

2007-2008年中国零售业研究 发展分析报告

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

《2007-2008年中国零售业研究发展分析报告》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/200805/240.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

第一章、零售业相关概念

第一节、零售业概述

一、零售业的定义

二、零售业的产业特点

三、零售百货业的定义

第二节、零售业的准入条件概述

一、注册登记条件

二、资金条件

三、技术、设备条件

第三节、零售业的业态概述

一、零售业态的划分标准及定义

二、零售业的基本业态

三、零售业态发展规律分析

四、无店铺销售归入零售业态

第二章、世界零售业概况

第一节、世界环境总体分析

一、当代国际零售业的特点

二、跨国零售商海外市场的进入模式和选择

三、西方零售业态发展的两个理论分析

四、2007年全球零售商损耗金额分析

第二节、欧洲零售业

一、欧洲零售业态格局分析

二、欧洲的十五大零售企业

三、欧洲在网上零售企业

四、欧洲零售企业进军俄市场的部署

五、欧洲的零售农产食品安全认证

第三节、美国零售业

一、美国零售商业营销管理的四个特点

二、美国零售商业高技术的运用

三、美国网络零售业快速发展

四、美国零售业连锁化与郊区化的趋势

第四节、日本零售业

- 一、日本零售企业信息化建设的现状
- 二、日本连锁经营企业成功的理由
- 三、日本便利店成功的经营策略分析
- 四、日本百货店业的经营现状与发展方向
- 五、日本零售业的发展态势

第五节、其他国家或地区零售业概况

- 一、波兰
- 二、越南
- 三、罗马尼亚

第三章、中国零售业产业发展环境

第一节、外部宏观环境分析

- 一、2006年中国国内生产总值情况
- 二、2007年1-11月中国商品零售价格指数分析
- 三、2007年11月国内主要商品价格监测情况分析
- 四、2007年1-11月中国居民消费与收入情况

第二节、消费市场分析

- 一、2007年11月全国居民消费分析
- 二、2007年11月国内社会消费品零售分析
- 三、2007年促进居民消费政策频出
- 四、中国消费品市场持续走强的缘由
- 五、2008年挖掘居民消费潜力的策略
- 六、2008年消费拉动型经济增长模式出现

