略建议

五、中式快餐连锁的经营策略

第八章 医药的连锁经营

第一节 连锁药店供应链管理

一、开发自有品牌产品

二、联盟采购发挥规模优势

三、整合物流资源提高配送效率

四、提高信息化水平确立管理优势

第二节 连锁药店的市場定位分析

一、我国连锁药店经营定位指导

二、经营定位紊乱的三个方面

三、连锁药店经营定位的三个思维误区

第三节 美日连锁药店经营分析

一、美国连锁药店发展状况分析

二、美国连锁药店的四大特点

三、日本现代连锁药店发展情况分析

四、浅析日本连锁药店行业的成功经营模式

第四节 中国连锁药店业发展状况

一、中国医药连锁发展迅速

二、国内医药连锁店快速发展的原因

三、2015年连锁药店业盘点

四、2016年中国连锁药店排行榜及解析

五、2016年度中国连锁药店排行榜解析

六、新医改对连锁药店业的影响分析

七、中国保健食品消费欲超美国 连锁药店将成主营平台

第五节 我国医药连锁经营的竞争分析

一、平价药房与传统连锁药店的竞争分析

二、完善医药连锁企业的核心竞争力

三、医药连锁企业竞争需信息化

四、打造医药连锁企业竞争优势的策略

五、连锁药店应对价格竞争的策略

第六节 医药连锁经营中的问题及建议

一、我国医药连锁企业发展中的问题分析

二、中国医药连锁中的三大瓶颈

三、连锁药店直面不确定的宏观环境 探行可确定之事

四、国内医药连锁业发展的途径

五、药品零售连锁企业的市场营销战略

第九章 其它行业的连锁经营分析

第一节 农资的连锁经营

一、中国农资连锁经营之道

二、农资连锁经营步入品牌时代

三、供销社连锁经营在农村流通中占主导地位

四、中国农村农资连锁经营中出现的问题及对策

五、2016年农资经营企业大退小进

六、农资连锁企业的发展战略研究

第二节 图书连锁经营分析

一、从世界图书连锁巨头的失利看图书连锁业的变革

二、新华书店连锁经营战略实施探析

三、邮政图书连锁的市场定位分析

四、出版物全国连锁经营企业发展势头良好

五、图书连锁经营面临的难点

第三节 网吧连锁经营

一、国家政策鼓励发展连锁网吧

二、连锁网吧：前途光明 道路曲折

三、网吧连锁经营全国学辽宁

四、网吧连锁经营尚待有效监管

五、政策引导网吧连锁经营 税收政策成募资瓶颈

六、网吧连锁经营将有效解决未成年进入的问题

第四节 美容化妆品连锁经营

一、美容连锁相关介绍

二、美容化妆品业连锁经营的问题与对策

三、美容连锁企业的品牌文化和管理战略

四、美容业连锁经营的九个营销策略

五、美容业连锁经营须具备的条件

第五节 家具建材连锁经营分析

一、本土建材家居连锁业发展历程及现状解析

二、家具连锁经营的领头军：金海马

三、家具连锁业发展的问题及策略

第六节 服装连锁经营

一、服装连锁经营的优势分析

二、服装连锁中的直营VS加盟

三、服装连锁经营发展面临的问题及对策

第三部分 连锁经营部分地区及业态分析

第十章 中国部分地区连锁经营的发展

第一节 北京市的连锁经营分析

一、北京市连锁经营的发展回顾

二、北京发展连锁经营的优势分析

三、北京市商业连锁经营发展目标

四、2016年北京市将开展农资连锁经营建设试点

第二节 上海市连锁经营分析

一、上海连锁经营的发展状况

二、走“农村包围城市”发展道路 沪上连锁业大举进乡镇

三、2015年上海连锁经营行业20年来销售首现负增长

四、上海连锁商业发展面临的困境

五、上海市连锁经营发展的对策

六、上海市连锁经营的未来发展趋向

第三节 广东省连锁经营分析

一、广州商贸连锁经营已初具规模

