

2018-2024年中国超市市场 深度评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国超市市场深度评估与投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/maoyi/E171616LNS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

时至今日，新零售概念的热度依旧高居不下，相关布局持续不断。仅在过去半年时间里，便有永辉超级物种、新华都海物会、步步高鲜食演义、百联RISO等新零售业态相继亮相。尽管如此，从整体来看，超市企业的经营压力仍巨大。不过，新零售业态的兴起，为超市企业指明了突围方向，触底反弹的希望再增一分。

按照国家零售业态分类标准，将门店按营业面积划分为两类：营业面积超过6000平米的为大型超市，营业面积不足6000平米的为一般超市。大型超市在行业中经营状况较好的，代表了行业领先水平。据参与调查的25家店铺中，2014年大型超市门店的平效和人效都有所提升。这是在近几年房租与人工费用不断上升的压力下，企业提高经营效率的体现。

另外，网络销售以及专业店等其他销售渠道的销售分流可能导致了客单价增长乏力，但是随着传统零售业开始适应这种新的环境，客单价有所恢复。一般超市方面，样本销售额减少1.6%，营业面积略增1.5%，销售额降幅小于员工数量降幅，经营单品数量比去年增加1222种，与大型超市增量接近。由于销售额较上年有所下降，2014年平效下降3%，人效持续增长，今年较去年增幅为2.7%，显示超市在人工效率上持续提升。

