

2016-2022年中国百货零售行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国百货零售行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/282271.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

2012年是中国零售业积极应对经济环境和市场变化，行业继续保持良好增长势头，销售额进一步提升，从业人数持续增加，营业面积继续扩大，各类渠道差异化、品牌化发展。根据国家统计局相关历史数据及商务系统典型零售企业数据测算，2012年全国零售业经营单位达2354万个，比上年增长6%。其中大中型法人企业2.22万个，较上年增长6.7%；小微型及个体户单位2352.2万个，较上年增长6%。2012年全国零售业实现销售额16.17万亿元，较上年增长14.1%。其中大中型法人企业实现销售额6.66万亿元，比上年增长13.8%；小微型及个体户实现销售额9.51万亿元，较上年增长14.4%。

2015年，社会消费品零售总额110764亿元，同比名义增长12.7%（扣除价格因素实际增长11.4%），增速比一季度加快0.3个百分点，比上年同期回落1.7个百分点。其中，限额以上企业（单位）消费品零售额55251亿元，同比增长10.5%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额95789亿元，同比增长12.5%；乡村消费品零售额14975亿元，增长14.3%。按消费形态分，餐饮收入11795亿元，同比增长8.7%，增速比一季度加快0.2个百分点，比上年同期回落4.5个百分点；商品零售98969亿元，增长13.2%，比一季度加快0.3个百分点，比上年同期回落1.3个百分点。在商品零售中，限额以上企业（单位）商品零售额51508亿元，增长11.7%。

百货零售行业根据经营特点、布局、扩张模式和经营模式可分为以下几类：

作为国民经济中的重要组成部分，百货零售与宏观经济的发展和人民的生活消费密切相关。在经济社会高速发展的支撑下，我国居民人均可支配收入水平显著提升，消费支出能力不断提高，消费结构和消费层次持续改善，从而推动包括百货零售在内的零售服务业不断快速发展。

近年来，我国零售业态日益丰富。零售业各类业态多元化、组合化和融合/化发展步伐加快，在传统百货店加速重组创新的同时，综合性一体化的大型购物中心不断涌现，专业店、专卖店迅猛发展，连锁超市快速扩张，网络销售显示蓬勃生机，便利店、仓储式商场潜力初显，城市中心商业区、商业街和社区商业网点建设协调并进，逐渐形成了传统与现代相结合、线上和线下相补充、各类业态互补共兴的良好发展格局，较好地满足了消费者的多层次、多元化消费需要。

现代化水平也显著提高。随着信息技术、现代计算机技术在商业领域的加快应用，有效提高了商品销售自动化、信息管理标准化、物流储运自动化程度，有力推动了零售业现代化水平的提升。连锁经营的快速发展带动组织化程度提升，使限额以上连锁零售企业销售额占社会消费品零售总额的比例由2008年的17.8%提高到2012年的19%。对外开放水平进一步提高，至2004年底我国入世过渡期结束，我国零售业基本实现全面开放，外商投资企业不受区域、类型和业态的限制。

从长远看，我国“十二五规划”明确提出，要把推动服务业大发展作为我国产业结构优化升级的战略重点。近两年国家出台的促进流通产业发展相关政策正在发挥出积极效应。我们相信，我国零售业一定会加快拓展新领域，发展新业态，培育新热点，开启信息化、品牌化、网络化发展的新征程，在改善民生、扩大消费以及引导生产发展、促进经济增长、扩大社会就业中发挥出更加积极的作用，做出新的贡献。

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。

报告目录：

第一部分 百货零售行业发展分析

第一章 我国零售业发展现状分析 1

第一节 2015年零售业发展情况分析 1

一、总体规模 1

2014年社会消费品零售总额262394亿元，比上年增长12.0%，扣除价格因素，实际增长10.9%。按经营地统计，城镇消费品零售额226368亿元，增长11.8%；乡村消费品零售额36027亿元，增长12.9%。按消费类型统计，商品零售额234534亿元，增长12.2%；餐饮收入额27860亿元，增长9.7%。近年来我国零售业商品销售额保持较快的增长速度。