二、广东商业连锁经营发展特点分析

三、广东商业连锁经营中的港澳因素

四、广东连锁业冰火两重天：上市与关店并存

五、广东兽药连锁经营分析

第四节 深圳市连锁经营分析

一、深圳发展连锁经营的概况及方式

二、深圳连锁经营销售额所占社会消费品总额比重大

三、深圳连锁便利店商机大

四、深圳连锁药店闯入转型区

五、2015年深圳放宽网吧连锁经营条件缓解外来工上网难

第十一章 特许经营的业态分析

第一节 特许经营概述

一、特许经营的定义及种类

二、特许经营七大体系详解

三、特许经营的优缺点分析

四、特许经营与连锁经营的异同

第二节 中国特许经营发展概况

一、中国特许经营发展现状

二、中国商业特许经营模式迎来发展新时期

三、中国特许经营业开始国际化扩张征途

四、2016年中国特许经营发展分析

五、2016年中国特许经营连锁120强分析

六、2015-2016年中国优秀特许加盟品牌分析

七、中国特许加盟市场持续增长 特许展会规模创高

第三节 特许经营在各行业中的运用

一、婴幼儿用品的特许连锁经营

二、酒店特许经营分析

三、中国特许经营教育连锁企业发展现状

第四节 我国特许连锁经营的问题及发展策略

一、中国特许经营与国外的差距分析

二、国内特许经营发展中存在的问题

- 三、中国特许经营市场存在的问题
- 四、发展中国特许经营的挑战
- 五、中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”
- 六、中国特许经营发展的建议
- 七、中国特许经营的竞争策略
- 八、中国特许经营发展的双赢策略
- 九、特许经营在国内公用事业的问题及解决途径

第五节 特许经营业未来发展展望

- 一、2016年我国特许经营发展预测
- 二、我国特许经营发展趋势展望
- 三、特许经营未来生长点剖析
- 四、2016年中国特许经营市场特征
- 五、2016中国特许加盟行业投资景气分析

第四部分 连锁经营企业经营状况分析

第十二章 中国连锁经营行业代表性公司经营状况分析

第一节 沃尔玛百货有限公司 (WAL-MART STORES, INC.)

- 一、公司简介
- 二、2015-2016财年沃尔玛经营状况
- 三、2016年沃尔玛将启动全球采购新模式

第二节 中国海王星辰连锁药店有限公司

- 一、公司简介
- 二、2015-2016年公司经营状况分析
- 三、海王星辰连锁药店品牌营销三步曲
- 四、公司发展展望及策略

第三节 北京华联商厦股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2015-2016年公司经营状况分析
- 三、2015-2016年公司财务数据分析
- 四、公司发展展望及策略

第四节 国美电器控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2015年公司经营状况分析
- 三、2016年公司经营状况分析
- 四、公司发展展望及策略

第五部分 连锁经营投资与前景预测

第十三章 2016-2022年连锁经营业的投资与前景预测

第一节 投资机会分析

- 一、农村超市连锁经营前途无量
- 二、饰品连锁店极具市场潜力
- 三、美容连锁经营是未来必然趋势
- 四、国际风险投资瞄准餐饮连锁业

第二节 连锁经营投资风险及对策

- 一、我国连锁经营存在的风险
- 二、连锁经营风险的控制
- 三、金融危机形势下连锁经营企业的应对策略
- 四、成功投资连锁经营的战略措施
- 四、特许连锁经营的选择建议