客单价上，2014年日均客单价为48.1元，比2013年下降了4.2%，与往年的不断上升相比出现较大的逆转，反映了一般超市面临竞争激烈、收入增长停滞的困境。

报告目录

第1章：超市行业发展状况分析

1.1 零售行业发展概况分析

1.1.1 零售业态变迁历程

(1) 百货公司

(2) 超市、量贩店

(3) 便利店、购物中心

(4) 专业店、网络零售

1.1.2 零售行业发展特点

1.1.3 零售行业运行情况

(1) 行业整体规模分析

(2) 消费商品市场分析

1.2 超市行业发展概况分析

1.2.1 超市行业发展历程

(1) 1980-1990年

(2) 1990-2001年

(3) 2001年至今

1.2.2 超市行业发展现状

(1) 实体零售增速明显分化

(2) 构建线上线下融合新格局

(3) 企业人工成本上涨较快

(4) 通过关闭低效门店，改进商品经营

1.2.3 超市行业发展特征

(1) 区域性特征

(2) 季节性特征

(3) 超市行业运行情况

1.3 超市门店经营情况分析

1.3.1 大型超市样本门店经营情况

(1) 门店平均规模

(2) 门店经营效率

(3) 门店日均客单价

(4) 门店费用情况

(5) 门店毛利率

1.3.2 超市样本门店经营情况

(1) 门店平均规模

(2) 门店经营效率

(3) 门店日均客单价及费用情况

(4) 门店毛利率

第2章：超市行业市场竞争分析

2.1 国际超市行业市场竞争分析

2.1.1 国际超市行业发展特征分析

2.1.2 国际超市行业整体竞争情况

2.1.3 全球超市行业发展趋势分析

2.1.4 典型国家超市行业经营情况

(1) 日本超市行业经营情况

(2) 欧洲超市行业经营状况

(3) 美国超市行业经营情况

2.1.5 典型企业在华市场竞争情况

(1) 沃尔玛

(2) 家乐福

(3) 麦德龙

2.2 我国超市行业市场竞争分析

2.2.1 超市行业竞争格局分析

2.2.2 超市行业五力模型分析

(1) 上游供应商议价能力

(2) 下游客户议价能力

(3) 行业潜在进入者威胁

(4) 行业替代品威胁

(5) 现有企业竞争分析

(6) 超市行业五力模型总结

2.3 我国超市行业兼并重组分析

2.3.1 行业兼并重组环境分析

2.3.2 行业兼并重组驱动力分析

2.3.3 行业兼并重组特征分析

2.3.4 行业兼并重组案例分析

2.3.5 行业兼并重组趋势分析

第3章：超市行业商业模式发展分析

3.1 超市行业扩张模式分析

3.1.1 超市连锁区域扩张模式

(1) 渗透式模式分析

(2) 跳跃式模式分析

(3) 沃尔玛中国区域扩张模式

3.1.2 超市连锁渠道扩张模式

(1) 自建模式分析

(2) 并购模式分析

(3) 加盟模式分析

(4) 合作模式分析

(5) 不同模式比较分析

(6) 沃尔玛渠道扩张模式分析

3.2 超市行业管理模式分析

3.2.1 供应商管理模式分析

(1) 潜在供应商资质预审

(2) 供应商的认证审核

(3) 供应商绩效评估管理

(4) 供应商关系类型分析

(5) 供应商数据库的建立和维护

(6) 沃尔玛供应商管理模式分析

3.2.2 物流管理模式分析

(1) 自营配送模式

(2) 第三方物流模式

(3) 共同化配送模式

(4) 供应商配送模式

(5) 物流管理模式案例分析

3.2.3 企业内部管理模式分析

(1) 经营业态管理

(2) 组织架构管理

(3) 人力资源管理

(4) 超市内控管理

3.2.4 客户管理模式分析

(1) 超市客户管理特点

(2) 超市客户管理策略

3.3 超市行业盈利模式分析

3.3.1 通道收入模式分析

(1) 通道收入模式简析

(2) 家乐福通道收入模式

3.3.2 价值链盈利模式分析

(1) 价值链盈利模式简析

(2) 沃尔玛价值链盈利模式

3.3.3 非价值链盈利模式分析

(1) 非价值链盈利模式简析

(2) 中资超市的盈利模式

3.4 互联网下超市行业商业模式变革

3.4.1 互联网发展现状

(1) 互联网普及应用增长迅猛

(2) 网络应用使用率

(3) 手机网络应用使用率

(4) 网络购物市场蓬勃发展

(5) 移动互联网呈爆发式增长

(6) 移动网购市场

(7) 移动端网购占比大幅提升

3.4.2 互联网发展带来巨大变革

(1) 互联网应用催生多种新兴业态

(2) 巨头跨界重塑竞争力

(3) 催生信息消费新业态

(4) 催生信息消费新业态

(5) 互联网思维颠覆、重塑传统行业

3.4.3 互联网对零售行业的冲击与挑战

(1) 互联网对超市行业的影响层面

(2) 互联网对超市行业带来的冲击

(3) 互联网对传统超市行业的颠覆与重构

3.4.4 互联网下超市行业商业模式变革

(1) 超市电商切入模式及运营建议

(2) 超市O2O战略布局及实施运营

(3) 超市转型O2O的商业模式解析

第4章：连锁超市行业细分业态分析

4.1 大型综合超市业态分析