2008-2014年我国零售业商品销售额

受益于国家经济持续增长以及“促内需 葱 亏汗謎 昨 消费成为经济增长的主要推动力量逐步凸显。近年来我国社会消费品零售总额保持着高速增长 增长的态势，2014年我国社会消费品零售总额达到 262,394 亿元，是 2007 年的 2.80 倍，年复合增长率高达15.87%。

2007-2015年我国社会消费品零售总额及增速

在需求持续旺盛的背景下，我国百货零售行业规模增长迅速，2014 年行业销售总额达到 3,806.1 亿元，是 2007 年的 2.34 倍，年复合增长率达到 12.92%。

2007-2014 年我国百货零售年销售总额及增速

二、效益与效率 4

三、行业贡献 5

四、各类业态发展情况 6

第二节 2015年零售业发展特点及主要问题 9

一、行业发展主要特点 9

二、各业态发展特点 12

三、存在的主要问题 14

第三节 2012-2015年我国社会消费零售总额与消费价格分析 15

一、2015年社会消费零售总额数据分析 15

二、2015年居民消费价格 16

三、2015年社会消费零售总额数据分析 17

四、2015年居民消费价格 18

第二章 2015年我国零售业发展分析 20

第一节 2015年中国零售业发展态势分析 20

一、2015年零售业转型加快 20

二、2015年零售业需重构经营模式 21

三、2015年零售企业关闭门店情况分析 21

四、2015年零售业从单一到多重角色 24

五、2015年零售业面临业态渠道大考 26

六、2015年成本重压拖缓零售业发展步伐 27

第二节 2015年我国零售业发展预测 29

一、2015年我国零售业的销售增长预测 29

二、2015年零售业迎来大变革时代 30

三、2015年中国零售业演绎转型提速 35

四、2015年科技改变传统零售业 37

第三节 2015年中国零售业不同业态发展分析 39

一、2015年百货业发展态势分析 40

二、2015年超市业发展态势分析 40

三、2015年家电连锁业发展态势分析 41

四、2015年鞋服专卖店发展态势分析 42

第四节 2015年中国零售业不同业态发展展望 43

一、2015年百货业发展态势展望 43

二、2015年超市业发展态势展望 44

三、2015年家电连锁业发展态势展望 45

四、2015年鞋服专卖店发展态势展望 46

第五节 我国农村零售业的现状及发展对策 47

一、农村零售业的新特点 47

- 二、农村零售业存在的主要问题 48
- 三、发展农村零售业的必要性 49
- 四、发展农村零售业的策略 51
- 五、我国零售商业农村市场的开拓 52

第三章 2012-2015年零售连锁市场发展 57

第一节 我国传统零售业连锁经营的现状、问题及对策 57

- 一、我国传统零售业连锁经营的发展现状 57
- 二、传统零售业连锁经营与网络零售业的比较 58
- 三、我国传统零售业连锁经营的问题 59
- 四、促进我国传统零售业连锁经营发展的对策 61