第三节 连锁经营的发展前景预测

- 一、连锁经营或成全球华人经济发展方向
- 二、我国连锁经营发展的主要趋势分析
- 三、国内连锁经营的发展走向预测
- 四、2016年中国连锁业发展预测

第四节 中国部分行业连锁经营的发展展望

- 一、国内零售业连锁的发展趋势
- 二、中国家电零售连锁经营的发展展望
- 三、中国医药连锁经营的发展趋势
- 四、化妆品行业的连锁经营趋势分析

图表目录

图表：连锁战略框架与目标

图表：连锁组织成熟度评估系列标准

图表：连锁经营中战略执行关系

图表：有店铺零售业态分类和基本特点

图表：有店铺零售业态分类和基本特点

图表：无店铺零售业态分类和基本特点

图表：零售竞争四步骤

图表：2015-2016年中国网络购物市场交易规模

图表：2016年中国网络购物交易额市场份额

图表：2015年度中国连锁百强排行名单

图表：2015年度中国连锁百强排行名单

图表：2006、2015年30家大型超市平效和人效对比情况表

- 图表：2006、2015年30家大型超市销售增长和店铺总数增长情况
- 图表：2015年大型超市内外资门店数、总销售饿、单店销售额比较
- 图表：2006、2015年40家超市门店的平效和人效对比情况表
- 图表：2006、2015年11家百货店的平均销售额和营业面积比较
- 图表：2006、2015年11家百货门店的平效和人效对比情况表
- 图表：2006、2015年15家店的便利店平均销售额和营业面积比较
- 图表：2006、2015年15家便利店的平效及人效及单品销售额比较
- 图表：家电行业“产品+服务”PK“服务+产品”对阵比较
- 图表：2015年餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重
- 图表：2015年餐饮业前十名销售额占百强企业销售额比重
- 图表：2015年餐饮百强企业按经营业态划分
- 图表：2015年餐饮百强企业各业态销售额同比增长
- 图表：2015年餐饮百强企业所有制划分
- 图表：2015年餐饮业各企业类型“四项费用”所占比例
- 图表：2015年按业态分中国餐饮百强企业平均利润率
- 图表：2015年餐饮百强企业上榜《中国品牌价值500强》名单
- 图表：2015年餐饮百强前十名与后十名所占比重对比
- 图表：2015年餐饮业月度零售额对比情况
- 图表：2015年各季度餐饮业零售额比重
- 图表：2015年中国餐饮业百强企业榜单
- 图表：2015年度中国连锁药店百强名单
- 图表：2015中国药店单店销售额排行榜
- 图表：2003-2015年百强药店销售数据变化表
- 图表：2015年连锁药店前十名销售情况
- 图表：2015年连锁药店销售量前十名
- 图表：2015年加盟店20强
- 图表：2015年百强药店利润率区间分布占比示意图
- 图表：2015年百强药店利润前十强
- 图表：百强药店日均坪效区间分布占比示意图
- 图表：2015年百强药店坪效十强（按日）
- 图表：百强药店日均人效区间分布占比示意图
- 图表：2015年百强药店人效十强（按日）
- 图表：2014-2015年百强药店平均值对比表
- 图表：连锁药店国有与民营企业对比
- 图表：2015年中国连锁百强家居建材企业

- 图表：2015—2016年初特许企业IPO 情况
- 图表：2015年特许120强企业行业分布
- 图表：2015年特许120强企业经济类型分布
- 图表：2015年特许120强企业总店铺数与营业额增长率
- 图表：2015年特许120强企业分行业平均利润率
- 图表：2015年特许120强企业单店平均销售额
- 图表：2015年特许120强企业开店平均投资额
- 图表：2015年特许120强企业标准店投资回收期
- 图表：2014-2015年特许120强企业培训费用支出情况
- 图表：2014-2015年特许120强企业宣传费用支出情况
- 图表：2015年特许120强企业物流成本构成
- 图表：2015年特许120强企业开展多品牌经营情况
- 图表：2015年特许120强企业海外开店情况
- 图表：2015年特许120强企业加盟商平均合同期限与续约期限情况
- 图表：2015年特许120强企业加盟商合同到期平均续约率
- 图表：2015年特许120强企业加盟发展模式
- 图表：2015年特许120强企业店铺选址要求
- 图表：2015年特许120强企业对加盟商督导周期
- 图表：2015年特许120强企业面临主要问题评分情况
- 图表：2015年特许120强企业面临的主要问题评分分布情况
- 图表：2015中国特许经营连锁120强名单
- 图表：2015年零售、餐饮、服务业参评企业同比增长情况
- 图表：2015年参评超市、便利店与专卖零售店同比增长情况
- 图表：2015年餐饮业中正餐、快餐、火锅参评企业同比增长情况
- 图表：三大行业加盟商对总部各项工作评价情况
- 图表：三大业态加盟商对总部各项工作评价对比
- 图表：信息产业中央与地方政府之间的监管矛盾
- 图表：海王星辰经营业绩对比表
- 图表：2016年北京华联商厦股份有限公司主营构成
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司流动资产表
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司长期负债表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司股东权益表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司主营业务收入表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司主营业务利润表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司营业利润表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司利润总额表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司净利润表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司每股指标表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司获利能力表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司经营能力表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司偿债能力表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司资本结构表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司发展能力表

图表：2015-2016年北京华联商厦股份有限公司现金流量分析表

图表：2005-2015年国美电器近营收变化情况

图表：2005-2015年国美电器运营利润变化情况

图表：2005-2015年国美电器净利润变化情况

图表：2005-2015年国美电器门店数变化情况

图表：2005-2015年国美电器单店利润变化情况

图表：2016年来股价变化

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/240343240343.html>