

2015-2020年中国超市连锁 市场监测及投资趋势预测报告

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

《2015-2020年中国超市连锁市场监测及投资趋势预测报告》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/201507/123577.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

超市连锁是指用连锁形式经营多家超市，实行统一进货、统一配送、统一管理，把超市和连锁经营的双重优势有机地结合起来，具有较强的竞争力，是超市普遍采取的形式。以自助服务、一次结算为经营方式。

以食品和日常用品为主要经营品种。以大量销售为经营原则。超级市场经营的指导原则是大量销售，所以超级市场大多数采用连锁经营形式，以多店铺来扩大销售。超级市场得以迅速发展的关键就是连锁经营模式的引入。以低费用、高周转率为经营特色。且市场中顾客与营业员可以共享货架和店铺通道。以廉价销售为经营方针。廉价销售促成大量购买是超级市场经营方针。总之，超级市场具有营业面积大、商品陈列直观、减少营业人员、降低流通成本、节约购买时间、刺激消费欲望、避免人际摩擦等特点，因而对消费者和零售企业都有很强的吸引力。

2002-2013年，我国超市行业的门店总数、总面积、员工人数、销售总额、利润总额等都表现出了稳步上升的态势。近年来超市行业销售净利率为2.35%，平均销售净利率为2.6%。从总量上来看，门店数量、店面总买面积、员工总人数、销售总额、利润总额上，由于二线城市基数大，都占据绝对的领先地位。从平均数据来看，二线城市在平均单店销售和平均人效上也占超过了一线、三线城市。平均单店盈利额一、二线城市差别不大，但超过三线城市；人均盈利额二线城市高于一线和三线城市。

2013年，50家以百货业务为主的百强企业销售增长9.6%，店铺数量增长0.4%，均低于百强平均水平，分别比2012年下降0.7和8个百分点。以经营超市为主的快消品百强企业销售增长8.5%，低于百强平均增幅1.4个百分点，门店增幅则与百强总体持平。按有可比销售的快消品企业计算，外资企业在销售和门店增长方面均优于内资企业，分别高出3.8和0.4个百分点。

便利店发展较快，门店数量排名前45家的便利店企业门店增长9.5%，快于百强平均增幅1.9个百分点，按其中有可比销售的便利店企业计算，销售额同比增长16%，在各业态中增幅最大。2013年，百强企业中共有67家开展了网络零售业务（2011年和2012年分别为41家和62家）。2013年开始网络零售的企业有9家，另有4家暂停网络销售，净增5家。

2013年连锁百强企业销售规模达到2.04万亿元，同比增长9.9%，新增门店6600余个，总数达到9.5万个，同比增长7.6%。销售额和门店增幅分别比2012年下降0.9和0.4个百分点。2013年，百强企业销售额占社会消费品零售总额的8.6%。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中企顾问网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据

，客观、多角度地对中国超市连锁市场进行了分析研究。报告在总结中国超市连锁行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国超市连锁行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为超市连锁企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 超市连锁行业发展综述