第三节、零售业的发展环境分析

- 一、中国零售业发展环境概况
- 二、政府对零售企业的扶持政策描述
- 三、零售业发展政策及其解读
- 四、公平政策带动民族零售业发展

第四节、关联产业及其影响

- 一、零售商与银行之间费率的争议
- 二、零售业和商业地产

三、零售业和物流信息化

四、零售业和逆向物流

第四章、中国零售业分析

第一节、中国零售业概述

一、零售业在中国国民经济中的地位分析

二、中国零售业不同历史阶段的特点分析

三、当前国内零售市场的特点

四、中国零售行业的发展格局分析

五、中国零售业进入转型关键时期

六、中国零售业发展概况

第二节、2006-2007年国内零售业现状分析

一、2006年中国零售业增幅居流通业首位

二、2007年上半年全国百家重点大型零售企业市场销售情况分析

三、2007年国内零售业长期稳定持续增长

四、2007年11月中国百家重点零售企业销售额分析

五、2007年中国零售业大事件回顾

第三节、中国大型零售企业的成长探讨

一、中国大型零售企业成长的特点

二、影响中国大型零售企业成长的因素

三、国内大型零售企业成长的路径分析

第四节、中国零售业的问题

一、中国零售业存在的问题及其原因

二、中国零售业的弊病以及国外经验的借鉴

三、当前零售市场存在的基本问题

四、影响中国零售业健康发展的问题分析

五、零售业销售人才缺乏

第五节、零售业应对问题的策略

一、中国零售业的未来发展策略

二、促进中国零售业健康发展的政策

三、中国零售行业发展的建议

四、国内零售市场的发展对策分析

第五章、零售业态之：超市业分析

第一节、中国超市的发展分析

一、中国超市零售业的现状

二、中国超市的供应链与资金链

三、中国超市业发展的规模化道路

四、中国超市零售业的信息化之路

五、中国超市零售业的发展战略

第二节、超市的经营管理

一、连锁超市经营管理中五个不等分析

二、超市管理的关键点分析

三、超市人力资源管理的误区分析

第三节、大型超市的经营分析

一、大型综合超市的含义特征分析

二、中国大型综合超市建立的可行性

三、中国大型超市的发展及现状

四、大型综合超市新的营销策略

五、大中型超市社区营销能力提高的思考

第四节、超市的发展趋势

一、连锁经营成为超市发展的新趋向

二、未来中国超市发展基本趋势

三、全球化下中国超市发展的十个趋势

四、21世纪零售业态超市的发展态势

第六章、零售业态之：便利店分析

第一节、世界部分国家或地区的便利店分析

一、美国是便利店的发源之地

二、英国的便利店行业现状

三、日本便利店经营的发展分析

四、台湾便利店行业的发展

第二节、中国便利店现状

一、国内外便利店成功案例分析

二、对中国便利店发展的思考

三、中国便利店市场上的中外资本

四、中国便利店生存的困惑

五、便利店发展中面临的问题

六、中国便利店发展的三个策略

第三节、便利店的投资分析

一、中国发展便利店的必要与优势

二、便利店的市場定位分析

三、便利店赢利的基础分析

四、便利店市場风险及机遇并存

五、便利店的投資规划建议

六、便利店市場的投資前景看好

第四节、便利店的前景和趋势

一、中国发展便利店的前景广阔

二、便利店的发展趋势分析

第七章、零售业态之：购物中心分析

第一节、世界部分国家或地区的购物中心分析

一、东南亚购物中心

二、美国购物中心

三、德国购物中心

四、日本购物中心

第二节、中国的购物中心分析

一、国内购物中心发展回顾

二、中国购物中心发展现状分析

三、商务部将出台规范分级控制购物中心的建设

四、区域型购物中心成为发展趋势

第三节、购物中心的设计

一、购物中心景观的规划和设计

二、购物中心本体建筑的设计

三、购物中心消防系统的设计

四、购物中心照明系统的规划和设计

五、都市区域性购物中心规划与设计

第四节、购物中心发展面临的问题及风险

一、国内购物中心的运作失误

二、中国购物中心发展存在的问题

三、购物中心发展中需注意的几个问题

四、国内购物中心建设的三个误区

五、中国购物中心发展中的潜在风险

第五节、中国购物中心的发展建议分析

一、中国购物中心健康发展的对策

二、中国购物中心的开发策略

三、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

第八章、零售业态之：百货店业分析

第一节、中国百货店现状

一、中国百货商店的发展简析

二、消费者牵动的百货业品牌竞争

三、中国百货业的竞争力分析

四、百货业应对市场的竞争挑战的对策

五、中国百货店的复兴之道

六、百货业亟待“个性化”创新

第二节、中国百货业的营销

一、百货店间常用的促销手段

二、百货商场营销策划的三个主要因素

三、百货业营销中应避免的误区

四、百货店的促销建议

第三节、大型百货分析

一、现代大型百货市场定位模式探析

二、大型百货零售业市场的内部准入条件

三、大型百货零售企业服务质量要素构成

四、大型百货店陷入困境的原因分析

五、大型百货店市场制胜的发展策略

第九章、其他零售业态分析

第一节、大卖场

一、大卖场业态概述

二、大卖场的供应商组合和管理

三、大卖场的防损耗管理的内外策略

四、其他零售业态对大卖场产生的竞争力

第二节、仓储式商场

- 一、仓储式商场的兴起与发展
- 二、仓储式商场的四个营销特点
- 三、中国仓储式商场经营管理中的问题
- 四、仓储式商场发展中的问题及制约因素
- 五、中国仓储式商场的发展对策及建议

第三节、专业店

- 一、专业店的变迁过程
- 二、专业店的发展及经营特色
- 三、专业店的发展特点
- 四、中国专业店的发展现状
- 五、外资专业店在中国发展之路解析

第四节、专卖店

- 一、专卖店概述
- 二、对专卖店营销的思考
- 三、针对加强专卖店建设的建议

第十章、中国零售业区域分析

第一节、北京零售业

- 一、2007年11月北京消费品零售额分析
- 二、北京零售业现状简析
- 三、北京零售业竞争力水平稳步上升
- 四、北京大型零售企业的机遇与挑战
- 五、北京零售业态发展分析