4.1.1 大型综合超市市场发展分析

(1) 大型综合超市的目标顾客

(2) 大型综合超市的商品价格

4.1.2 大型综合超市分布区域分析

4.1.3 大型综合超市产品种类分析

4.1.4 大型综合超市物流网络分析

4.1.5 大型综合超市业态发展预测

4.1.6 大型综合超市代表企业分析

(1) 家乐福

(2) 沃尔玛

4.2 生鲜超市业态分析

4.2.1 生鲜超市市场发展分析

4.2.2 生鲜超市产品种类分析

4.2.3 生鲜超市开店速度分析

4.2.4 生鲜超市物流网络分析

(1) 生鲜超市物流配送频率

(2) 生鲜超市自属专业物流配送中心比例较低

4.2.5 生鲜超市代表企业分析

(1) 永辉超市简介

(2) 永辉超市的主营业务

(3) 永辉超市的经营模式

(4) 永辉超市的采购渠道

4.3 折扣店业态分析

4.3.1 社区折扣店市场发展分析

4.3.2 社区折扣店分布区域分析

4.3.3 社区折扣店产品种类分析

4.3.4 社区折扣店业态发展预测

4.3.5 社区折扣店代表企业分析

(1) 迪亚天天社区折扣店

(2) 惠选社区折扣店

4.4 便利店业态分析

4.4.1 便利超市市场发展分析

(1) 我国便利店的发展概况

(2) 我国便利店市场竞争状况

(3) 我国便利店的特点

4.4.2 便利超市分布区域分析

- (1) 我国便利店区域发展不平衡
- (2) 各区域发展现状

4.4.3 便利超市企业经营情况

- (1) 企业销售情况和规模
- (2) 企业费用变化情况
- (3) 网络零售业务和自有品牌

4.4.4 便利超市产品种类分析

4.4.5 便利超市开店速度分析

- (1) 便利店的盈利依赖规模效应
- (2) 便利店的发展主要体现在门店的扩张速度

4.4.6 便利超市业态发展预测

4.4.7 便利超市代表企业分析

- (1) 好德、可的便利店
- (2) 7-11便利店

第5章：中国超市行业重点地区发展分析

5.1 黑龙江省超市行业发展分析

5.1.1 行业发展环境分析

- (1) 黑龙江GDP情况
- (2) 黑龙江省城镇居民人均可支配收入
- (3) 黑龙江省城镇居民人均消费支出
- (4) 黑龙江省社会消费品零售总额

5.1.2 行业运行状况分析

5.1.3 大型超市布局分析

5.1.4 行业发展潜力分析

5.2 北京市超市行业发展分析

5.2.1 行业发展环境分析

- (1) 北京市GDP情况
- (2) 北京市城镇居民人均可支配收入
- (3) 北京市城镇居民人均消费支出
- (4) 北京市社会消费品零售总额

5.2.2 行业运行状况分析

5.2.3 大型超市布局分析

5.2.4 行业发展潜力分析

5.3 上海市超市行业发展分析

5.3.1 行业发展环境分析

(1) 上海市GDP情况

(2) 上海市城镇人均可支配收入情况

(3) 上海市城镇居民人均消费支出情况

(4) 上海市社会消费品零售总额情况

5.3.2 行业运行状况分析

5.3.3 大型超市布局分析

(1) 家乐福

(2) 华润万家

(3) 其他大型超市

5.3.4 行业发展潜力分析

5.4 浙江省超市行业发展分析

5.4.1 行业发展环境分析

(1) 浙江省GDP情况

(2) 浙江省城镇人均可支配收入情况

(3) 浙江省城镇居民人均消费支出情况

(4) 浙江省社会消费品零售总额情况

5.4.2 行业运行状况分析

5.4.3 大型超市布局分析

(1) 沃尔玛

(2) 世纪联华

5.4.4 行业发展潜力分析

5.5 湖北省超市行业发展分析

5.5.1 行业发展环境分析

(1) 湖北省GDP情况

(2) 城镇居民人均可支配收入

(3) 城镇居民人均消费支出

(4) 社会消费品零售总额

- 5.5.2 行业运行状况分析
- 5.5.3 大型超市布局分析
- 5.5.4 行业发展潜力分析
- 5.6 广东省超市行业发展分析
 - 5.6.1 行业发展环境分析
 - (1) 广东省GDP情况
 - (2) 城镇居民人均可支配收入
 - (3) 城镇居民人均消费支出
 - (4) 社会消费品零售总额
 - 5.6.2 行业运行状况分析
 - 5.6.3 大型超市布局分析
 - 5.6.4 行业发展潜力分析

第6章：连锁超市行业主要经营分析

- 6.1 华润万家有限公司经营情况分析
 - 6.1.1 公司发展简况分析
 - 6.1.2 企业主营业态分析
 - 6.1.3 企业门店分布情况
 - 6.1.4 企业经营情况分析
 - 6.1.5 企业经营优劣势分析
 - 6.1.6 公司发展战略分析
- 6.2 高鑫零售有限公司经营情况分析
 - 6.2.1 企业发展简况分析
 - 6.2.2 企业经营情况分析
 - 6.2.3 企业经营业务分析
 - 6.2.4 企业经营优劣势分析
- 6.3 联华超市股份有限公司经营情况分析
 - 6.3.1 公司发展简况分析
 - 6.3.2 企业主营业态分析
 - 6.3.3 企业门店分布情况
 - 6.3.4 企业经营情况分析
 - 6.3.5 企业经营优劣势分析

