

# 2012-2016年中国零售行业 市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国零售行业市场监测及投资前景研究报告》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/maoyi1208/M46510XY37.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-08-21

【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年中国零售行业市场监测及投资前景研究报告》共十五章。介绍了零售行业相关概述、中国零售产业运行环境、分析了中国零售行业的现状、中国零售行业竞争格局、对中国零售行业做了重点企业经营状况分析及中国零售产业发展前景与投资预测。您若想对零售产业有个系统的了解或者想投资零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章、零售业相关概述

### 第一节、零售业简介

- 一、零售业的定义
- 二、零售业的形式
- 三、零售贸易的特征
- 四、零售贸易的功能

### 第二节、零售业的产业特点

- 一、行业生产要素特征
- 二、行业的周期性特征
- 三、行业的季节性特征

### 第三节、零售业投资分析

- 一、投资准入条件
- 二、投资吸引力
- 三、投资风险
- 四、投资建议

## 第二章、中国零售业发展规划背景分析

### 第一节、宏观经济分析

- 一、宏观经济转好是零售业发展的动力
- 二、2009年我国国民经济形势回升向好
- 三、2010年我国国民经济运行良好
- 四、2011年我国国民经济运行分析

### 第二节、消费市场分析

- 一、居民可支配收入的不断提高是行业发展的原动力
- 二、城市化进程是消费增长的重要驱动因素
- 三、中国城镇居民消费需求分析
- 四、中国消费市场结构剖析
- 五、中国消费品市场实现重大跨越
- 六、我国消费品市场新特点解读

### 第三节、关联产业环境

- 一、零售商与银行之间费率的争议
- 二、零售业和商业地产
- 三、零售业和物流业
- 四、零售业和逆向物流

### 第四节、国际背景分析

- 一、当代国际零售业的特点
- 二、全球零售业发展综述
- 三、西方零售业态发展的两个理论分析
- 四、西方发达国家零售业总体呈现的特点
- 五、2009-2010年全球零售货品损耗金额的分析
- 六、国际零售业的主要发展方向

## 第三章、中国零售业发展深入剖析

### 第一节、中国零售业总况

- 一、中国零售业国际地位日益重要
- 二、零售业在中国国民经济中的地位分析
- 三、中国零售业发展综述
- 四、中国零售业步入新的历史发展时期
- 五、“十一五”期间中国零售业凸显的亮点
- 六、中国零售业发展迎来“黄金期”

### 第二节、2008-2011年8月国内零售业的发展

- 一、2008年全国零售业整体发展回顾
- 二、2009年中国零售业表现可圈可点
- 三、2010年我国零售业平稳增长
- 四、2011年我国零售业发展状况

### 第三节、中国农村零售业发展探析

- 一、我国农村零售业发展的特点
- 二、中国农村零售业业态分析
- 三、中国发展农村零售业的必要性
- 四、中国零售业发展必须拓展农村市场

### 第四节、中国零售行业SWOT分析

- 一、优势（Strength）
- 二、劣势（Weaknesses）
- 三、机会（Opportunity）
- 四、威胁（Threat）

### 第五节、未来中国零售业的主要方向

- 一、业态多元化
- 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、管理手段现代化
- 七、自助购物普及化

## 第四章、零售业态之：超市业分析

### 第一节、超市行业发展概况

- 一、超市行业概述
- 二、2010年中国超市业发展的特征解析
- 三、2010年主要外资超市在中国布局状况
- 四、我国高端超市发展状况及对策建议
- 五、制约我国网上超市发展的因素分析
- 六、我国连锁超市的信息化分析

### 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
- 四、连锁超市企业供应链管理中存在的问题及对策

### 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、中国大型超市发展现状
- 四、国内外大型超市经营模式对比及启示
- 五、我国大型超市循环经济模式发展探析
- 六、大型综合超市新的营销策略
- 七、大中型超市社区营销能力提高的思考

### 第四节、中国超市市场开拓与营销战略

- 一、我国连锁超市农村市场开拓探讨
- 二、连锁超市营销八大差异分析
- 三、本土超市应对外来竞争的营销战略
- 四、超市成功促销的经验

### 第五节、超市的发展趋势

- 一、未来中国超市发展基本趋势
- 二、全球化背景下中国超市发展的十个趋势
- 三、21世纪零售业态超市的发展态势

## 第五章、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、英国便利店行业的现状
- 三、日本便利店经营的发展分析
- 四、台湾地区便利店行业的发展

### 第二节、中国便利店的发展概况

- 一、国内外便利店成功案例分析
- 二、中国便利店的总体发展概况
- 三、我国便利店发展特征解析
- 四、2010年主要连锁便利店企业布局状况
- 五、外资企业抢占中国便利店市场
- 六、代表城市上海便利店行业发展分析