第一章 超市连锁业研究综述

第一节 超市连锁业研究特征界定

一、行业界定

1、超市连锁业态特征及其分类

2、超市连锁的发展阶段

二、行业本质

1、超市连锁与百货业态对比分析

2、超市连锁与家电连锁业态对比分析

三、行业生命周期分析

1、超市连锁业生命周期阶段

2、超市连锁业业态生命周期轮换

第二节 超市连锁行业业态结构分析

一、超市连锁业态变迁历程

二、超市连锁业态结构分析

三、超市连锁业态发展特点

四、超市连锁业态增长现状

第三节 超市连锁行业经济运行分析

一、行业整体增速分析

二、消费商品市场分析

三、各子行业运营分析

第二章 超市连锁业消费环境与商业环境分析

第一节 行业政策经济环境分析

一、行业相关影响政策分析

1、国家区域振兴规划

2、收入分配改革进程

3、系列促进消费政策

4、国内贸易发展规划

二、国际国内宏观经济环境分析

三、通胀与超市连锁业运营关系分析

第二节 行业消费环境分析

一、消费环境与超市连锁业运营关系分析

二、居民收入与超市连锁业发展关系分析

1、一线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析

2、二、三线城市居民收入水平与超市连锁业发展关系分析

第三节 区域商业环境分析

一、商业环境与超市连锁业运营关系分析

二、城市商业饱和度与超市连锁业发展关系分析

1、一线城市商业饱和度和理论增长空间测算

2、二、三线城市商业饱和度和理论增长空间测算

三、区域市场特征与超市连锁业适应性关系分析

1、大型综合超市布局条件

2、生鲜超市布局条件

3、便利店布局条件

4、相同区域不同超市业态适应性分析

5、不同区域相同超市业态适应性分析

6、区域市场发展与超市业态适应性分析结论

四、不同样本城市商业环境分析

1、北京商业发展环境分析

2、上海商业发展环境分析

3、广州商业发展环境分析

4、深圳商业发展环境分析

5、青岛商业发展环境分析

6、武汉商业发展环境分析

7、长沙商业发展环境分析

五、不同城市商业规划分析

1、北京商业规划分析

2、上海商业规划分析

3、广州商业规划分析

4、深圳商业规划分析

5、青岛商业规划分析

6、长沙商业规划分析

第三章 超市连锁业发展现状分析

第一节 超市连锁业运营现状分析

一、超市连锁业收入与成本结构分析

1、收入结构

2、成本结构

二、超市连锁业绩效分析

1、收入与规模

2、单位经营效益

三、超市连锁业竞争格局分析

1、市场集中度

2、区域分布

四、超市连锁业核心竞争力分析

1、供应链管理

2、以客户为中心

3、自有品牌发展分析

第二节 样本企业运营情况分析

一、代表性超市企业监控与分析

1、国内代表性超市企业监控与分析

2、外资代表性超市企业监控与分析

二、样本企业经营情况

1、样本企业基本情况

2、样本企业平均规模

3、样本企业经营效率

4、样本企业费用情况

5、样本企业盈利情况

三、样本门店经营情况

1、样本门店基本情况

2、样本门店平均规模

3、样本门店经营效率

- 4、样本门店费用情况
- 5、样本门店盈利情况
- 6、样本门店生鲜商品和自有品牌

第三节 超市连锁业商业模式分析

- 一、超市连锁业价值链分析
- 二、超市连锁业商业模式分析
 - 1、通道收入模式
 - 2、价值链盈利模式
 - 3、非价值链盈利模式

第四节 超市连锁业发展趋势分析

- 一、超市连锁业态发展趋势
- 二、超市连锁业营业区域发展趋势
- 三、超市连锁业营业定位发展趋势

第五节 超市连锁业发展前景预测

- 一、城镇化水平及居民收入增长“浮力效应”
- 二、内需增长的推动作用
- 三、品牌龙头超市企业的“挤出效应”
- 四、细分超市连锁业子业态演化
- 五、地县城市经济发展的外延式增长

第二部分 超市连锁行业深度分析

第四章 我国超市连锁行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国超市连锁行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2013-2014年中国超市连锁行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国超市连锁行业销售利润率
 - 2、我国超市连锁行业成本费用利润率
 - 3、我国超市连锁行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析

1、我国超市连锁行业资产负债比率

2、我国超市连锁行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国超市连锁行业应收帐款周转率

2、我国超市连锁行业总资产周转率

3、我国超市连锁行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国超市连锁行业总资产增长率

2、我国超市连锁行业利润总额增长率

3、我国超市连锁行业主营业务收入增长率

4、我国超市连锁行业资本保值增值率

第五章 超市连锁行业产业结构分析

第一节 超市连锁产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国超市连锁行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 超市连锁业细分业态分析