6.4 永辉超市股份有限公司经营情况分析

6.4.1 企业发展简况分析

6.4.2 企业主营业态分析

6.4.3 企业门店分布情况

6.4.4 企业经营情况分析

6.4.5 企业经营优劣势分析

6.4.6 企业最新发展动向

6.5 乐购 (TESCO) 中国经营情况分析

6.5.1 企业发展简况分析

6.5.2 企业主营业态分析

6.5.3 企业门店分布情况

6.5.4 收购兼并信息

6.5.5 企业经营优劣势分析

6.6 中百控股集团股份有限公司经营情况分析

6.6.1 企业发展简况分析

6.6.2 企业主营业态分析

6.6.3 企业门店分布情况

6.6.4 企业经营情况分析

6.6.5 企业经营优劣势分析

6.6.6 公司发展战略分析

6.7 人人乐连锁商业集团股份有限公司经营情况分析

6.7.1 公司发展简况分析

6.7.2 企业主营业态分析

6.7.3 公司门店分布情况

6.7.4 企业经营情况分析

6.7.5 公司电商布局分析

6.7.6 企业经营优劣势分析

6.7.7 公司发展战略分析

6.8 北京华联综合超市股份有限公司经营情况分析

6.8.1 企业发展简况分析

6.8.2 企业主营业态分析

6.8.3 企业门店分布情况

- 6.8.4 企业经营指标情况
- 6.8.5 企业经营优劣势分析
- 6.9 王府井集团股份有限公司
 - 6.9.1 公司概况分析
 - 6.9.2 企业主营业态分析
 - 6.9.3 公司门店分布情况
 - 6.9.4 企业经营情况分析
 - 6.9.5 公司电商布局分析
 - 6.9.6 企业经营优劣势分析
 - 6.9.7 公司发展战略分析
- 6.10 步步高商业连锁股份有限公司经营情况分析
 - 6.10.1 公司发展简况分析
 - 6.10.2 企业主营业态分析
 - 6.10.3 公司门店分布情况
 - 6.10.4 企业经营情况分析
 - 6.10.5 公司电商布局分析
 - 6.10.6 企业经营优劣势分析
- 6.11 福建新华都购物广场股份有限公司经营情况分析
 - 6.11.1 公司概况分析
 - 6.11.2 企业主营业态分析
 - 6.11.3 公司门店分布情况
 - 6.11.4 企业经营情况分析
 - 6.11.5 企业经营优劣势分析
 - 6.11.6 公司发展战略分析
- 6.12 成都红旗连锁股份有限公司经营情况分析
 - 6.12.1 企业发展简况分析
 - 6.12.2 企业主营业态分析
 - 6.12.3 企业门店分布情况
 - 6.12.4 企业经营情况分析
 - 6.12.5 企业电商布局分析
 - 6.12.6 企业经营优劣势分析
- 6.13 沃尔玛（中国）投资有限公司经营情况分析

- 6.13.1 公司发展简况分析
- 6.13.2 企业主营业态分析
- 6.13.3 公司门店分布情况
- 6.13.4 企业经营情况分析
- 6.13.5 公司电商布局分析
- 6.13.6 企业经营优劣势分析
- 6.13.7 公司竞争能力分析
- 6.14 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司经营情况分析
 - 6.14.1 公司发展简况分析
 - 6.14.2 企业主营业态分析
 - 6.14.3 公司门店分布情况
 - 6.14.4 企业经营情况分析
 - 6.14.5 企业经营优劣势分析

第7章：中国超市行业发展趋势及前景预测

- 7.1 超市行业生命周期分析
 - 7.1.1 超市行业生命周期分析
 - 7.1.2 超市业态生命周期轮换
- 7.2 超市行业发展趋势分析
 - 7.2.1 超市行业总体发展趋势分析
 - 7.2.2 超市行业经营规模发展趋势
 - 7.2.3 超市行业渠道发展趋势分析
 - 7.2.4 超市行业业态发展趋势分析
- 7.3 超市行业发展前景预测
 - 7.3.1 超市行业饱和面积预测分析
 - 7.3.2 超市行业市场容量预测分析
 - （1）宏观市场容量预测
 - （2）微观市场容量预测

