

2012-2016年中国连锁超市 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国连锁超市行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1204/48327193AM.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7500元 纸介+电子8000元

【出版日期】2012-04-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国连锁超市行业深度调研与投资前景研究报告》共十二章。介绍了连锁超市行业相关概述、中国连锁超市产业运行环境、分析了中国连锁超市行业的现状、中国连锁超市行业竞争格局、对中国连锁超市行业做了重点企业经营状况分析及中国连锁超市产业发展前景与投资预测。您若想对连锁超市产业有个系统的了解或者想投资连锁超市行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

零售业是我国内贸领域中最活跃的部分，特别在近十年，我国零售业变化之大、发展之快，对经济和社会生活影响之深都是前所未有的，实现中国零售业的升级主要依靠企业自身的努力，政府的任务是提出产业升级的导向，提出公共服务创造良好的发展环境。我国各级政府部门一直着力于推动零售业的发展，“十一五”时期，我国政府坚持促进与规范并举、改革与发展并重、对内和对外统筹的原则，致力于相关法律法规、行业规划、行业标准和产业政策的制定与实施，加快构筑统一开放、竞争有序的市场体系，以促进中国零售业的升级。2011年全年我国社会消费品零售总额181226亿元，比2010年名义增长17.1%，扣除价格因素实际增长11.6%。年销售超过1000亿元的“超级企业”正在逐步增多，强者恒强、弱者更弱的现象愈见明显。再加上这些零售巨鳄们对市场特别是二三级市场的瓜分，以及目前对四级市场的渗透正在加速，如果经济继续保持稳健增长，内外资巨头前几年扩张的“疯狂”速度就将再度被启动。外资从沿海省份的二三四线城市向内陆省份纵深挺进，抄底中国零售业的意图更加明显，这将对中小零售企业特别是地区性的零售企业造成巨大的压力。

截至2011年年底，我国网民规模达到5.13亿、手机网民达到3.56亿，2011年我国网购用户规模达1.94亿，而且数字电视购物结算已经开始进入家庭。2011年网络零售业继续高速发展，不少B2C企业获得融资，同时B2C企业意识到了物流将是未来竞争的重中之重，纷纷自建仓储来进一步完善自己的物流配送。2011年年底我国网络零售市场交易规模达到7634亿元。B2C企业发展自然离不开资本的推动。知名B2C电商企业如京东商城、好乐买、乐淘网等都进行了新一轮的融资。其中京东商城C轮融资总额将超过10亿美元。未来网络零售市场竞争将会更加激烈，电商市场细分将成为趋势，而到2012年年底我国网络零售市场交易规模有望突破1万亿元。在国内继续扩大内需的政策推动下，2011年，本土、外资零售企业开足马力，加快在华扩张步伐。最近包括台湾零售企业大润发、香港和记黄埔集团旗下百佳、泰国正大集团、沃尔玛、日本吉之岛以及华润万家等，在国内密集开出新店，并放言2012年在华高

速发展。虽然家乐福、沃尔玛、乐购等外资零售巨头在全国的门店数量、销售规模上占据绝对优势，但在很多区域市场的占有率，却远不及本土超市。例如北京的物美、上海的联华、福建的永辉、湖南的步步高以及重庆新世纪等，在当地市场均占据稳定而绝对的市场份额，远远超越外资。其中，物美、联华、永辉、步步高都已经实现上市。

目前零售业正向多样化格局转变，探索建立新规则，购物中心和网络零售是改变市场格局的决定力量。2011年，连锁专业店和专卖店的销售规模增速超过50%，主要百货店的增速约40%，超市约20%。内需在国民经济增长驱动中被政府赋予的期望越来越大，“十二五”规划首次把扩大内需单列，明确指出要充分挖掘我国内需的巨大潜力，这将为商业零售行业的健康快速发展奠定良好的外部环境。到2012年，中国的零售市场销售额将达到1.4万亿美元超过日本成为全球第二大零售市场，仅次于美国。推动零售业“走出去”与“引进来”相结合，在“十二五”零售业发展指导意见中首次作为主要任务提出来，让人耳目一新。