第二节、上海零售业

- 一、上海零售业业态分析
- 二、上海零售业态的发展特点
- 三、上海零售业从传统转向现代
- 四、上海开展零售业节能降耗举动

第三节、重庆零售业

- 一、重庆零售业从容应对外资的竞争
- 二、重庆零售业的竞争升级
- 三、重庆零售业五大商圈分析

第四节、广东零售业

一、2007年1-11月广东消费品零售额分析

二、广东省零售业市场分析

三、广东省各种商业零售业态的发展

第五节、长三角零售业

一、长三角零售业的 market 格局

二、长三角零售业发展中的现象分析

三、长三角零售业瞄准连锁经营

四、长三角零售业的发展趋势

五、长三角地区零售市场的发展趋势

第十一章、全面开放与中国零售业的国际化

第一节、中国零售业中的外资

一、外资进入中国零售业的利弊分析

二、外资对中国零售业冲击力分析

三、外资零售业巨头盯紧中国的二三线市场

四、外资零售企业进入产生的问题及对策

第二节、零售业开放的影响

一、零售业开放中的中国零售业

二、零售业开放酝酿商业大变局

三、中国零售市场的开放对家电企业的影响

四、零售业过度开放对中国政府考验

第三节、本土零售业的战略发展分析

一、外资的优势

二、内资的应对

三、本土零售业面临的战略发展方向

第四节、中国零售业国际化战略探讨

一、零售业国际化的含义和特点

二、零售业国际化的经验与启示

三、本土零售业国际化的必要性分析

四、本土零售业国际化的可行性分析

五、本土零售业跨国经营的战略抉择

第五节、零售业国际化的区位分析与空间扩张模式研究

- 一、零售业国际化空间分布特点
- 二、零售业国际化区位进入的理论判断
- 三、零售业国际化空间扩张模式简析
- 四、对中国零售企业国际化扩张的结论

第十二章、零售业的连锁经营

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、零售业的连锁经营概述

- 一、零售业连锁发展内涵和价值观
- 二、现代连锁店对中国零售业模式的影响
- 三、连锁零售企业的财务管理分析

第三节、连锁零售企业打开农村市场的策略研究

- 一、内部能力分析
- 二、宏观环境分析
- 三、微观环境分析
- 四、SWOT分析模型

第四节、连锁零售业的前景

- 一、中国连锁零售业发展的速度加快
- 二、连锁业成为零售业发展的主导趋势
- 三、中国连锁零售业的发展趋势
- 四、连锁成为21世纪零售业的发展方向

第十三章、中国零售业的信息化及电子商务

第一节、零售业的信息化分析

- 一、中国零售业信息化的程度
- 二、零售企业的信息化的商业模式
- 三、大型零售企业信息系统内外部功能的提高
- 四、零售业信息化对高端产品的需求
- 五、零售业信息化四点困惑
- 六、中国零售业信息化应用水平低

第二节、零售业信息化建设的方式分析

- 一、与IT结合进行创新
- 二、制订有效的IT规划
- 三、建立完美的供应链
- 四、注重信息化价值分析

第三节、零售业与电子商务

- 一、电子商务时代的国际知名零售企业
- 二、零售业的电子商务程度化分析
- 三、网上零售模式的发展
- 四、零售业的电子商务和供应链管理
- 五、中国零售业电子商务的模式及策略

第四节、中国零售业电子商务存在的问题和对策

- 一、中国零售业电子商务发展中存在的主要问题
- 二、中国零售类电子商务中的问题
- 三、中国零售业电子商务发展内部信息化策略
- 四、中国零售业电子商务发展的外部策略

第十四章、零售业物流体系分析

第一节、国内外物流业现状

- 一、中国物流业特点分析
- 二、企业物流运作的五大功能分析
- 三、中国物流行业中存在的问题
- 四、加速中国物流业发展的策略建议
- 五、物流技术和装备的发展趋势
- 六、国际物流业的四个发展趋势