图表目录

图表1：2010-2017年中国社会消费品零售总额（单位：亿元）

图表2：2016年中国社会消费品零售总额分地域情况（单位：亿元，%）

图表3：2016年中国社会消费品零售总额分消费类型情况（单位：亿元，%）

图表4：2016年中国社会消费品零售总额线上线下情况（单位：亿元，%）

图表5：超市发展历程

图表6：2014-2016年主要实体零售业态增长情况（单位：%）

图表7：2015-2016年零售业限上大中型企业成本费用规模情况（单位：亿元）

图表8：2012-2016年连锁百强企业平均门店就业人数增幅（单位：%）

图表9：2010-2016年超市行业百强规模（单位：亿元，%）

图表10：2010-2016年超市行业百强门店数量情况（单位：家，%）

图表11：样本超市及大型超市样本企业毛利额增幅分布（单位：%）

图表12：超市及大型超市样本企业平均规模（单位：亿元，百个，万平方米，员工数量）

图表13：2013-2014年超市及大型超市样本企业费用结构（单位：%）

图表14：2013-2014年超市及大型超市样本企业费用（单位：万元，%）

图表15：2013-2014年大型超市门店平均规模（单位：亿元、万个、万平米、百人）

图表16：2013-2014年大型超市门店平效、人效和单品销售额

图表17：2010-2014日均客单价增幅（单位：%）

图表18：2013-2014年大型超市门店的三项费用（单位：万元，%）

图表19：2013-2014年大型超市门店的三项费用结构（单位：%）

图表20：2013-2014年超市门店的平均规模（单位：亿元，万个，万平方米，百人）

图表21：2013-2014年超市门店平效、人效和单品销售额（单位：万元/平米/年，百万元/人/年，万元）

图表22：2013-2014年超市门店的三项费用（单位：万元，%）

图表23：2013-2014年超市门店的三项费用结构（单位：%）

图表24：现代国际超市发展特征

图表25：2015年全球前20强部分零售商营业收入情况（单位：百万美元）

图表26：全球超市行业发展趋势简析

图表27：2009-2016年日本GDP现价变化趋势（单位：万亿日元，%）

图表28：2016-2017年日本消费者信心指数

图表29：2014-2016年日本零售商排名一览表

图表30：2013-2016财年日本主要零售商销售额（单位：百万美元）

图表31：欧盟经济的特点

图表32：2012-2017年第一季度欧元区GDP增速变化趋势（单位：%）

图表33：2016-2017年欧盟28国消费者信心指数变化趋势（单位：%）

图表34：2016-2017年欧洲地区零售商排名一览表

图表35：2013-2016财年欧洲零售商销售额（单位：百万美元）

图表36：2012-2017年第二季度美国GDP现价同比增长趋势（单位：%）

图表37：2016-2017年美国密歇根大学消费者信心指数

图表38：2016-2017年美国零售商排名一览表

图表39：2013-2016财年美国零售商TOP6营业额（单位：百万美元）

图表40：2011-2016年沃尔玛主要经营数据（单位：亿美元）

图表41：2011-2016财年家乐福全球净销售额情况（单位：百万欧元）

图表42：2011-2016财年麦德龙主要经营数据（单位：百万欧元）

图表43：超市行业五力分析结论

图表44：2014-2016年国家鼓励支持企业兼并重组政策列举

图表45：我国超市行业兼并重组驱动力简析

图表46：2014-2017年中国超市行业主要兼并重组事件

图表47：超市连锁企业渠道扩张的四种模式比较

图表48：沃尔玛信息平台RETAIL LINK的功能构成分析图

图表49：沃尔玛在不同的顾客需求下的业态变化分析图

图表50：沃尔玛总部组织结构图

图表51：沃尔玛商店组织结构图

图表52：通道收入盈利模式示意图

图表53：通道收入盈利模式上下游关系

图表54：通道收入盈利模式零售供货关系

图表55：价值链盈利模式示意图

图表56：沃尔玛价值链盈利模式下的采购、配送与销售环节

图表57：国内超市主要经营模式（单位：%）

图表58：2006-2016年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表59：2015-2016年中国网民各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表60：2015-2016年中国网民各类手机网络应用的使用率（单位：万，%）