报告目录

第一部分 行业发展环境分析

第一章 中国连锁超市发展环境分析 1

第一节 中国连锁超市发展宏观环境 1

一、宏观经济对商业零售影响 1

二、2011年宏观经济运行指标分析 5

三、2012-2016年中国经济发展预测 27

四、2011年连锁超市业在通货膨胀中稳定增长 33

第二节 世界部分国家连锁超市发展情况 37

一、日本大型综合超市发展分析 37

二、南非连锁超市发展分析 41

三、法国超市网购业务分析 42

四、越南连锁超市发展分析 42

第三节 连锁超市发展相关政策分析 43

一、零售行业政策环境分析 43

二、商业特许经营管理条例 48

三、连锁超市门店管理规范 51

四、商务部：外资超市审批权下放到省 58

第二章 中国零售业发展概况 60

第一节 中国零售业发展概况 60

- 一、零售业态分类和基本特点 60
- 二、中国零售市场业态格局与规模格局 69
- 三、中国连锁零售业数据分析 72
- 四、中国网上零售业市场规模 73
- 五、全球零售业指数中国排行 74

第二节 2010-2011年全国消费品零售市场分析及预测 74

- 一、2010年我国消费市场基本情况 74
- 二、2010年度影响连锁零售业政策盘点 76
- 三、2011年我国消费品零售数据分析 80
- 四、2011年大型零售企业基本情况 80
- 五、2011传统零售商开展网络零售业务研究 82
- 六、2011年电商时代的零售连锁企业发展 84
- 七、2011年连锁零售企业转型升级提速 86
- 八、2012年物价消费预测 89
- 九、2012年零售业面临转型难题 90

第三节 中国零售业发展趋势及策略 92

- 一、2011年中国零售业情况和政策 92
- 二、零售业的消费趋势分析 94
- 三、零售业的公司品牌化趋势 95
- 四、零售业多元化发展策略 96
- 五、中国零售业的现实问题与未来支撑 98
- 六、中国零售业供应链管理的现状及对策 101

第三章 中国连锁经营发展分析 105

第一节 中国连锁经营发展概况 105

- 一、连锁经营的定义 105
- 二、连锁经营的发展 106
- 三、连锁经营的优势 109
- 四、连锁经营的认识 109
- 五、连锁经营的经营形态 112

第二节 2010年“中国连锁百强”分析	113
一、2010年中国连锁百强数据分析	113
二、2010年中国连锁百强经营特点分析	113
三、中国连锁百强开店速度放缓自营成百货发展趋势	115
第三节 连锁经营在各行业的发展分析	118
一、汽车后连锁经营市场分析	118
二、内衣连锁经营分析	119
三、手机零售商连锁经营分析	120
四、家纺床品连锁经营分析	121
第四节 中国连锁经营的策略分析	122
一、中国连锁经营企业营销分析	122
二、中间组织视角下特许连锁经营	124
三、连锁超市发展自有品牌必备条件探析	126