### 第三节、我国便利店发展的SWOT分析

- 一、优势（Strength）
- 二、劣势（Weakness）
- 三、机遇（Opportunity）
- 四、威胁（Threaten）

#### 第四节、便利店的投资分析

- 一、中国发展便利店的必要
- 二、便利店的市场定位分析
- 三、便利店赢利的基础分析
- 四、便利店的投资规划建议
- 五、便利店市场的投资前景看好

#### 第五节、中国便利店发展存在的问题及对策

- 一、我国便利店发展过程中存在的问题
- 二、我国便利店发展的四大建议
- 三、便利店经营策略分析

#### 第六节、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
- 三、便利店业态经营的趋势分析

### 第六章、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、我国购物中心发展势头迅猛
- 三、我国购物中心发展的驱动因素
- 四、社区型购物中心成我国购物中心主体类型
- 五、中国购物中心的显著特点及未来趋势
- 六、我国三线城市购物中心发展前景预测

### 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

- 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、我国购物中心发展的策略性建议
- 四、国内发展大型郊区购物中心需谨慎

## 第七章、零售业态之：百货店业分析

### 第一节、中国百货店业发展概况

- 一、中日美三国百货店业对比分析
- 二、2010年中国百货行业发展综述
- 三、2011年中国百货行业发展态势
- 四、我国百货行业发展呈现的新特点
- 五、我国百货业发展的本土优势
- 六、未来十年我国百货行业发展的机遇

### 第二节、中国百货业供应商关系管理探析

- 一、百货业供应商关系管理简述
- 二、百货业供应商关系管理的作用
- 三、百货店加强与高端品牌供应商合作
- 四、国内百货业供应商关系管理中的问题
- 五、百货业供应商管理的发展趋势

### 第三节、中国百货业的营销

- 一、百货店常用的促销手段
- 二、百货商场营销策划的主要因素
- 三、百货业营销中应避免的误区
- 四、百货店的促销建议

### 第四节、大型百货店分析

- 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的要素构成
- 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

### 第五节、百货行业发展面临的挑战及对策

- 一、我国百货业发展中存在的主要问题
- 二、中国百货行业发展面临的五大挑战
- 三、后危机时代我国百货业的发展对策
- 四、我国百货业应对市场竞争的策略

## 第八章、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、其他零售业态对大卖场产生的竞争力
- 四、我国大卖场经营策略

### 第二节、仓储式商场

- 一、仓储式商场发展历史
- 二、仓储式商场经营分析
- 三、仓储式商场发展分析
- 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、外资专业店在华发展之路解析

#### 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

### 第九章、主要商品零售市场分析

#### 第一节、服装市场

一、我国服装零售市场规模及增速

二、我国服装市场的特征

三、我国服装市场消费特点

四、2010中国服装零售市场状况

五、2011年我国服装零售状况浅析

六、我国服装产业集群深度解析

七、我国服装零售行业相关政策盘点

八、未来我国服装市场消费分析

九、“十二五”期间我国服装业的发展趋势

#### 第二节、家电市场

一、我国家电市场产品供给状况

二、“十一五”期间我国家电产业取得的成就

三、2010年我国家电市场规模获得突破

四、2011年我国家电市场发展分析

五、加快我国家电自主品牌建设的建议及政策措施

六、“十二五”我国家电市场面临的机遇和挑战

七、“十二五”我国家电行业发展规划探析

八、我国家电网上零售市场分析预测

#### 第三节、汽车市场

一、我国汽车行业总况

二、我国汽车消费市场持续快速发展

三、中国汽车市场特点分析

四、2010-2011年我国汽车市场状况

- 五、我国汽车市场价格解析
- 六、我国汽车行业政策盘点分析
- 七、我国汽车产业发展的建议
- 八、我国汽车市场前景展望
- 九、未来我国汽车产业发展面临的形势

#### 第四节、食品市场

- 一、我国食品市场零售总额及增速解析
- 二、我国食品行业运行特点
- 三、“十一五”期间我国食品业发展综述
- 四、2011年我国食品业运行状况分析
- 五、我国食品市场价格走势
- 六、制约我国食品业发展的瓶颈
- 七、食品行业发展的政策措施
- 八、中国食品市场消费趋势剖析
- 九、“十二五”我国食品行业发展展望