图表61：2010-2017年我国网络零售市场交易规模（单位：亿元，%）

图表62：2010-2017年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）

图表63：2007-2016年我国移动网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表64：2011-2017年中国移动购物市场规模变动（单位：亿元）

图表65：2011-2022年中国网购交易额PC端和移动端占比（单位：%）

图表66：互联网企业跨界融合机会简析

图表67：互联网催生信息消费新业态简析

图表68：2012-2016年中国网络购物网民数及使用率（单位：万人，%）

图表69：全渠道模式下供应链管理

图表70：2016年底沃尔玛大型综合超市在中国的分布图（单位：家）

图表71：2016年中国城市便利店指数前20个城市及其24小时营业比例（单位：%）

图表72：便利店企业销售情况（单位：%）

图表73：2016年便利店各项指标增幅（单位：%）

图表74：2016年便利店企业费用增幅（单位：%）

图表75：2008-2017年黑龙江省GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表76：2010-2016年黑龙江省城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元）

图表77：2010-2016年黑龙江省城镇居民人均消费支出走势图（单位：元）

图表78：2010-2017年黑龙江省社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表79：2016年黑龙江省各大型超市公司门店布局情况汇总表（单位：家）

图表80：2008-2017年北京市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表81：2010-2017年北京市城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表82：2010-2017年北京市城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表83：2010-2017年北京市社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表84：2016年北京市各大型超市公司门店布局情况汇总表（单位：家）

图表85：2008-2016年上海市GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表86：2010-2016年上海市城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表87：2010-2016年上海市城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表88：2010-2016年上海市社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表89：2016年上海市各市县家乐福大型超市公司门店布局情况

图表90：2016年上海市各市县华润万家大型超市公司门店布局情况

图表91：2008-2016年浙江省GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表92：2010-2016年浙江省城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表93：2010-2016年浙江省城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表94：2010-2016年浙江省社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表95：2016年浙江省各市县沃尔玛大型超市公司门店布局情况

图表96：2016年浙江省各市县世纪联华大型超市公司门店布局情况

图表97：2008-2016年湖北省GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表98：2010-2016年湖北省城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表99：2010-2015年湖北省城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表100：2010-2016年湖北省社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表101：湖北省零售业细分结构（单位：%）

图表102：2016年湖北省各大型超市公司门店布局情况汇总表

图表103：2008-2016年广东省GDP变化趋势（单位：亿元，%）

图表104：2010-2016年广东省城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表105：2010-2015年广东省城镇居民人均消费支出走势图（单位：元，%）

图表106：2010-2016年广东省社会消费品零售总额变化分析图（单位：亿元，%）

图表107：2016年广东省各型超市公司门店布局情况汇总表（单位：家）

图表108：华润万家有限公司基本信息表

图表109：华润万家有限公司业务能力简况表

图表110：2010-2016年华润万家有限公司发展规模（单位：家，亿元）

图表111：华润万家有限公司优劣势分析

图表112：高鑫零售有限公司发展历程

图表113：2012-2016年高鑫零售有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表114：2012-2016年高鑫零售有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表115：2012-2016年高鑫零售有限公司运营能力分析（单位：次）

图表116：2012-2016年高鑫零售有限公司偿债能力分析（单位：%）

图表117：2012-2016年高鑫零售有限公司发展能力分析（单位：%）

图表118：高鑫零售有限公司经营优劣势分析

图表119：联华超市股份有限公司基本信息表

图表120：联华超市股份有限公司业务能力简况表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/E171616LNS.html>