第二部分 行业及市场分析

第四章 中国连锁超市发展分析 131

第一节 中国连锁超市市场分析 131

一、连锁超市进出壁垒分析 131

二、连锁超市的市场行为 132

三、连锁超市市场绩效分析 133

四、连锁超市的通道费分析 136

第二节 连锁超市发展现状分析 140

一、2011年超市自有品牌经营分析 140

二、2010年大型超市发展速度最快 143

三、超市消费者购买行为分析 145

四、连锁超市实现信息化分析 147

五、我国大型连锁超市的经营实证分析 149

六、2011年主要零售上市公司分析 149

七、珠三角超市业正处于转型期 151

第三节 电子商务在连锁超市中的应用 153

一、连锁超市企业电子商务模式分析 153

二、连锁超市企业发展电子商务的问题 153

三、连锁超市企业发展电子商务的建议 155

第五章 连锁超市物流分析 159

第一节 我国连锁零售业物流配送的现状与对策分析 159

一、沃尔玛物流配送中心的成功经验 159

二、我国连锁零售业物流配送现状 161

三、沃尔玛成功经验对我国连锁零售物流的几点启示 163

第二节 连锁超市物流配送存在的问题及影响因素分析 166

一、连锁超市物流配送存在的问题 166

二、影响连锁超市物流配送因素 167

第三节 连锁超市物流配送策略分析 170

一、连锁超市物流配送新方法 170

二、连锁超市物流系统竞争力分析 171

三、大型连锁超市中物流配送策略 173

四、连锁超市的逆向物流管理 176

第六章 连锁超市区域市场分析 179

第一节 北京连锁超市发展分析 179

一、2010-2011年北京消费品市场分析 179

二、北京超市顾客满意度分析 179

三、北京本土超市的差异经营 179

四、2011年北京高端超市竞争白热化 182

第二节 广东连锁超市市场分析 185

一、2010年广东社会消费品零售额分析 185

二、2011年广东已建成近200家平价超市 186

三、深耕细分市场广东超市争相变脸 186

四、2011年广东拟建万家连锁超市推进农超对接 187

第三节 上海连锁超市市场分析 188

一、2011年上海连锁超市发展情况 188

二、上海连锁超市现状及其特点 189

三、上海连锁超市应对外资挑战策略 191

四、2011年上海消费品零售总额 193

第四节 其他地区连锁超市发展分析 194

一、长沙超市市场分析 194

二、江苏省超市业情况 195

三、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析 195

四、2010年武汉超市高端战愈演愈烈 196

五、2011年山西省大型超市发展情况 198

六、2011年乐天玛特超市高调进驻吉林省 199

第三部分 行业竞争格局

第七章 连锁超市市场竞争分析 201

第一节 我国零售商业竞争新态势的观察与分析 201

一、跨国商业资本日益表现出明显的战略竞争优势 201

二、零售业态的演化持续加速 203

三、连锁经营模式为我国零售商业提供了重要的组织资源 204

第二节 零售业市场竞争分析 206

一、中国零售业竞争格局 206

二、零售业二三线城市竞争分析 208

三、零售业三四线城市竞争分析 209

四、2011年扩大内需政策推动中外零售巨头加速在华扩张 211

五、零售业十年中外巨头重新布阵 212

六、网购行业可能改变中国零售业格局 214

第三节 连锁超市竞争现状 216

一、连锁超市的竞争优势 216

二、连锁超市核心竞争力分析 219

三、国外零售商跨国扩张的影响 220

第四节 连锁便利店的威胁分析 222

一、便利店连锁市场存在的问题 222

二、中国连锁便利店的发展现状 223

三、中国连锁便利店的发展策略 224

四、连锁便利店的赢利基础分析 226

第五节 连锁百货店的威胁分析 227

一、百货店“买手模式”分析 227

- 二、中日连锁百货店发展比较 229
- 三、百货店分等定级发展分析 231
- 四、连锁百货国产品牌的竞争 232

第八章 跨国零售企业中国市场竞争分析 233

第一节 跨国零售企业在华扩张的业态选择 233

- 一、跨国零售企业在华业态发展状况 233
- 二、跨国零售企业在华扩张的业态战略选择特征及其成因 233
- 三、结论及启示 236

第二节 外资零售企业在中国市场的竞争与动态 236

- 一、2010年外资超市在华新开店及全国布局 236
- 二、2010年外资零售巨头在华竞争业态模式 237
- 三、2011年外资零售在华扩张加速 239
- 四、2011年外资忙开店中资多元化 241
- 五、2011年外资零售巨头面临中国困境 242
- 六、2011年外资零售商连续关闭中国门店 244
- 七、2011年外资零售商纷纷涉足地产 245