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、第三方物流企业在电子商务中的发展前景

第三节、物流与零售企业

- 一、零售企业现代物流策略的开展
- 二、零售企业跨区域发展的物流服务及评价

三、现代物流是零售企业竞争力的重要手段

四、中国零售企业物流环节的不足之处

第四节、连锁零售业的物流

一、中国连锁零售业物流配送的概况

二、第三方物流与连锁零售业的结合趋势

三、零售业的缺货率原因及缺货对策

四、中国连锁零售业物流的趋势

第十五章、中国的流通业

第一节、中国流通业现状

一、国外零售商跨国扩张对中国流通产业的影响

二、流通力的内涵及流通业的重要性

三、开放背景下中国流通业面临变革

四、中国流通业的现状及发展规划

五、中国流通业与发达国家的差距

六、中国流通业的误区及对策

七、中国流通业的发展策略分析

第二节、中国部分行业的流通分析

一、中国家电流通业的发展历程

二、中国钢材流通体系建设分析

三、中国药品流通监管迈入网络时代

四、中国汽配流通市场现状和发展趋势

第三节、中国农村流通体系分析

一、中国农村市场流通业发展现状

二、中国农村市场流通存在的问题分析

三、加强农村流通体系建设的建议

第四节、流通业的趋势

一、西方发达国家流通业发展的趋势

二、国外流通业发展的新趋势向

三、全球经济环境下流通业的整合趋势

四、流通企业强强联合成为新的发展趋势

第十六章、上市公司数据分析

第一节、新世界

一、公司简介

二、2006年新世界经营状况分析

三、2007年前三季度新世界经营状况分析

四、新世界面临的风险因素分析

第二节、重庆百货

一、公司简介

二、2006年重庆百货经营状况分析

三、2007年前三季度重庆百货经营状况分析

四、未来重庆百货的发展分析

第三节、王府井

一、公司简介

二、2006年王府井经营状况分析

三、2007年前三季度王府井经营状况分析

第四节、苏宁电器

一、公司简介

二、2006年苏宁电器经营状况分析

三、2007年前三季度苏宁电器经营状况分析

四、苏宁电器经营中的问题与解决策略

第五节、广州友谊

一、公司简介

二、2006年广州友谊经营状况分析

三、2007年前三季度广州友谊经营状况分析

四、广州友谊发展趋势分析

第十七章、中国零售业的竞争格局

第一节、中外零售企业竞争力的比较研究

一、管理技术的比较

二、人力资本的比较

三、企业规模的比较

四、营销战略比较

五、中外资零售企业所在国政府管理的比较

第二节、零售业的竞争结构分析

一、零售业的高度竞争性

二、规模化的趋势和不同规模之间的竞争

三、零售业的进入威胁和进入壁垒

四、替代威胁及“业态”的多样化

第三节、中国零售业的竞争现状

一、中国内外资零售企业的竞争格局

二、中国零售业竞争格局的变化

三、中国零售业的低价运作竞争

四、中国零售业的竞争误区和失范

第四节、中国零售业的竞争战略

一、中国零售企业的竞争战略定位分析

二、中国零售业竞争战略模式的探析

三、中国零售业竞争的信息战略

四、中国零售企业的“规模”和“强大”辨析

五、提高中国零售企业国际竞争力的对策建议

第五节、提升本土零售业竞争力的对策分析

一、本土零售企业的竞争优势分析

二、本土零售企业竞争力的劣势分析

三、本土零售业的竞争战略分析

第六节、服务利润链下零售企业竞争策略探讨

一、服务利润链理论概述

二、服务利润链关系模型的构建

三、服务利润链理论在零售企业的运用

第十八章、零售业的品牌与营销

第一节、零售业的品牌

一、零售企业品牌体系的建立

二、零售企业自有品牌的渠道整合功能

三、大型品牌零售企业及其社会责任

四、零售企业品牌管理中应处理好的关系

五、中国大型零售企业自有品牌战略的实施

第二节、零售业的营销

一、零售企业体验营销战略的实施

二、以文化特色促零售业营销

三、中国零售业营销的趋势特点

四、未来零售市场以营销创新决胜负

第三节、零售业营销策略创新分析

一、商品采购策略

二、国际化战略

