

# 2014-2019年中国百货行业 监测与投资决策咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2014-2019年中国百货行业监测与投资决策咨询报告》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/201402/102112.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

2012年全国社会消费品零售总额达到21万亿元，比2011年增长14.3%，明显高于GDP增速。2012年零售业经营单位数和从业人员数继续增加，分别达到2354万个和6134万人，吸纳了第三产业近五分之一的从业人员。百货零售业实现增加值1.9万亿元，创造了第三产业近十分之一的增加值。对GDP增长的贡献率约为5.9%。百货零售业实现税收3844亿元，占第三产业税收收入的6.9%，占全国税收总收入的3.5%。为拉动经济增长、扩大社会就业、增加财税收入作出了积极贡献。

各地区百货零售综合竞争力前10位的地区为上海、北京、广东、天津、江苏、内蒙古、浙江、山东、辽宁、吉林。东部地区百货零售业竞争力总体上较强，主要体现在百货零售业规模较大、地区开放度较高。零售业竞争力前10名中，东部地区占了8位，中西部地区排名比较靠后。从总体上看，上海排名第一，上海的竞争力主要体现在规模和发展水平因子、盈利能力因子。从具体指标上看，上海的户均资产、户均营业收入、人均GDP、人口密度、人均收入、人口密度、城市化水平、路网密度等指标排名靠前，说明上海零售业的发展水平比较高，发展的环境良好。北京在总得分上排名第二，竞争力主要体现在规模和发展水平因子、地区开放度因子和零售业扩张速度因子。从具体指标来看，人均零售额、固定资产周转率、人均GDP、人均收入、人口密度、城市化水平、路网密度、国际旅游外汇收入、入境旅游人数等指标排名靠前。广东排名第三，地区开放度因子、零售业营运能力因子、零售业盈利能力因子都排进了前十，其中地区开放度因子排名首位，体现了广东外向型经济的特点。天津在总体上排名第四，主要体现在零售业规模和发展水平因子、零售业盈利能力因子和零售业扩张速度因子。江苏在总体上排名第五，各项指标中排名比较平均，体现出江苏均衡发展的特点。

本行业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、国家海关总署、国家商务部、国家财政部、国务院发展研究中心、百货行业相关协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国百货行业发展情况、发展趋势及其所面临的问题等进行了分析，详细分析了“十二五”规划期间百货行业最主要的经济特性是什么？“十二五”规划期间百货行业中的变革驱动因素有哪些？它们有何影响？“十二五”规划期间百货行业中下一个竞争行动将是什么？“十二五”规划期间百货行业决定竞争成败的关键因素是什么？“十二五”规划期间从平均水平之上的赢利前景这个角度来看，百货行业的吸引力有多大？本报告是百货行业相关行业、投资机构以及相关单位准确了解目前百货行业发展动态，把握百货行业发展趋势，制定市场策略必备的精品。