第一节 大型综合超市业态分析

一、大型综合超市市场发展分析

二、大型综合超市分布区域分析

三、大型综合超市产品种类与品牌分析

四、大型综合超市物流网络分析

五、大型综合超市代表企业分析

1、家乐福

2、沃尔玛

第二节 生鲜超市业态分析

- 一、生鲜超市市场发展分析
- 二、生鲜超市产品种类与品牌分析
- 三、生鲜超市开店速度分析
- 四、生鲜超市物流网络分析
- 五、生鲜超市代表企业分析

第三节 便利店业态分析

- 一、便利店市场发展分析
- 二、便利店分布区域分析
- 三、便利店产品种类与品牌分析
- 四、便利店开店速度分析
- 五、便利店物流网络分析
- 六、便利店代表企业分析

1、好德、可的便利店

2、7-11便利店

第七章 我国超市连锁行业营销趋势及策略分析

第一节 超市连锁行业销售渠道分析

- 一、营销分析与营销模式推荐
- 二、超市连锁营销环境分析与评价
- 三、销售渠道存在的主要问题
- 四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 超市连锁行业营销策略分析

- 一、中国超市连锁营销概况
- 二、超市连锁营销策略探讨

第三节 超市连锁营销的发展趋势

- 一、未来超市连锁市场营销的出路
- 二、中国超市连锁营销的趋势预测

第四节 超市连锁市场营销模式与面临的挑战

第八章 中国超市连锁行业区域市场分析

第一节 超市连锁行业区域发展格局

- 一、区域超市连锁总额结构分布
- 二、区域消费价格指数分析

三、区域居民消费能力差异

第二节 东北地区超市连锁行业发展分析

一、黑龙江省超市连锁行业发展分析

二、吉林省超市连锁行业发在分析

三、辽宁省超市连锁行业发展分析

第三节 华北地区超市连锁行业发展分析

一、北京市超市连锁行业发展分析

二、天津市超市连锁行业发展分析

三、河北省超市连锁行业发展分析

第四节 华中地区超市连锁行业发展分析

一、河南省超市连锁行业发展分析

二、湖北省超市连锁行业发展分析

三、湖南省超市连锁行业发展分析

第五节 华东地区超市连锁行业发展分析

一、上海市超市连锁行业发展分析

二、浙江省超市连锁行业发展分析

三、江苏省超市连锁行业发展分析

四、山东省超市连锁行业发展分析

五、安徽超市行业发展分析

六、江西省超市连锁行业发展分析

七、福建省超市连锁行业发展分析

第六节 华南地区超市连锁行业发展分析

一、广东省超市连锁行业发展分析

二、广西超市行业发展分析

第七节 西南地区超市连锁行业发展分析

一、四川省超市连锁行业发展分析

二、重庆市超市连锁行业发展分析

第八节 西北地区超市连锁行业发展分析

一、陕西省超市连锁行业发展分析

二、宁夏超市行业发展分析

三、甘肃省超市连锁行业发展分析

第九章 2015-2020年超市连锁行业领先企业经营形势分析

第一节 联华超市股份有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第二节 华润万家有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第三节 人人乐连锁商业集团股份有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第四节 新一佳超市有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第五节 中百控股集团股份有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第六节 上海大润发有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、公司门店分布情况
- 三、企业经营指标分析
- 四、企业经营优劣势分析
- 五、企业物流体系和信息管理
- 六、公司最新发展动向分析

第七节 沃尔玛（中国）投资有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第八节 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司

- 一、公司发展规模分析
- 二、企业主营业态分析
- 三、公司门店分布情况
- 四、企业经营指标分析
- 五、企业经营优劣势分析
- 六、企业物流体系和信息管理
- 七、公司最新发展动向分析

第三部分 超市连锁行业发展前景

第十章 2015-2020年超市连锁行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年超市连锁市场发展前景

- 一、2015-2020年超市连锁市场发展潜力
- 二、2015-2020年超市连锁市场发展前景展望
- 三、2015-2020年超市连锁细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年超市连锁市场发展趋势预测

- 一、2015-2020年超市连锁行业发展趋势
- 二、2015-2020年超市连锁市场规模预测
- 三、2015-2020年超市连锁行业应用趋势预测
- 四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国超市连锁行业供需预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2015-2020年超市连锁行业投资机会与风险防范