三、市场细分策略

四、连锁化策略

五、新业态策略

第十九章、零售业的投资分析

第一节、投资机会

一、中国便利店的发展商机无限

二、购物中心成为商业业态的新形式

三、中国折扣店的发展前景看好

四、专业店的内地市场前景光明

第二节、投资风险分析

一、国内的政策风险

二、外资不断涌入的产业风险

三、投机型模式造成的零售业风险

四、零售业扩张中的无效规模陷阱

第三节、投资建议

一、加快抢占市场空白点

二、充分运用并购重组策略

三、投资超市项目以规模化取胜

四、谨慎进入百货业

五、仔细了解零售店铺审批程序

第二十章、零售业的发展前景及趋势

第一节、国际零售业的发展趋势

一、全球百货零售业的发展趋势

二、国际零售业的主要发展趋势

三、世界零售业发展趋势

四、国际零售业的变化趋势

五、亚太地区零售业的发展趋势

第二节、中国零售业的趋势分析

- 一、零售行业整体持续向好
- 二、新的连锁业零售业态将高速增长
- 三、零售行业内部整合的步伐加快
- 四、零售企业的“国退民进”新趋势

第三节、中国零售业的主要发展方向

- 一、零售业业态的多元化
- 二、经营方式特色化
- 三、企业发展规模化
- 四、市场定位科学化
- 五、企业经营国际化
- 六、管理手段的现代化
- 七、自助购物普及化

附录

附录一：《全国商品市场体系建设纲要》

附录二：新《商品条码管理办法》

附录三：新《零售商品称重计量监督管理办法》

附录四：流通业改革发展纲要

附录五：国务院《关于促进流通业发展的若干意见》

附录六：2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计

图表目录：

- 图表1 人均GNP与业态的关系
- 图表2 无店铺零售业的基本特点
- 图表3 有店铺零售业态的基本特点
- 图表4 国际主要零售商的并购
- 图表5 零售业根据文化距离与市场进入难度确定进入模式
- 图表6 跨国零售商选择海外市场进入模式的影响因素
- 图表7 全球零售商最常被盗的商品
- 图表8 欧洲销售额居前15位的零售企业在国家中的分布
- 图表9 欧洲十五大零售企业的销售分析
- 图表10 日本零售业各业态导入POS系统的比例

- 图表11 日本前五家大百货店的经营业绩
- 图表12 日本三大百货店集团概要
- 图表13 近年百货店主要大型改建装修、新规开业等?
- 图表14 波兰主要大型购物中心分布情况
- 图表15 2006年波兰零售企业与金融机构合作情况
- 图表16 波兰零售市场结构图
- 图表17 2005年波兰十大零售企业市场比重情况
- 图表18 罗马尼亚零售店分布情况
- 图表19 罗马尼亚零售店品牌情况(截至2007年1月)
- 图表20 罗马尼亚零售店分形式统计
- 图表21 1978-2005年国内生产总值
- 图表22 2006年1-4季度国内生产总值
- 图表23 2007年1-3季度国内生产总值
- 图表24 2007年1月商品零售价格分类指数
- 图表25 2007年2月商品零售价格分类指数
- 图表26 2007年3月商品零售价格分类指数
- 图表27 2007年4月商品零售价格分类指数
- 图表28 2007年5月商品零售价格分类指数
- 图表29 2007年6月商品零售价格分类指数
- 图表30 2007年7月商品零售价格分类指数
- 图表31 2007年8月商品零售价格分类指数
- 图表32 2007年9月商品零售价格分类指数
- 图表33 2007年10月商品零售价格分类指数
- 图表34 2007年11月商品零售价格分类指数
- 图表35 2007年11月主要粮食品种收购价格
- 图表36 2007年11月36个大中城市部分食品价格
- 图表37 2007年11月主产省煤炭和焦炭价格
- 图表38 2007年11月36个大中城市部分成品油价格
- 图表39 2007年11月全国部分主要钢材品种价格
- 图表40 2007年11月全国部分有色金属品种价格
- 图表41 2007年11月全国部分主要化工产品价格
- 图表42 2007年11月全国部分化肥产品价格