## 报告目录

### 第一部分 百货行业运行环境

#### 第一章 百货行业相关概述 1

##### 第一节 百货行业定义及分类 1

###### 一、行业定义 1

###### 二、行业主要分类 1

###### 三、行业特性及在国民经济中的地位 1

##### 第二节 百货行业统计标准 2

###### 一、统计部门 2

###### 二、行业主要统计方法介绍 2

###### 三、行业涵盖数据种类介绍 2

##### 第三节 “十一五”中国百货行业经济指标分析 2

###### 一、赢利性 2

###### 二、成长速度 3

###### 三、附加值的提升空间 4

###### 四、进入壁垒 / 退出机制 4

###### 五、风险性 5

###### 六、行业周期 5

###### 七、竞争激烈程度指标 6

##### 第四节 百货行业产业链分析 7

###### 一、产业链结构分析 7

###### 二、主要环节的增值空间 7

###### 三、与上下游行业之间的关联性 8

#### 第二章 百货行业“十二五”规划概述 9

##### 第一节 “十一五”百货行业发展回顾 9

###### 一、“十一五”百货行业运行情况 9

###### 二、“十一五”百货行业发展特点 12

###### 三、“十一五”百货行业发展成就 14

##### 第二节 百货行业“十二五”总体规划 16

###### 一、百货行业“十二五”指导思想 16

###### 二、百货行业“十二五”规划基本原则 16

###### 三、百货行业“十二五”规划主要目标 17

第三节 “十二五”规划解读	18
一、“十二五”规划的总体战略布局	18
二、“十二五”规划对经济发展的影响	19
三、“十二五”规划的主要精神解读	21
第三章 “十二五”期间经济环境分析	29
第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势	29
一、“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长	29
二、“十二五”期间经济全球化曲折发展	29
三、“十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业	30
四、“十二五”期间跨国投资再趋活跃	30
五、“十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济	31
六、“十二五”期间美元地位继续削弱	32
七、“十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升	33
第二节 “十二五”期间我国经济面临的形势	33
一、“十二五”期间我国经济将长期趋好	33
二、“十二五”期间我国经济将围绕三个转变	34
三、“十二五”期间我国工业产业将全面升级	35
四、“十二五”期间我国以绿色发展战略为基调	36
五、我国经济现状	36
第三节 “十二五”期间我国对外经济贸易预测	57
一、“十二五”期间我国劳动力结构预测	57
二、“十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测	58
三、“十二五”期间我国自主创新结构预测	58
四、“十二五”期间我国产业体系预测	59
五、“十二五”期间我国产业竞争力预测	60
六、“十二五”期间我国经济国家化预测	60
七、“十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测	61
八、“十二五”期间人民币区域化和国际化预测	62
九、“十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测	63
十、“十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测	63
第二部分 百货行业深度分析	
第四章 百货行业全球发展分析	66

## 第一节 全球百货市场总体情况分析 66

- 一、全球百货行业的发展特点 66
- 二、2012-2014年全球百货市场结构 66
- 三、2012-2014年全球百货行业发展分析 67
- 四、2012-2014年全球百货行业竞争格局 68
- 五、2012-2014年全球百货市场区域分布 69

## 第二节 全球主要国家（地区）市场分析 70

### 一、欧洲 70

- 1、欧洲百货行业发展概况 70
- 2、2012-2014年欧洲百货市场特点 70
- 3、“十二五”期间欧洲百货行业发展前景预测 73

### 二、北美 74

- 1、北美百货行业发展概况 74
- 2、2012-2014年北美百货市场特点 75
- 3、“十二五”期间北美百货行业发展前景预测 80

### 三、日本 80

- 1、日本百货行业发展概况 80
- 2、2012-2014年日本百货市场特点 81
- 3、“十二五”期间日本百货行业发展前景预测 82

### 四、其他国家地区 84

## 第五章 “十一五”百货行业总体发展状况 86

### 第一节 百货行业特性分析 86

### 第二节 百货产业特征与行业重要性 87

### 第三节 “十一五”百货行业发展分析 92

- 一、“十一五”百货行业发展态势分析 92
- 二、“十一五”百货行业发展特点分析 92
- 三、“十二五”区域产业布局与产业转移 93

### 第四节 “十一五”百货行业规模情况分析 94

- 一、行业单位规模情况分析 94
- 二、行业人员规模状况分析 95
- 三、行业资产规模状况分析 95
- 四、行业市场规模状况分析 96

第五节 “十一五”百货行业财务能力分析	97
一、行业盈利能力分析与预测	97
二、行业偿债能力分析	97
三、行业营运能力分析	98
四、行业发展能力分析	98
第六章 中国百货市场规模分析	99
第一节 “十一五”中国百货市场规模分析	99
第二节 “十一五”我国百货区域结构分析	99
第三节 “十一五”中国百货区域市场规模	100
一、“十一五”东北地区市场规模分析	100
二、“十一五”华北地区市场规模分析	101
三、“十一五”华东地区市场规模分析	104
四、“十一五”华中地区市场规模分析	107
五、“十一五”华南地区市场规模分析	108
六、“十一五”西部地区市场规模分析	110
第四节 “十二五”中国百货市场规模预测	112
第七章 我国百货行业运行分析	113
第一节 我国百货行业发展状况分析	113
一、我国百货行业发展阶段	113
二、我国百货行业发展总体概况	113
三、我国百货行业发展特点分析	115
四、我国百货行业商业模式分析	117
第二节 2012-2014年百货行业发展现状	122
一、2012-2014年我国百货行业市场规模	122
二、2012-2014年我国百货行业发展分析	123
三、2012-2014年中国百货企业发展分析	124
第三节 2012-2014年百货市场情况分析	125
一、2012-2014年中国百货市场总体概况	125
二、2012-2014年中国百货市场发展分析	125
第八章 “十二五”期间我国百货市场供需形势分析	127
第一节 我国百货市场供需分析	127
一、2012-2014年我国百货行业供给情况	127