第二节 2012-2015年中国连锁百强特点分析 62

- 一、2015年中国连锁百强特点分析 62
- 二、2015年中国连锁百强发展展望 64

第三节 我国零售消费者行为分析 68

- 一、我国零售消费者行为特点分析 68
- 二、针对消费者行为特点的零售营销创新 69
- 三、零售卖场设计与消费心理 70

第四节 我国农村零售业连锁经营的现状及发展对策 73

- 一、连锁经营在我国农村发展现状和现实基础 73
- 二、我国农村发展连锁经营存在的问题 75
- 三、连锁经营在我国农村地区发展存在问题的解决措施 76

第五节 转型升级中我国连锁零售业经营战略研究 78

- 一、我国连锁零售业的产生与发展 78
- 二、转型升级中我国连锁零售业存在的问题 79
- 三、我国连锁零售业转型升级的基本思路 80

第六节 连锁超市服务创新及对策 82

- 一、连锁超市服务质量现状 82
- 二、连锁超市门店服务创新分析 83
- 三、连锁超市服务创新的对策 85

第七节 我国连锁零售商自有品牌经营优势及提升策略 86

- 一、我国零售商自有品牌商品经营优势 86
- 二、我国零售商自有品牌商品发展误区 87
- 三、我国零售商自有品牌商品经营管理水平提升策略 88

第二部分 百货零售细分市场分析

第四章 我国百货零售业发展分析 91

第一节 百货业发展分析 91

一、2015年百货零售业“微增长”已经来临 91

二、2015年老牌百货的沉沦与脱胎 92

三、2015年百货零售业转型的思考 97

四、传统百货未来发展空间 98

第二节 购物中心发展分析 100

一、2009-2015中国购物中心发展报告 100

二、购物中心发展突破点分析 107

三、2015年购物中心发展分析 113

四、购物中心的未来发展趋势 114

五、区域购物中心会成为未来购物中心发展的主流 116

第三节 仓储式商场发展分析 118

一、仓储式商场的营销特点 118

二、我国仓储式商场发展中存在的问题 119

三、我国发展仓储式商场的对策建议 120

第五章 我国其他零售业态发展分析 122

第一节 超市业发展分析 122

一、2015年超市上市公司业绩分析 122

二、2015年超市上市公司业绩分析 123

三、2015年永辉超市专注开拓三四线城市 124

四、超市消费者购买行为分析 125

五、中小型超市的优势与劣势及营销策略 126

第二节 便利店发展分析 128

一、便利店的特征分析 128

二、便利店前景依然被看好 129

三、2015年北京便利店进入服务竞技期 130

四、便利店行业进入理性发展期 132

五、便利店的经营策略 133

六、便利店增值服务策略 135

七、我国便利店发展存在的问题及建议 138

第四节 我国社区零售业发展策略探讨 140

一、发展社区零售业的SWOT分析 141

二、对我国社区零售业发展策略的思考 143

第六章 吉林省、吉林市零售业发展分析 146

第一节 吉林省零售业发展分析 146

一、2014年吉林社会消费品零售总额 146

二、2015吉林省社会消费品零售总额 147

二、2015年吉林省全省消费需求平稳增长 148

第二节 吉林市零售业发展分析 149

一、2015年吉林市经济总量 149

二、2015年吉林市社会消费品零售总额统计 149

三、2015年吉林市人口、人民生活、社会保障统计 150

四、2015年吉林市社会消费品零售总额统计 151

第三部分 百货零售行业竞争格局分析

第七章 零售业竞争格局分析 152

第一节 中国零售业竞争现状分析 152

一、2015年我国零售百强分析 152

二、2015年零售业竞争消费格局 156

三、2013年内地零售业竞争环境 159

四、2013年传统零售业遭电商截击 161

五、2015年娃哈哈零售业进军全国 163

六、《2015全球零售力量》排行榜 165

七、2015年零售业全线收缩洗牌在即 166

八、2015年中国零售业进入寡头大并购时代 168

第二节 外资零售业进入对我国零售业的影响分析 173

一、2015年外资超市在华门店数量对比 174

二、外资零售业对我国零售业的影响 180

三、我国零售业应对外资零售业挑战的策略 183

第三节 外资及其他零售业态竞争之下中国百货业的发展之路 185

一、外部环境改变给百货业带来的冲击 185

二、百货业自身存在的问题导致了百货业发展受限制 186

三、百货业未来发展的战略选择 187

第四节 传统零售业自我突围之三大变革 187

一、深挖客户需求打造体验式零售 188

二、三大变革 189

第五节 零售型中小企业的竞争策略 189

- 一、区域联盟策略 189
- 二、蓝海战略 190
- 三、差异化策略 190
- 四、品牌经营策略 191
- 五、物流配送策略 191

第八章 外资重点企业分析 192

第一节 沃尔玛公司 192

- 一、公司概况 192
- 二、2012-2015年沃尔玛经营情况 193
- 三、2015年沃尔玛在华门店分布盘点统计 194
- 四、2015年沃尔玛精简架构严控成本 198
- 五、企业文化及对中国零售企业的启示 199