#### 第五节、化妆品市场

- 一、我国化妆品产业高速发展
- 二、中国化妆品市场产品供给分析
- 三、我国化妆品市场零售规模及增速
- 四、我国化妆品市场消费特点
- 五、我国化妆品市场存在的问题
- 六、我国化妆品市场发展建议
- 七、“十二五”我国化妆品零售业前瞻
- 八、我国化妆品行业发展趋势分析

### 第十章、中国重点城市零售行业发展状况

#### 第一节、北京

- 一、北京零售市场总体运行情况
- 二、“十一五”北京零售行业发展成就
- 三、北京消费品零售市场结构特点
- 四、北京消费品零售市场热点剖析
- 五、2009-2011年北京市社会消费品零售状况

- 六、引进国外品牌助推北京市零售业发展
- 七、北京市积极促进网上零售业发展
- 八、北京市零售行业未来发展前景展望

## 第二节、上海

- 一、上海零售业业态发展分析
- 二、零售业已成为上海经济增长的重要推动力
- 三、上海消费品零售市场的特点
- 四、上海居民消费价格水平分析
- 五、上海居民收入及消费水平较快增长
- 六、上海零售业发展的趋势
- 七、&ldquo;十二五&rdquo;上海零售业发展规划

## 第三节、广州

- 一、广州消费品零售市场总体分析
- 二、广州城市居民消费结构变化状况
- 三、2011年广州零售业掀起扩张风潮
- 四、后亚运时代广州零售市场格局分析
- 五、广州市零售业态的渠道创新
- 六、广州传统百货业发力电子商务领域
- 七、广州零售业发展存在的主要问题
- 八、2015年广州社会消费品零售规划

## 第四节、深圳

- 一、深圳零售业发展综述
- 二、深圳零售业发展成就
- 三、2010年深圳零售行业扩张加速
- 四、2011年深圳社会消费品零售额快速增长
- 五、深圳零售业快速成长的原因探析
- 六、深圳零售业发展中的问题
- 七、深圳零售业发展的对策建议
- 八、未来深圳零售业的发展趋势解析

## 第五节、成都

- 一、2010年成都零售业剖析
- 二、2011年成都零售业发展状况

- 三、成都市零售业布局情况解析
- 四、成都市零售行业呈现高端化态势
- 五、成都零售业发展面临的问题
- 六、成都市零售行业未来发展趋势

## 第十一章、中国主要零售商业圈分析

### 第一节、北京主要零售商业圈

- 一、王府井商圈
- 二、西单商圈
- 三、燕莎商圈
- 四、中关村商圈
- 五、公主坟商圈
- 六、阜成门商圈
- 七、崇文门商圈
- 八、CBD商圈

### 第二节、上海主要零售商业圈

- 一、南京西路商圈
- 二、徐家汇商圈
- 三、淮海路商圈
- 四、陆家嘴商圈
- 五、南京东路商圈
- 六、虹桥商圈
- 七、五角场商圈
- 八、中山公园商圈
- 九、四川北路商圈