二、2012-2014年我国百货行业需求情况	127
三、2012-2014年我国百货行业供需平衡分析	128
第二节 百货产品（服务）市场应用及需求预测	129
一、百货产品（服务）应用市场总体需求分析	129
二、“十二五”期间百货行业领域需求量预测	130
三、重点行业百货产品（服务）需求分析预测	132
第三部分 百货行业竞争策略	
第九章 “十二五”百货行业产业结构调整分析	134
第一节 百货产业结构分析	134
一、市场细分充分程度分析	134
二、各细分市场领先企业排名	134
三、领先企业的结构分析（所有制结构）	136
第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	136
一、产业价值链的构成	136
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	136
第三节 “十二五”产业结构发展预测	138
一、产业结构调整指导政策分析	138
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	139
三、中国百货行业参与国际竞争的战略市场定位	140
四、“十二五”产业结构调整方向分析	141
第十章 百货行业竞争力优势分析	143
第一节 百货行业竞争力优势分析	143
一、行业地位分析	143
二、行业整体竞争力评价	143
三、行业竞争力评价结果分析	144
四、竞争优势评价及构建建议	145
第二节 中国百货行业竞争力分析	146
一、我国百货行业竞争力剖析	146
二、我国百货企业市场竞争的优势	147
三、国内百货企业竞争能力提升途径	148
第三节 百货行业SWOT分析	149
一、百货行业优势分析	149



二、百货行业劣势分析	151
三、百货行业机会分析	151
四、百货行业威胁分析	152
第十一章 “十二五”期间百货行业市场竞争策略分析	153
第一节 行业总体市场竞争状况分析	153
一、百货行业竞争结构分析	153
二、百货行业企业间竞争格局分析	153
三、百货行业集中度分析	154
第二节 中国百货行业竞争格局综述	155
一、百货行业竞争概况	155
二、百货行业主要企业竞争力分析	155
第三节 2012-2014年百货行业竞争格局分析	157
一、2012-2014年国内外百货竞争分析	157
二、2012-2014年我国百货市场竞争分析	158
三、2012-2014年我国百货市场集中度分析	159
四、2012-2014年国内主要百货企业动向	159
第四节 百货企业竞争策略分析	162
一、提高百货企业核心竞争力的对策	162
二、影响百货企业核心竞争力的因素及提升途径	164
三、提高百货企业竞争力的策略	166
第十二章 “十二五”百货行业重点企业发展形势分析	168
第一节 大商集团	168
一、企业概况	168
二、企业优劣势	168
三、“十一五”经营状况分析	170
四、“十二五”期间发展战略规划	171
第二节 新华百货	173
一、企业概况	173
二、企业优劣势分析	174
三、“十一五”经营状况分析	175
四、“十二五”期间发展战略规划	176
第三节 合肥百货大楼集团股份有限公司	177