第三节 外资挺进三线城市及对本土零售业的影响 246

- 一、国际零售业巨头公司的盈利模式 246
- 二、中国本土超市发展模式 248
- 三、市场发展态势展望 249

第九章 连锁超市优势企业分析 250

第一节 沃尔玛 250

- 一、公司简介 250
- 二、公司动态 250
- 三、公司在中国的政策性壁垒 251
- 四、公司市场再定位策略 252
- 五、沃尔玛激励经营策略 252

第二节 家乐福 255

- 一、公司简介 255
- 二、公司经营情况 256

三、公司网上购物状况 257

四、公司发展战略 259

第三节 麦德龙 260

一、公司简介 260

二、公司经营理念 261

三、公司超市的基本特点 262

四、公司仓储式超市的营销策略 263

五、公司发展展望及策略 265

第四节 易初莲花 266

一、易初莲花简介 266

二、2011年“易初莲花”变身“卜蜂莲花” 267

第五节 华润万家 268

一、公司简介 268

二、发展历程 268

三、华润万家“以小攻大”战略 269

四、公司动态 270

第七节 华联综超 271

一、公司简介 271

二、2010-2011年企业财务数据分析 273

三、2012年公司发展展望及策略 277

第七节 苏果超市 278

一、公司简介 278

二、公司经营之道 278

三、2011年公司发展情况 279

第八节 步步高商业连锁股份有限公司 280

一、公司简介 280

二、2010-2011年企业财务数据分析 281

三、2012年公司发展展望及策略 285

第九节 永辉超市 286

一、公司简介 286

二、2010-2011年企业财务数据分析 287

三、2012年公司发展展望及策略 287

第十节 人人乐 288

一、公司简介 288

二、2010-2011年企业财务数据分析 288

三、2012年公司发展展望及策略 288

第四部分 行业发展趋势及战略

第十章 2012-2016年连锁超市发展趋势分析 291

第一节 全球化条件下我国超市发展趋势 291

一、经营理念的发展趋势 291

二、超市定位的发展趋势 291

三、经营方式的发展趋势 292

四、超市价格的竞争趋势 293

第二节 后WTO时代超市发展趋势分析 294

一、市场定位差别化 294

二、经营规模化 295

三、自有品牌化 295

四、生鲜食品主导化 297

五、物流配送快速化 297

第三节 2012-2016年连锁超市发展趋势分析 299

一、2012年中国连锁超市业发展展望 299

二、大型超市小型化趋势 306

三、超市的细分和规范趋势 307

四、连锁超市的并购趋势 309

五、“扩张”与“转型”趋势 309

六、生鲜超市的发展趋势 311

第四节 2012-2016年农村连锁超市发展趋势分析 315

一、农村超市的发展现状 315

二、农村连锁超市的特殊性 316

三、农村连锁经营的限制因素及发展思路 316

第十一章 2012-2016年连锁超市经营策略分析 318

第一节 国内外大型超市经营模式对比及启示 318

一、国内外大型超市发展现状	318
二、国内外大型超市经营模式对比	318
三、本土大型超市发展的经营启示	321
第二节 连锁超市的营销策略分析	323
一、连锁超市赢利模式分析	323
二、国内连锁超市发展四策略	325
三、连锁超市管理的策略分析	328
四、建设乡镇连锁超市策略分析	329
第三节 中国连锁超市企业供应链管理对策	331
一、连锁超市企业供应链管理存在问题	331
二、连锁超市企业供应链管理对策	333
第四节 客户关系管理在零售超市服务中应用研究	336
一、客户关系管理的内涵	336
二、超市实施客户关系管理的必要性	337
三、超市成功实施客户关系管理的策略	338
第五节 超市成功促销策略	339
一、寻找促销的突破口	339
二、促销策划的框架	339
三、促销策划过程	339
四、促销的评估	339
五、超市赢取顾客靠的不仅是低价	340
第六节 我国大型连锁超市市场营销问题与对策	340
一、大型连锁超市市场营销存在的典型问题	340
二、大型连锁超市突破营销困境的营销策略	344
三、小结	347
第十二章 2012-2016年连锁超市竞争策略分析	348
第一节 本土超市应对外来竞争策略分析	348
一、价格领先	348
二、差异化竞争	349
第二节 提升我国零售企业核心竞争力的策略选择	352
一、中国零售企业所面临的环境	352