第二节 家乐福集团 204

- 一、公司概况 204
- 二、家乐福的经营定律 207
- 二、2012-2015年家乐福经营情况 210
- 四、2015年家乐福在华门店分布盘点统计 211

第三节 麦德龙集团 213

- 一、公司概况 213
- 二、2015年公司经营情况 219
- 三、2015年麦德龙在华门店统计 220
- 四、麦德龙在中国最终目标 222

第四节 特易购 223

- 一、公司概况 223
- 二、特易购的经营方式 224
- 三、2015年TESCO乐购在华内地门店盘点 229

第五节 Seven-Eleven便利商店集团 230

- 一、集团概况 230
- 二、集团的网络营销战略 230

第六节 宜家集团 236

第七节 外资零售业在我国本土化战略 239

- 一、跨国零售业的本土化战略 239
- 二、对我国本土零售业发展的启示 240

第九章 国内重点企业分析 242

第一节 上海友谊集团股份有限公司 242

- 一、公司概况 242
- 二、2014年企业经营情况分析 242
- 三、2015年企业经营情况分析 242
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 243
- 五、2015年公司发展展望及策略 245

第二节 北京王府井百货（集团）股份有限公司 247

- 一、公司概况 247
- 二、2014年企业经营情况分析 248
- 三、2015年企业经营情况分析 249
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 250
- 五、2015年公司发展展望及策略 252

第三节 苏宁电器股份有限公司 254

- 一、公司概况 254
- 二、2014年企业经营情况分析 254
- 三、2015年企业经营情况分析 255
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 255
- 五、2015年公司发展展望及策略 258

第四节 大商股份有限公司 259

- 一、公司概况 259
- 二、2014年企业经营情况分析 260
- 三、2015年企业经营情况分析 261
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 261
- 五、2015年公司发展展望及策略 264

第六节 合肥百货大楼集团股份有限公司 266

- 一、公司概况 266
- 二、2014年企业经营情况分析 266
- 三、2015年企业经营情况分析 267
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 267
- 五、2015年公司发展展望及策略 270

第七节 重庆百货大楼股份有限公司 272

- 一、公司概况 272
- 二、2014年企业经营情况分析 272

- 三、2015年企业经营情况分析 273
- 四、2010-2015年企业财务数据分析 274
- 五、2015年公司发展展望及策略 276
- 第八节 北京华联综合超市股份有限公司 278
 - 一、公司概况 278
 - 二、2014年企业经营情况分析 279
 - 三、2015年企业经营情况分析 279
 - 四、2010-2015年企业财务数据分析 279
 - 五、2015年公司发展展望及策略 282

第四部分 百货零售行业发展趋势及战略

- 第十章 2016-2022年零售业发展趋势预测 284
 - 第一节 我国商业零售企业经营方式的十大转变 284
 - 一、从简单管理向现代管理方式的转变 284
 - 二、从单店经营向连锁经营方式的转变 284
 - 三、从单业态经营向多业态经营方式的转变 285
 - 四、从商业经营向商业地产综合经营方式的转变 285
 - 五、从传统经营向创新经营方式的转变 285
 - 六、从单体经营向多边合作经营方式的转变 286
 - 七、从实体经营向实体加电商经营方式的转变 286
 - 八、从商品经营向资本经营方式的转变 287
 - 九、从同质化经营向差异化经营方式的转变 287
 - 十、从规模经营向效益质量经营方式的转变 288
 - 第二节 2016-2022年我国零售业的发展变化与成长空间分析 288
 - 一、2015年我国零售业的三大变化 288
 - 二、我国零售业的成长空间 289
 - 三、我国零售业持续发展要实现四个转变 291
 - 第三节 2016-2022年我国零售业发展趋势 293
 - 一、发展环境分析 293
 - 二、零售业主要发展趋势 294
 - 第四节 2016-2022年零售业业态发展趋势 296
 - 一、业态多元化 296
 - 二、经营规模化 297
 - 三、市场定位差别化 297
 - 四、自有品牌系列化 297