第一节 超市连锁行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、超市连锁行业投资现状分析
 - 1、超市连锁产业投资经历的阶段
 - 2、2013年超市连锁行业投资状况回顾
 - 3、2013-2014年我国超市连锁行业的投资态势

第二节 2015-2020年超市连锁行业投资机会

- 一、细分市场投资机会
- 二、超市连锁行业投资机遇

第三节 2015-2020年超市连锁行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、环境保护风险

六、企业风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第五节 产业链上下游及各关联产业风险

第六节 中国超市连锁行业投资建议

一、超市连锁行业未来发展方向

二、超市连锁行业主要投资建议

三、中国超市连锁企业融资分析

第十二章 2015-2020年超市连锁行业面临的困境及对策

第一节 2014年超市连锁行业面临的困境

第二节 超市连锁企业面临的困境及对策

一、重点超市连锁企业面临的困境及对策

1、重点超市连锁企业面临的困境

2、重点超市连锁企业对策探讨

二、中小超市连锁企业发展困境及策略分析

1、中小超市连锁企业面临的困境

2、中小超市连锁企业对策探讨

三、国内超市连锁企业的出路分析

第三节 中国超市连锁行业存在的问题及对策

一、中国超市连锁行业存在的问题

二、超市连锁行业发展的建议对策

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第五节 中国超市连锁市场发展面临的挑战与对策

第四部分 超市连锁行业投资战略

第十三章 超市连锁行业发展战略研究

第一节 超市连锁行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

七、企业信息化战略规划

第二节 对我国超市连锁品牌的战略思考

一、超市连锁企业品牌的重要性

二、超市连锁实施品牌战略的意义

三、我国超市连锁企业的品牌战略

四、超市连锁品牌战略管理的策略

第三节 超市连锁经营策略分析

一、超市连锁市场细分策略

二、超市连锁市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、超市连锁新产品差异化战略

第四节 超市连锁行业投资战略研究

一、2014年超市连锁行业投资战略

二、2015-2020年超市连锁行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 超市连锁行业研究结论及建议

第二节 超市连锁子行业研究结论及建议

第三节 超市连锁行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：超市与百货商场对比表

图表：企业生命周期不同阶段特征

图表：十二五时期国内贸易发展的主要目标

图表：主要商业功能区分布图

图表：2012-2013七国集团GDP增长率

图表：2012-2013金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表：2013年全球及主要经济体制造业PMI

图表：2013年全球及主要经济体服务业PMI

图表：2013年全球及主要经济体制造业PMI新订单

图表：2013年全球及主要经济体出口新订单指数

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2013年国内生产总值增长速度

图表：2013年1月国内PPI指数

图表：2013年2月国内PPI指数

图表：2013年3月国内PPI指数

图表：2013年4月国内PPI指数

图表：2013年5月国内PPI指数

图表：2013年6月国内PPI指数

图表：2013年7月国内PPI指数

图表：2013年8月国内PPI指数

图表：2013年9月国内PPI指数

图表：2013年10月国内PPI指数

图表：2013年11月国内PPI指数

图表：2013年12月国内PPI指数

图表：2013年1月国内CPI同比增幅

图表：2013年2月国内CPI同比增幅

图表：2013年3月国内CPI同比增幅

图表：2013年4月国内CPI同比增幅

图表：2013年5月国内CPI同比增幅

图表：2013年6月国内CPI同比增幅

图表：2013年7月国内CPI同比增幅

图表：2013年8月国内CPI同比增幅

图表：2013年9月国内CPI同比增幅

图表：2013年10月国内CPI同比增幅

图表：2013年11月国内CPI同比增幅

图表：2013年12月国内CPI同比增幅

图表：2012-2013年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2012-2013年我国农村居民人均收入实际增长速度