二、国际竞争中我国零售企业的优势与劣势	356
三、零售业核心竞争力的分析	357
四、提升中国零售业核心竞争力的发展策略	357
第三节 超市合并扩张策略	359
一、成本对比首先受到重视	359
二、配送和跨区域服务能力面临考验	361
三、被抛弃的代理商	361
第四节 中小连锁超市的优劣势与对策	362
一、中小企业在组织上的特征分析	362
二、中小连锁超市的优劣势分析	364
三、中小超市企业发展中的对策	365

图表目录

图表：2010年社会消费品零售总额北京市合计	1
图表：2010年社会消费品零售总额天津市合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额河北省合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额山西省合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额内蒙古合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额辽宁省合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额吉林省合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额黑龙江合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额上海市合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额江苏省合计	2
图表：2010年社会消费品零售总额浙江省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额安徽省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额福建省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额江西省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额山东省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额河南省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额湖北省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额湖南省合计	3
图表：2010年社会消费品零售总额广东省合计	4

图表：2010年社会消费品零售总额广西区合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额海南省合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额重庆市合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额四川省合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额贵州省合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额云南省合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额西藏合计 4

图表：2010年社会消费品零售总额陕西省合计 5

图表：2010年社会消费品零售总额甘肃省合计 5

图表：2010年社会消费品零售总额青海省合计 5

图表：2010年社会消费品零售总额宁夏区合计 5

图表：2010年社会消费品零售总额新疆区合计 5

图表：2011年国内生产总值同比增长速度 6

图表：2010、2011年居民消费价格同比上涨情况 6

图表：2010、2011年工业生产者出厂价格同比上涨情况 7

图表：2010、2011年城镇居民人均可支配收入实际增长情况 8

图表：2010、2011年农村居民人均收入增长情况 8

图表：2010、2011年社会消费品零售总额增速情况 9

图表：2011年全国粮食产量及其增速 10

图表：2010、2011年规模以上工业增加值增速 11

图表：2011年固定资产投资（不含农户）增速情况 12

图表：2011年房地产开发投资增速 13

图表：2011年进出口总额情况 13

图表：2011年广义货币（M2）增速 14

图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化情况 15

图表：2011年GDP全国合计 15

图表：2011年GDP北京合计 15

图表：2011年GDP天津合计 15

图表：2011年GDP河北省合计 15

图表：2011年GDP山西省合计 15

图表：2011年GDP内蒙古合计 16

图表：2011年GDP辽宁省合计 16

图表：2011年GDP吉林省合计 16

图表：2011年GDP黑龙江合计 16

图表：2011年GDP上海合计 16

图表：2011年GDP江苏省合计 16

图表：2011年GDP浙江省合计 16

图表：2011年GDP安徽省合计 16

图表：2011年GDP江西省合计 17

图表：2011年GDP福建省合计 17

图表：2011年GDP山东省合计 17

图表：2011年GDP河南省合计 17

图表：2011年GDP湖北省合计 17

图表：2011年GDP湖南省合计 17

图表：2011年GDP广东区合计 17

图表：2011年GDP广西区合计 17

图表：2011年GDP海南合计 18

图表：2011年GDP重庆市合计 18

图表：2011年GDP四川省合计 18

图表：2011年GDP云南省合计 18

图表：2011年GDP贵州省合计 18

图表：2011年GDP陕西省合计 18

图表：2011年GDP宁夏合计 18

图表：2011年GDP新疆合计 18

图表：2011年GDP青海合计 19

图表：2011年GDP西藏合计 19

图表：2011年GDP甘肃合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP北京市合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP天津市合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP河北省合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP山西省合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP内蒙古合计 19

图表：2010年GDP和人均GDP辽宁省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP吉林省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP黑龙江合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP上海市合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP江苏省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP浙江省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP安徽省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP福建省合计 20