五、兼并与上市势在必行 297

六、投资主体多元化 298

七、配送中心快速发展 298

八、品牌集合店成零售业态新趋势 298

九、零售业现跨界布局趋势 299

十、融合发展将成未来零售业主流模式 301

十一、“未来商店”革新零售业发展模式 302

第五节 2016-2022年传统零售业发展趋势 305

一、从传统零售业自身产业生命周期的角度分析我国传统零售业 305

二、从外部的电子商务的发展分析对传统零售业的冲击 305

三、传统零售业发展趋势的探究 306

第十一章 2016-2022年零售业发展战略探讨 308

第一节 我国同业态零售商业企业的竞合策略 308

一、零售商业企业实力较量的主要手段 308

二、零售业非价格竞争的主要策略 309

三、同业态零售企业的竞争合作策略 311

第二节 国际零售业11大创新案例盘点 314

第三节 零售渠道与终端布局的选择策略 320

一、终端陷阱 320

二、发展契机 321

三、突破之路 322

第四节 零售业提高品牌忠诚度策略 323

一、打造强大的核心能力 323

二、提供优质服务 325

三、培养忠诚的员工 325

四、提升服务成零售业变革利器 326

第五节 我国零售企业提高顾客忠诚度的策略选择 328

一、我国零售企业面对国外跨国零售业大鳄的竞争挑战 328

二、我国零售企业在竞争中的弱势 329

三、我国零售企业提高顾客忠诚度的策略 330

第六节 网络时代的零售企业危机公关 333

一、企业危机公关难点分析 333

二、提高了企业的危机管理成本策略 334

三、提高危机管理的水平降低企业风险 335

第七节 零售终端的供应商联盟战略 336

- 一、零售终端与供应商关系分析 336
- 二、创造合作的文化氛围 337
- 三、建立与战略联盟相适应的组织结构 337
- 四、在竞争合作中增强学习能力 338

第八节 零售业的产业融合及战略思考 338

- 一、零售业的产业融合 338
- 二、基于产业融合的零售企业战略思考 341
- 三、零售企业战略实践中应注意的问题 341

第十二章 2016-2022年零售业投资发展策略分析343

第一节 2016-2022年零售业投资分析 343

- 一、存在的问题与挑战 343
- 二、2016-2022年发展趋势预测与对策分析 344
- 三、消费行为变化及对零售百货业的影响 345
- 四、综述 349
- 五、投资对策 350
- 六、2016-2022年投资机会 350
 - 1、传统零售业新增长点 350
 - 2、细分领域仍有亮点 353
 - 3、新城市场将成零售业增长新空间 355

第二节 内资零售企业向农村市场进军的SWOT分析 357

- 一、优势 357
- 二、劣势 358
- 三、机遇 360
- 四、威胁 361

图表目录：

- 图表：2014及2015年全国零售业经营单位数 1
- 图表：2015年全国零售业经营单位销售额及增速 2
- 图表：2015年全国零售业不同规模企业销售额占比 2
- 图表：2015年全国零售企业销售额地区分布 3
- 图表：2014及2015年全国零售业经营单位从业人数 3
- 图表：2014及2015年零售业法人企业年末营业面积 4
- 图表：2015年零售企业法人企业营业利润增速 4