图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2013年中国汇率变化情况

图表：2012-2013年我国出口贸易总额

图表：2012-2013年我国进口贸易总额

图表：2012-2013年我国对外贸易总额及其变化

图表：不同区域相同超市业态图

图表：2009-2013年地区生产总值及增长速度

图表：2009-2013年地方公共财政预算收入及增长速度

图表：2013年战略性新兴产业增加值及其增长速度

图表：2013年地方财政收支及其增长速度

图表：2013年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2013年全市及域外主要农副产品产量

图表：北京市“十二五”时期商业发展主要预期指标

图表：商品结构双峰图

图表：D超市面包类商品价格与销售额关系图

图表：2013年我国不同超市连锁业态店铺的效率和效益表

图表：2013年国内两家代表性超市对比表

图表：2013年外资两家代表性超市对比表

图表：2013年三家样本企业基本情况表

图表：沃尔玛经营三阶段图

图表：波特价值链分析模型

图表：乐来得超市内部价值活动及其联系图

图表：2011-2013年超市连锁行业企业数量

图表：2011-2013年超市连锁行业企业结构

图表：2011-2013年超市连锁行业人员规模状况

图表：2012-2014年超市连锁行业资产规模

图表：2012-2014年超市连锁行业资产规模

图表：2012-2013年超市连锁行业销售利润率

图表：2012-2013年超市连锁行业成本费用利润率

图表：2012-2013年超市连锁行业亏损面

图表：2012-2013年超市连锁行业资产负债比率

图表：2012-2013年超市连锁行业利息保障倍数

图表：2012-2013年超市连锁行业应收帐款周转率

图表：2012-2013年超市连锁行业总资产周转率

图表：2012-2013年超市连锁行业流动资产周转率

图表：2012-2013年超市连锁行业总资产增长率

图表：2012-2013年超市连锁行业利润总额增长率

图表：中美超市渠道细分程度对比

图表：大型综合超市核心竞争力构成

图表：家乐福基本情况表

图表：2012年家乐福主要财务数据表

图表：2008-2012年家乐福收入和利润图

图表：2008-2012年家乐福资产走势图

图表：2012-2013财年沃尔玛百货有限公司总收入额对比表

图表：沃尔玛百货有限公司全球分布图

图表：2010年沃尔玛百货有限公司在全球与美国店面统计表

图表：2010年沃尔玛百货有限公司在全球与中国对比表

图表：五中竞争力分析图

图表：沃尔玛百货有限公司2013年第四财季利润表

图表：超市经营生鲜农产品SWOT-CLPV矩阵模型分析图

图表：2010年永辉超市股份有限公司分布图

图表：2013年永辉超市股份有限公司分布图

图表：永辉超市股份有限公司门店数目的增长情况

图表：永辉超市股份有限公司福州配送中心的情况

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司净利润图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司主营业务收入图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司营业利润率图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司净资产收益率图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司流动比率图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司资产负债率图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司净利润增长率图

图表：2007-2013年永辉超市股份有限公司净资产增长率图

图表：2013年各地区区域消费价格指数

图表：2011-2013年黑龙江省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年吉林省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年辽宁省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年北京市超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年天津市超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年河北省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年河南省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年湖北省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年湖南省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年上海市超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年浙江省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年江苏省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年山东省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年安徽省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年江西省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年福建省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年广东省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年广西省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年四川省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年重庆市超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年陕西省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年宁夏省超市连锁行业发展情况

图表：2011-2013年甘肃省超市连锁行业发展情况

图表：2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司主要财务指标分析

图表：2012年人人乐连锁商业集团股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司资产负债表分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司资产负债表分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司利润表分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司利润表分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司现金流量表分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司现金流量表分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司每股指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司每股指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司成长能力指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司成长能力指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利能力指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利能力指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利质量指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司盈利质量指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司运营能力指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司运营能力指标分析

图表：2014年人人乐连锁商业集团股份有限公司财务风险指标分析

图表：2012-2013年人人乐连锁商业集团股份有限公司财务风险指标分析

图表：2013年中百控股集团股份有限公司主要财务指标分析

图表：2012年中百控股集团股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014年中百控股集团股份有限公司资产负债表分析

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司资产负债表分析

图表：2014年中百控股集团股份有限公司利润表分析

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司利润表分析

图表：2014年中百控股集团股份有限公司现金流量表分析

图表：2012-2013年中百控股集团股份有限公司现金流量表分析

图表：2015-2020年超市连锁市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201507/123577.html>