- 一、企业概况 177
- 二、企业优劣势分析 178
- 三、"十一五"经营状况分析 180
- 四、"十二五"期间发展战略规划 182
- 第四节 新世界百货 185
  - 一、企业概况 185
  - 二、企业优劣势分析 186
  - 三、"十一五"经营状况分析 187
  - 四、"十二五"期间发展战略规划 188
- 第五节 中百控股集团股份有限公司 189
  - 一、企业概况 189
  - 二、企业优劣势分析 190
  - 三、"十一五"经营状况分析 191
  - 四、"十二五"期间发展战略规划 192
- 第六节 南京中央商场股份有限公司 195
  - 一、企业概况 195
  - 二、企业优劣势分析 196
  - 三、"十一五"经营状况分析 197
  - 四、"十二五"期间发展战略规划 198
- 第七节 上海友谊集团股份有限公司 201
  - 一、企业概况 201
  - 二、企业优劣势分析 202
  - 三、"十一五"经营状况分析 203
  - 四、"十二五"期间发展战略规划 205
- 第八节 文峰大世界连锁发展股份有限公司 207
  - 一、企业概况 207
  - 二、企业优劣势分析 208
  - 三、"十一五"经营状况分析 209
  - 四、"十二五"期间发展战略规划 210
- 第九节 武汉武商集团股份有限公司 214
  - 一、企业概况 214
  - 二、企业优劣势分析 215

三、"十一五"经营状况分析	216
四、"十二五"期间发展战略规划	218
第十节 王府井百货（集团）股份有限公司	220
一、企业概况	220
二、企业优劣势分析	221
三、"十一五"经营状况分析	222
四、"十二五"期间发展战略规划	224
第四部分 百货行业投资前景展望	
第十三章 "十二五"期间百货行业投资前景展望	227
第一节 百货行业"十二五"投资机会分析	227
一、百货投资项目分析	227
二、可以投资的百货模式	229
三、"十二五"百货投资机会	231
第二节 "十二五"期间百货行业发展预测分析	233
一、"十二五"百货发展分析	233
二、"十二五"百货行业技术开发方向	234
第三节 未来市场发展趋势	236
一、产业集中度趋势分析	236
二、"十二五"行业发展趋势	239
第十四章 "十二五"期间百货行业投资价值评估分析	241
第一节 百货行业投资特性分析	241
一、百货行业进入壁垒分析	241
二、百货行业盈利因素分析	241
三、百货行业盈利模式分析	242
第二节 "十二五"期间百货行业发展的影响因素	243
一、有利因素	243
二、不利因素	244
第三节 "十二五"期间百货行业投资价值评估分析	244
一、行业投资效益分析	244
二、产业发展的空白点分析	245
三、投资回报率比较高的投资方向	246
四、新进入者应注意的障碍因素	247

第四节 “十二五”中国百货行业投资收益预测	249
一、“十二五”中国百货行业总产值预测	249
二、“十二五”中国百货行业销售收入预测	249
第十五章 “十二五”期间百货行业发展趋势及投资风险分析	250
第一节 “十一五”百货存在的问题	250
第二节 “十二五”发展预测分析	251
一、“十二五”期间百货发展方向分析	251
二、“十二五”期间百货行业发展趋势预测	253
第三节 “十二五”期间百货行业投资风险分析	254
一、竞争风险分析	254
二、市场风险分析	255
三、管理风险分析	256
四、投资风险分析	261
第十六章 百货行业“十二五”热点问题探讨	265
第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构	265
第二节 发展绿色经济和百货经济，增强可持续发展能力	282
第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展	285
第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究	287
第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构	289
第五部分 百货行业投资规划指导	
第十七章 “十二五”期间百货行业面临的困境及对策	291
第一节 2013年百货行业面临的困境	291
第二节 百货企业面临的困境及对策	293
一、重点百货企业面临的困境及对策	293
1、重点百货企业面临的困境	293
2、重点百货企业对策探讨	294
二、中小百货企业发展困境及策略分析	296
1、中小百货企业面临的困境	296
2、中小百货企业对策探讨	297
三、国内百货企业的出路分析	299
第三节 中国百货行业存在的问题及对策	307
一、中国百货行业存在的问题	307