图表：2010年GDP和人均GDP江西省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP山东省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP河南省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP湖北省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP湖南省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP广东省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP广西区合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP海南省合计 21

图表：2010年GDP和人均GDP重庆市合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP四川省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP贵州省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP云南省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP西藏合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP陕西省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP甘肃省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP青海省合计 22

图表：2010年GDP和人均GDP宁夏区合计 23

图表：2010年GDP和人均GDP新疆区合计 23

图表：2010年居民消费水平北京市合计 23

图表：2010年居民消费水平天津市合计 23

图表：2010年居民消费水平河北省合计 23

图表：2010年居民消费水平山西省合计 23

图表：2010年居民消费水平内蒙古合计 23

图表：2010年居民消费水平辽宁省合计 23

图表：2010年居民消费水平吉林省合计 24

图表：2010年居民消费水平黑龙江省合计 24

图表：2010年居民消费水平上海市合计 24

图表：2010年居民消费水平江苏省合计 24

图表：2010年居民消费水平浙江省合计 24

图表：2010年居民消费水平安徽省合计 24

图表：2010年居民消费水平福建省合计 24

图表：2010年居民消费水平江西省合计 24

图表：2010年居民消费水平山东省合计 25

图表：2010年居民消费水平河南省合计 25

图表：2010年居民消费水平湖北省合计 25

图表：2010年居民消费水平湖南省合计 25

图表：2010年居民消费水平广东省合计 25

图表：2010年居民消费水平广西省合计 25

图表：2010年居民消费水平海南省合计 25

图表：2010年居民消费水平重庆市合计 25

图表：2010年居民消费水平四川省合计 26

图表：2010年居民消费水平贵州省合计 26

图表：2010年居民消费水平云南省合计 26

图表：2010年居民消费水平西藏合计 26

图表：2010年居民消费水平陕西省合计 26

图表：2010年居民消费水平甘肃省合计 26

图表：2010年居民消费水平青海省合计 26

图表：2010年居民消费水平宁夏合计 26

图表：2010年居民消费水平新疆合计 27

图表：西方连锁商店的兴起 106

图表：2010年中外主要超市企业利润率比较 134

图表：2010年中外食品超市经营费用和经营利润比较表 134

图表：2010年中外大型超市经营费用和经营利润比较表 135

图表：2010年中外主要超市企业长期负债/总资产比较 135

图表：2010年中外主要超市企业短期负债/总资产比较 135

图表：2010年中外主要超市企业长短期负债/总资产比较 136

图表：2010年中外大型超市的食品经营比重比较表 138

图表：2010年中外大型超市经营毛利比较表 138

图表：2010年中外大型超市经营费用和经营利润比较表 138

图表：2010年中国境内的外国大型超市的食品经营比重、经营毛利、经营成本、经营利润表
139

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司偿债能力分析 273

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司资本结构分析 273

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司经营效率分析 274

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司获利能力分析 274

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司发展能力分析 275

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司现金流量分析 275

图表：2010-2011年北京华联综合超市股份有限公司投资收益分析 276

图表：2010年北京华联综合超市股份有限公司行业构成 276

图表：2011年北京华联综合超市股份有限公司产品构成 276

图表：2011年北京华联综合超市股份有限公司地区构成分析 277

图表：2011年步步高商业连锁股份有限公司行业构成 281

图表：2011年步步高商业连锁股份有限公司产品构成 281

图表：2011年步步高商业连锁股份有限公司地区构成 281

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司偿债能力分析 282

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司资本结构分析 282

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司经营效率分析 283

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司获利能力分析 283

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司发展能力分析 284

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司现金流量分析 284

图表：2010-2011年步步高商业连锁股份有限公司投资收益分析 285

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对我国零售业发展情况、连锁经营业、超市业发展状况、超市业市场格局、超市企业竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析。本报告全面展示连锁超市业现状，并揭示连锁超市业未来发展趋势和相应的发展策略，是连锁超市企业准确了解目前连锁超市业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1204/48327193AM.html>