- 图表43 2007年1月居民消费价格分类指数
- 图表44 2007年2月居民消费价格分类指数
- 图表45 2007年3月居民消费价格分类指数
- 图表46 2007年4月居民消费价格分类指数
- 图表47 2007年5月居民消费价格分类指数
- 图表48 2007年6月居民消费价格分类指数
- 图表49 2007年7月居民消费价格分类指数
- 图表50 2007年8月居民消费价格分类指数
- 图表51 2007年9月居民消费价格分类指数
- 图表52 2007年10月居民消费价格分类指数
- 图表53 2007年11月居民消费价格分类指数
- 图表54 历年来中国社会消费品零售总额
- 图表55 2007年1月社会消费品零售总额
- 图表56 2007年2月社会消费品零售总额
- 图表57 2007年3月社会消费品零售总额
- 图表58 2007年4月社会消费品零售总额
- 图表59 2007年5月社会消费品零售总额
- 图表60 2007年6月社会消费品零售总额
- 图表61 2007年7月社会消费品零售总额
- 图表62 2007年8月社会消费品零售总额
- 图表63 2007年9月社会消费品零售总额
- 图表64 2007年10月社会消费品零售总额
- 图表65 2007年11月社会消费品零售总额
- 图表66 中国零售销售额占GDP比重及零售就业人数占总就业人数的比重
- 图表67 中国零售行业市场集中度
- 图表68 中国前十家零售企业和世界前十家零售企业销售额对比
- 图表69 限额以上零售企业资产及负债
- 图表70 限额以上零售企业主要财务指标
- 图表71 按业态分限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表72 按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表73 分地区限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表74 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）

- 图表75 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按行业与业态分）
- 图表76 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与业态分）
- 图表77 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）（续1）
- 图表78 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）（续2）
- 图表79 2005-2006年限额以上连锁零售业基本情况
- 图表80 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按业态分）
- 图表81 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按业态分）（续1）
- 图表82 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按业态分）（续2）
- 图表83 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）
- 图表84 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）（续1）
- 图表85 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）（续2）
- 图表86 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按行业分）
- 图表87 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按行业分）（续1）
- 图表88 2005-2006年限额以上连锁零售业情况（按行业分）（续2）
- 图表89 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与业态分）
- 图表90 限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表91 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与登记注册类型分）（续）
- 图表92 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与行业分）
- 图表93 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与行业分）（续）
- 图表94 2005-2006年限额以上连锁零售业门店数（按地区与业态分）
- 图表95 2005-2006年限额以上连锁零售业门店数（按地区与业态分）（续）
- 图表96 2005-2006年限额以上连锁零售业商品销售总额（按地区与业态分）
- 图表97 2005-2006年限额以上连锁零售业商品销售总额（按地区与业态分）（续）
- 图表98 中国零售业百强新入围企业数量
- 图表99 2001-2005年中国零售业百强部分经济指标对比
- 图表100 中国零售业百强百货店数量
- 图表101 2002-2006年国内生产总值及其增长情况
- 图表102 2002-2006年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表103 美国便利店的总数及其增长率
- 图表104 美国便利店的销售收入
- 图表105 美国便利店的税前利润总额及其增长率
- 图表106 美国便利店相关统计数据

- 图表107 英国零售行业各业态收入占比
- 图表108 美国购物中心网点数量分布
- 图表109 美国购物中心出租面积分布
- 图表110 美国购物中心结构分布
- 图表111 历年美国购物中心的单位面积零售额
- 图表112 美国购物中心的单位面积零售率
- 图表113 美国地区收入差异与购物中心发展
- 图表114 世界城市化引起零售业变迁规律
- 图表115 Mall China会员租售面积抽样分析
- 图表116 欧美、日本、中国的零售业的集中度
- 图表117 消费者对专卖店和大商场的放心度对比
- 图表118 消费者对专卖店和商场的喜欢比例
- 图表119 消费者对专卖店和大商场价格评比
- 图表120 2006年北京市零售业规模状况
- 图表121 2006年北京市零售业营运能力状况
- 图表122 2006年北京市零售业盈利能力状况
- 图表123 2006年北京市零售业社会贡献状况
- 图表124 2006年北京市零售业发展能力状况
- 图表125 2006年北京零售业盈利能力与全国比
- 图表126 2006年北京零售业规模与上海比较
- 图表127 2006年北京零售业营运能力与上海比较
- 图表128 2006年北京零售业盈利能力与上海比较
- 图表129 2006年北京零售业发展能力与上海比较
- 图表130 2004-2015年北京的社会消费品零售总额及预测
- 图表131 南京、杭州、上海百货店零售额占各自社会消费品零售总额的比重
- 图表132 全球最大跨国经营零售企业
- 图表133 全球最大30家食品零售商分布最集中的国家和地区
- 图表134 零售企业国际化空间扩张模式图
- 图表135 诺网(中国)软件零售解决方案应用组件
- 图表136 沃尔玛与易初莲花内部ERP系统Rams
- 图表137 零售业电子商务品牌重塑过程示意
- 图表138 中国物流成本占全社会物流总值的比例对比