二、百货行业发展的建议对策	308
1、竞争性战略联盟的实施	308
2、企业自身应对策略	309
三、市场的重点客户战略实施	310
1、实施重点客户战略的必要性	310
2、合理确立重点客户	313
3、重点客户战略管理	313
4、重点客户管理功能	314
第四节 中国百货市场未来发展对策	316
第十八章 “十二五”期间百货行业投资战略研究	322
第一节 百货行业发展战略研究	322
一、战略综合规划	322
二、技术开发战略	323
三、业务组合战略	324
四、区域战略规划	326
五、产业战略规划	327
六、营销品牌战略	327
七、竞争战略规划	328
第二节 对我国百货品牌的战略思考	330
一、百货品牌的重要性	330
二、百货实施品牌战略的意义	330
三、百货企业品牌规划分析	332
四、我国百货企业的品牌战略	335
五、百货品牌战略管理的策略	335
第三节 百货经营策略分析	336
一、百货市场细分策略	336
二、百货市场创新策略	337
三、品牌定位与品类规划	340
四、百货新产品差异化战略	343
第四节 百货行业投资战略研究	349
一、2013年百货行业投资战略	349
二、“十二五”期间百货行业投资战略	350

### 三、"十二五"期间细分行业投资战略 350

#### 第十九章 研究结论及投资建议 354

##### 第一节 百货行业研究结论及建议 354

##### 第二节 百货子行业研究结论及建议 354

##### 第三节 百货行业"十二五"投资建议 356

###### 一、行业发展策略建议 356

###### 二、行业投资方向建议 357

###### 三、行业投资方式建议 358

#### 图表目录

图表：2013年经济指标环比增长情况 41

图表：2012-2013年我国GDP增长速度 41

图表：2012-2013年我国规模以上工业增加值增速 42

图表：2012-2013年我国固定资产投资增速 42

图表：2012-2013年我国房地产开发投资增速 42

图表：2012-2013年我国社会消费品总额名义增速 43

图表：2012-2013年我国居民消费价格增速 43

图表：2012-2013年我国工业生产出厂价格涨跌情况 43

图表：2012-2013年我国城镇居民可支配收入实际增速 44

图表：2012-2013年我国农村居民人均收入实际增速 44

图表：2012-2013年我国人口及其自然增长率变化情况 44

图表：基于CQMM计算的产出缺口 46

图表：美国及欧元区经济变化假定 47

图表：汇率变化假定 48

图表：M2变化趋势假定 49

图表：GDP季度增长趋势预测 49

图表：价格指数预测 50

图表：外汇储备增长预测 52

图表：中国进出口增长预测 52

图表：固定资产投资总额增长预测 53

图表：固定资产投资增长率预测 54

图表：消费增速预测 55

图表：公共财政收入增速预测 56

图表：全球各业态百货零售数量分布 66

图表：2010年世界十大百货零售巨头情况 68

图表：2010年世界250强零售企业收入情况 69

图表：2010年不同区域百货零售业情况 69

图表：产业布局优劣势 94

图表：2011-2012年全国百货零售业经营单位数 95

图表：2012年全国百货零售业从业人数 95

图表：2012年全国百货零售业建筑面积 96

图表：2010-2012年东北地区百货业商品销售额 101

图表：2010-2012年华北地区百货业商品购进总额 103

图表：2010-2012年华北地区百货业统一配送商品购进额 103

图表：2010-2012年华北地区百货业自有配送中心配送商品购进额 103

图表：2010-2012年华北地区百货业商品销售额 104

图表：2010-2012年华北地区百货业零售额 104

图表：2010-2012年华东地区百货业商品购进总额 105

图表：2010-2012年华东地区百货业统一配送商品购进额 105

图表：2010-2012年华东地区百货业自有配送中心配送商品购进额 106

图表：2010-2012年华东地区百货业非自有配送中心配送商品购进额 106

图表：2010-2012年华东地区百货业商品销售额 106

图表：2010-2012年华东地区百货业零售额 107

图表：2012年华东地区百货业商品销售额占全国商品销售额比 107

图表：2010-2012年华中地区百货业商品销售额 108

图表：2010-2012年华南地区百货业商品购进总额 108

图表：2010-2012年华南地区百货业统一配送商品购进额 109

图表：2010-2012年华南地区百货业自有配送中心配送商品购进额 109

图表：2010-2012年华南地区百货业非自有配送中心配送商品购进额 109

图表：2010-2012年华南地区百货业商品销售额 110

图表：2010-2012年华南地区百货业零售额 110

图表：2010-2012年西北地区百货业商品销售额 111

图表：2010-2012年西南地区百货业商品销售额 111

图表：2010-2012年西南地区百货业零售额 112