### 第三节、广州主要零售商业圈

- 一、天河商圈
- 二、中华广场商圈
- 三、东山商圈
- 四、珠江新城商圈
- 五、北京路商圈
- 六、白云新城商圈

## 七、环市东商圈

### 第四节、深圳主要零售商业圈

#### 一、东门商圈

#### 二、华强北商圈

#### 三、深圳湾商业圈

#### 四、人民南商圈

#### 五、南山商圈

#### 六、华侨城商圈

#### 七、宝安商圈

#### 八、龙岗商圈

### 第五节、武汉主要零售商业圈

#### 一、徐东商圈

#### 二、中南商圈

#### 三、光谷商圈

#### 四、街道口商圈

#### 五、武广商圈

#### 六、江汉路商圈

#### 七、钟家村商圈

## 第十二章、中国零售业电子商务的发展

### 第一节、中国电子商务全面分析

#### 一、我国电子商务发展现状

#### 二、我国电子商务发展中存在的主要问题

#### 三、我国电子商务发展的保障措施

#### 四、我国电子商务发展的指导思想和主要目标

#### 五、我国电子商务发展的工作任务和重点工程

### 第二节、传统零售业与电子商务

#### 一、电子商务对传统零售业的影响

#### 二、传统零售业融合电子商务具有积极意义

#### 三、我国传统零售业发展电子商务存在的问题

#### 四、我国发展零售业电子商务的对策

#### 五、电子商务环境下传统零售业的发展趋势

### 第三节、2009-2011年中国网络零售市场规模分析

- 一、2009年我国网络零售市场交易规模分析
- 二、2010年我国网络零售市场交易规模分析
- 三、2011年我国网络零售市场交易规模分析

## 第十三章、重点零售企业分析

### 第一节、苏宁电器股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、主营业务及其经营状况
- 三、投资状况
- 四、发展规划

### 第二节、上海新世界股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、主营业务及其经营状况
- 三、投资状况
- 四、公司未来发展展望

### 第三节、北京王府井百货（集团）股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、主营业务及其经营状况
- 三、投资状况
- 四、公司未来展望

### 第四节、广州市广百股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、主营业务及其经营状况
- 三、公司未来发展规划

### 第五节、重庆百货大楼股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、主营业务及其经营状况
- 三、投资状况
- 四、未来发展展望

## 第十四章、中国零售业面临的挑战及发展建议

## 第一节、中零售业发展与国外的差距

- 一、经营规模的差距
- 二、业态选择的差距
- 三、信息化水平的差距
- 四、经营效率的差距

## 第二节、中国零售业存在的问题

- 一、过度竞争
- 二、业态结构不合理
- 三、区域结构失衡
- 四、技术含量偏低
- 五、人才紧缺

## 第三节、国内农村零售业存在的主要问题

- 一、农村收入水平和消费水平低
- 二、农村商业网点布局散乱
- 三、农村基础设施落后
- 四、农村零售业规模小档次低
- 五、农村零售业服务水平低

## 第四节、中国零售业的发展战略

- 一、扩大国内零售企业的规模
- 二、采取灵活多样的零售业态
- 三、提升管理水平增加科技含量
- 四、完善零售供应链
- 五、加强人才培养

## 第五节、我国农村零售业发展的策略

- 一、提高认识
- 二、增加收入
- 三、制定规划
- 四、业态创新
- 五、整肃市场

# 第十五章、零售业政策方向及规划建议

## 第一节、中国零售行业政策解析

- 一、2009年中国宏观调控政策及其对零售业的影响
- 二、2009年与零售业有关的政策
- 三、2010年影响我国零售业的政策盘点
- 四、规范我国零售商超业收费行为和加强行政执法的建议

## 第二节、我国促进零售业发展的政策措施

- 一、建立健全商业法律体系
- 二、促进城乡市场协调发展
- 三、全面开展零售企业分等定级工作
- 四、推进商业城新体系建设
- 五、加快零售企业的改革步伐

## 第三节、未来我国零售业政策导向

- 一、扩大消费政策将继续深化
- 二、推进农村市场体系建设
- 三、加快流通领域电子商务发展
- 四、制定政策扶持引导零售业节能

## 第四节、中国零售业发展规划探析

- 一、“十二五”期间零售业将发挥基础性作用
- 二、“十二五”中国零售业面临的机遇和挑战
- 三、“十二五”中国零售业要切实转变发展方式
- 四、“十二五”我国消费品零售市场发展目标

## 图表目录：

图表 中国商业零售市场投资吸引力排名

图表 2008-2009年我国工业增加值增速情况

图表 2008-2009年我国GDP季度累计增速情况

图表 2009-2010年我国工业增加值增速情况

图表 2009-2010年我国GDP季度累计增速情况

图表 2010-2011年我国工业增加值增速情况

图表 2010-2011年我国GDP季度累计增速情况

图表 1978-2009年我国城乡居民收入增长情况

图表 1990-2009年我国农村居民收入结构的变化

图表 1990-2008年我国城镇居民收入结构的变化

图表 1984-2009年城镇及农村人口数量比重

图表 1998-2007年中国城镇居民人均收入变动情况

图表 2003-2008年中国高、中、低收入群体平均消费倾向变动情况

图表 2005-2008年中国高、中、低收入群体边际消费倾向变动情况

图表 2005-2008年中国按收入分组人均服务性消费支出占消费性支出比重

图表 购房建房行为对居民家庭人均消费性支出的影响

图表 1978-2009年我国城乡居民恩格尔系数变化情况

图表 我国城乡居民三次消费升级情况

图表 1990-2009年我国城乡居民消费构成

图表 2009年各地区社会消费品零售总额比较

图表 2000-2009年社会消费品零售总额的区域构成

图表 2009年各地区社会消费品零售额增长率情况

图表 2009年社会消费品零售总额最高的8个省份占全国比重

图表 1978-2009年社会消费品零售总额的城乡构成

图表 按农村居民家庭收入五分组生活消费水平比较

图表 按城镇居民家庭收入七分组生活消费水平比较

图表 2004-2009年限额以上商贸企业各商品累计同比增长率

图表 2009年我国居民消费价格指数各月走势变化

图表 2009年居民消费价格分类别涨跌幅

图表 2010年我国物流业统计数据

图表 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 截至2010年底家乐福、沃尔玛、乐购、大润发在华门店分布对比统计