- 图表：2015年销售额各业态占比及较上年增减情况 6
- 图表：2015年营业面积各业态占比及较上年增减情况 7
- 图表：2015年零售行业从业人数各业态占比及较上年增减情况 8
- 图表：2003-2015年连锁百强和网络零售销售额占社会消费品零售总额 10
- 图表：2011年12月-2015年12月全年社会消费品零售总额分月通胀增长速度趋势图 16
- 图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度 16
- 图表：2011年12月-2015年12月全年居民消费价格涨跌趋势图 17
- 图表：2010-2015年我国社会消费品零售总额走势图 18
- 图表：2008-2015年我国社会消费品零售总额构成走势图 18
- 图表：2009-2015年我国CPI、PPI运行趋势 19
- 图表：2008年-2015年企业商品价格指数走势 19
- 图表：传统零售业连锁经营的发展趋势(2005—2010) 58
- 图表：传统零售业连锁经营与网络零售业的基本特征比较 58
- 图表：传统零售业连锁经营与网络零售业的经营策略比较 59
- 图表：我国各地区零售连锁企业门店分布 60
- 图表：2008—2015年吉林全省社会消费品零售总额及其增长速度 146
- 图表：2015年吉林全省社会消费品零售额及其增长速度 147
- 图表：2015年吉林市地区生产总值 149
- 图表：2015年度中国零售百强榜单 154
- 图表：2014年上海友谊集团股份有限公司主营构成数据分析表 243
- 图表：2015年上海友谊集团股份有限公司主营构成数据分析表 243
- 图表：2010-2015年上海友谊集团股份有限公司主要财务数据分析表 244
- 图表：2010-2015年上海友谊集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 244
- 图表：2010-2015年上海友谊集团股份有限公司经营能力分析表 244
- 图表：2010-2015年上海友谊集团股份有限公司发展能力分析表 244
- 图表：2010-2015年上海友谊集团股份有限公司资产与负债分析表 245
- 图表：2012年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成数据分析表 250
- 图表：2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司主营构成数据分析表 250
- 图表：2010-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司主要财务数据分析表 251
- 图表：2010-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 251
- 图表：2010-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司经营能力分析表 251
- 图表：2010-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司发展能力分析表 251
- 图表：2010-2015年北京王府井百货（集团）股份有限公司资产与负债分析表 252
- 图表：2014年苏宁电器股份有限公司主营构成数据分析表 255
- 图表：2015年苏宁电器股份有限公司主营构成数据分析表 256

- 图表：2010-2015年苏宁电器股份有限公司主要财务数据分析表 257
- 图表：2010-2015年苏宁电器股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 257
- 图表：2010-2015年苏宁电器股份有限公司经营能力分析表 258
- 图表：2010-2015年苏宁电器股份有限公司发展能力分析表 258
- 图表：2010-2015年苏宁电器股份有限公司资产与负债分析表 258
- 图表：2014年大商股份有限公司主营构成数据分析表 261
- 图表：2015年大商股份有限公司主营构成数据分析表 262
- 图表：2010-2015年大商股份有限公司主要财务数据分析表 262
- 图表：2010-2015年大商股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 263
- 图表：2010-2015年大商股份有限公司经营能力分析表 263
- 图表：2010-2015年大商股份有限公司发展能力分析表 263
- 图表：2010-2015年大商股份有限公司资产与负债分析表 264
- 图表：2014年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成数据分析表 267
- 图表：2015年合肥百货大楼集团股份有限公司主营构成数据分析表 268
- 图表：2010-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司主要财务数据分析表 268
- 图表：2010-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 269
- 图表：2010-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司经营能力分析表 269
- 图表：2010-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力分析表 269
- 图表：2010-2015年合肥百货大楼集团股份有限公司资产与负债分析表 269
- 图表：2014年重庆百货大楼股份有限公司主营构成数据分析表 274
- 图表：2015年重庆百货大楼股份有限公司主营构成数据分析表 275
- 图表：2010-2015年重庆百货大楼股份有限公司主要财务数据分析表 275
- 图表：2010-2015年重庆百货大楼股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 275
- 图表：2010-2015年重庆百货大楼股份有限公司经营能力分析表 276
- 图表：2010-2015年重庆百货大楼股份有限公司发展能力分析表 276
- 图表：2010-2015年重庆百货大楼股份有限公司资产与负债分析表 276
- 图表：2014年北京华联综合超市股份有限公司主营构成数据分析表 279
- 图表：2015年北京华联综合超市股份有限公司主营构成数据分析表 280
- 图表：2010-2015年北京华联综合超市股份有限公司主要财务数据分析表 280
- 图表：2010-2015年北京华联综合超市股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 281
- 图表：2010-2015年北京华联综合超市股份有限公司经营能力分析表 281
- 图表：2010-2015年北京华联综合超市股份有限公司发展能力分析表 281
- 图表：2010-2015年北京华联综合超市股份有限公司资产与负债分析表 281

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282271.html>