图表：百货零售业VS沪深300股价走势 124

图表：2012-2013年重点百货企业市值规模 124

图表：2012年我国零售领先企业排名 135

图表：领先企业所有制结构 136

图表：百货产业价值链的构成 136

图表：国内城市化水平 150

图表：国内城乡消费能力对比（单位：元） 150

图表：国内人口结构及其预测 151

图表：国内人均GDP情况（单位：元） 152

图表：2012年我国外商投资百货企业销售额占全国百货业销售额比 157

图表：2010-2011年我国外商投资百货企业商品销售额 158

图表：2012-2013年大商集团股份有限公司盈利能力分析 170

图表：2012-2013年大商集团股份有限公司经营效率分析 170

图表：2012-2013年大商集团股份有限公司偿债能力分析 171

图表：2012-2013年大商集团股份有限公司发展能力分析 171

图表：2012-2013年新华百货商业集团股份有限公司盈利能力分析 175

图表：2012-2013年新华百货商业集团股份有限公司经营效率分析 175

图表：2012-2013年新华百货商业集团股份有限公司偿债能力分析 176

图表：2012-2013年新华百货商业集团股份有限公司发展能力分析 176

图表：2012-2013年合肥百货大楼集团股份有限公司盈利能力分析 180

图表：2012-2013年合肥百货大楼集团股份有限公司经营效率分析 181

图表：2012-2013年合肥百货大楼集团股份有限公司偿债能力分析 181

图表：2012-2013年合肥百货大楼集团股份有限公司发展能力分析 182

图表：2012-2013年西单商场股份有限公司盈利能力分析 187

图表：2012-2013年西单商场股份有限公司经营效率分析 187

图表：2012-2013年西单商场股份有限公司偿债能力分析 188

图表：2012-2013年西单商场股份有限公司发展能力分析 188

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司获利能力分析 191

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司经营效率分析 191

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司偿债能力分析 192

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司发展能力分析 192

图表：2012-2013年南京中央商场股份有限公司盈利能力分析 197

图表：2012-2013年南京中央商场股份有限公司经营效率分析 197



图表：2012-2013年南京中央商场股份有限公司偿债能力分析 198  
图表：2012-2013年南京中央商场股份有限公司发展能力分析 198  
图表：2012-2013上海友谊集团股份有限公司盈利能力分析 203  
图表：2012-2013上海友谊集团股份有限公司经营效率分析 204  
图表：2012-2013上海友谊集团股份有限公司偿债能力分析 204  
图表：2012-2013上海友谊集团股份有限公司发展能力分析 205  
图表：2012-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司盈利能力 209  
图表：2012-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司经营能力 209  
图表：2012-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司偿债能力 209  
图表：2012-2013年文峰大世界连锁发展股份有限公司发展能力 210  
图表：2012-2013武汉武商集团股份有限公司盈利能力分析 216  
图表：2012-2013武汉武商集团股份有限公司经营效率分析 216  
图表：2012-2013武汉武商集团股份有限公司偿债能力分析 217  
图表：2012-2013武汉武商集团股份有限公司发展能力分析 217  
图表：2012-2013武汉武商集团股份有限公司现金流分析 218  
图表：2012-2013年王府井百货（集团）股份有限公司盈利能力分析 222  
图表：2012-2013年王府井百货（集团）股份有限公司经营效率分析 222  
图表：2012-2013年王府井百货（集团）股份有限公司偿债能力分析 223  
图表：2012-2013年王府井百货（集团）股份有限公司发展能力分析 223  
图表：2012-2013年王府井百货（集团）股份有限公司现金流分析 224  
图表：我国百货零售业盈利模式 243  
图表：2014-2019年我国百货行业销售产值预测 249  
图表：2014-2019年我国百货行业销售收入预测 249

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/102112.html>