图表 家乐福大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）

图表 沃尔玛大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）

图表 大润发大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）

图表 乐购大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）

图表 美国便利店的总数及其增长率

图表 美国便利店的销售收入

图表 美国便利店的税前利润总额及其增长率

图表 美国便利店相关统计数据

图表 英国零售行业各业态收入占比

图表 便利店公司主要成本费用分布

图表 2010年主要连锁便利店企业门店数量及分布

图表 上海便利店主要数据分析

图表 美国购物中心网点数量分布

图表 美国购物中心出租面积分布

图表 美国购物中心结构分布

图表 历年美国购物中心的单位面积零售额

图表 美国购物中心的单位面积零售率

图表 美国地区收入差异与购物中心发展

图表 世界城市化引起零售业变迁规律

图表 中国与国外居民的消费率比较

图表 截止2009年全国购物中心类型分布比例

图表 2001-2009年全国新开业购物中心类型分布比例

图表 中国购物中心数量的城市分布

图表 一二三线城市购物中心的开业量比较

图表 Mall China会员租售面积抽样分析

图表 2009年主要连锁百货企业经营情况详表

图表 2010年百货行业样本企业不同增速企业比例及比重分析

图表 2010年百货行业样本企业（集团）不同规模企业销售情况

图表 高端品牌商品对于百货店的重要性

图表 百货店引进高端品牌商品的条件

图表 百货店与高端品牌商品供应商合作的关注度

图表 百货店与高端品牌供应商“战略合作”方面的关注度指标

图表 欧美、日本、中国的零售业的集中度

图表 消费者对专卖店和大商场的放心度对比

图表 消费者对专卖店和商场的喜欢比例

图表 消费者对专卖店和大商场价格评比

图表 1990-2009年我国城镇居民服装消费支出情况

图表 1990-2009年我国城镇居民服装支出占消费支出的比重

图表 2006-2008年我国限额以上批发和零售企业服装类商品销售情况比较

图表 1978-2009年我国部分家电生产情况

图表 2011-2013年中国家用电器制造业供给能力预测

图表 2009年世界主要国家汽车销量比较

图表 2001-2009年我国汽车产量比较

图表 2006-2009年全国汽车价格汇总

图表 2000-2009年全国汽车产销量汇总

图表 2009年限额以上企业汽车零售额增长同比增速

图表 2006-2009年我国限额以上批发和零售企业食品类商品销售额

图表 1990-2009年城镇居民消费支出与食品支出的比较

图表 “十一五”期间我国食品工业取得的成就

图表 2011年全国工业与食品工业增加值增长速度

图表 2011年我国食品工业分行业主要指标

图表 2011年我国食品工业分行业主要效益指标

图表 2009年我国食品价格及消费价格走势

图表 2006-2009年我国化妆品类商品销售额情况比较

图表 2006-2009年我国限额以上批发和零售企业化妆品类商品销售情况

图表 2009年我国化妆品市场消费结构

图表 2009年北京市居民消费价格分类指数

图表 2009年北京市居民消费价格指数走势

图表 2008-2009年北京消费者信心指数变化

图表 2009年北京市限额以上零售企业按业态分组的零售额情况

图表 2009年1-12月北京市社会消费品零售额及增长情况

图表 2010年1-12月北京市社会消费品零售额及增长情况

图表 2000-2009年上海社会消费品零售总额变化状况

图表 2011年1-12月上海市社会消费品零售状况

图表 2009年上海市居民消费价格分类指数

图表 2010年上海市居民消费价格指数

图表 2011年上海市居民消费价格指数

图表 2002-2008年上海电子商务交易额情况

图表 2001-2009年广州市GDP及增速

图表 2009年广州市居民消费价格走势

图表 2009年广州市消费品零售总额各月增速

图表 2000-2009年广州城市居民人均消费性支出变化情况

图表 2008-2011年中国网上零售市场成交规模

图表 国家实施的鼓励消费的政策

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1208/M46510XY37.html>