- 图表139 中国各交通运输业的营业里数
- 图表140 世界部分国家物流成本占GDP的比重
- 图表141 连锁店缺货时消费者的各种反应比例
- 图表142 北京轿车市场人们对维修站的选择
- 图表143 北京轿车市场人们对维修站的忠诚度
- 图表144 中国汽配流通各种模式的优劣势分析
- 图表145 未来汽配的竞争格局
- 图表146 中国城市与县及县以下社会消费品零售额
- 图表147 2006年新世界主要财务数据
- 图表148 2006年新世界非经常性损益项目及金额
- 图表149 2004-2006年新世界主要会计数据及财务指标
- 图表150 2006年新世界主营业务分行业情况
- 图表151 2006年新世界主营业务分地区情况
- 图表152 2006年新世界控股子公司经营情况
- 图表153 2007年前三季度新世界主要会计数据及财务指标
- 图表154 2007年前三季度新世界非经常性损益项目及金额
- 图表155 2006年重庆百货主要财务数据
- 图表156 2006年重庆百货非经常性损益项目及金额
- 图表157 2004-2006年重庆百货主要会计数据及财务指标
- 图表158 2006年重庆百货主营业务分行业、产品情况表
- 图表159 2006年重庆百货主营业务分地区情况表
- 图表160 2007年前三季度重庆百货主要会计数据及财务指标
- 图表161 2007年前三季度重庆百货非经常性损益项目及金额
- 图表162 2006年王府井主要财务数据
- 图表163 2006年王府井非经常性损益项目及金额
- 图表164 2004-2006年王府井主要会计数据及财务指标
- 图表165 2006年王府井主营业务分行业情况
- 图表166 2006年王府井主营业务分地区情况
- 图表167 2006年占王府井主营业务收入或利润总额10%以上产品情况
- 图表168 2006年王府井主营业务分行业情况
- 图表169 2006年王府井主营业务分地区情况
- 图表170 2007年前三季度王府井主要会计数据及财务指标

- 图表171 2007年前三季度王府井非经常性损益项目及金额
- 图表172 2006年苏宁电器主要利润指标
- 图表173 2006年苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表174 2006年苏宁电器主要会计数据
- 图表175 2006年苏宁电器主要财务指标
- 图表176 2006年苏宁电器净资产收益率
- 图表177 2006年苏宁电器主营业务分行业情况表
- 图表178 2006年苏宁电器主营业务分产品情况表
- 图表179 2006年苏宁电器主营业务分地区情况表
- 图表180 2006年占苏宁电器主营业务收入或利润总额10%以上产品情况
- 图表181 2007年前三季度苏宁电器主要会计数据及财务指标
- 图表182 2007年前三季度苏宁电器非经常性损益项目及金额
- 图表183 2006年广州友谊主要利润指标
- 图表184 2006年广州友谊非经常性损益项目及金额
- 图表185 2004-2006年广州友谊主要会计数据
- 图表186 2004-2006年广州友谊主要财务指标
- 图表187 2006年广州友谊主营业务分行业情况表
- 图表188 2006年广州友谊主营业务分地区情况表
- 图表189 2007年前三季度广州友谊主要会计数据及财务指标
- 图表190 2007年前三季度广州友谊非经常性损益项目及金额
- 图表191 中国零售额前100家的销售总额
- 图表192 中国居民收入的可支配收入增长情况
- 图表193 中国物价指数变动情况
- 图表194 中国零售市场份额情况
- 图表195 美国零售市场份额情况
- 图表196 世界零售企业前20强销售收入情况
- 图表197 多业态经营零售类上市公司与单一业态零售业上市公司盈利能力指标比较
- 图表198 零售食品的称重计量
- 图表199 金银饰品的称重计量
- 图表200 2005年中国零售企业前100家销售总额、零售总额统计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200805/240.html>