



中国人民大学研究报告系列

中国零售业发展监测与分析报告

2016

REPORT ON THE DEVELOPMENT OF
CHINA'S RETAILING

主 编 王 强



中国人民大学研究报告系列

中国零售业发展监测与分析报告

2016

主 编 王 强

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国零售业发展监测与分析报告. 2016/王强主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2018. 5
(中国人民大学研究报告系列)
ISBN 978-7-300-25748-8

I. ①中… II. ①王… III. ①零售业-经济发展-研究报告-中国-2016 IV. ①F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 081575 号

中国人民大学研究报告系列

中国零售业发展监测与分析报告 2016

主编 王 强

Zhongguo Lingshouye Fazhan Jiance yu Fenxi Baogao 2016

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京玺诚印务有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2018 年 5 月第 1 版
印 张	15.75 插页 1	印 次	2018 年 5 月第 1 次印刷
字 数	338 000	定 价	62.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“中国人民大学研究报告系列”编委会

主 任 陈雨露

副主任 冯惠玲

委 员 (以姓氏笔画为序)

马 中	王孝群	毛基业	冯惠玲	刘大椿
杜 鹏	李路路	杨伟国	杨瑞龙	吴晓求
陈雨露	陈 岳	郝立新	贺耀敏	袁 卫
倪 宁	郭庆旺	董克用	韩太元	温铁军

总序

陈雨露

当前中国的各类研究报告层出不穷，种类繁多，写法各异，成百舸争流、各领风骚之势。中国人民大学经过精心组织、整合设计，隆重推出了由人大学者协同编撰的研究报告系列。这一系列主要是应用对策型研究报告，集中推出的本意在于，直面重大社会现实问题，开展动态分析和评估预测，建言献策于资政与学术。

“学术领先、内容原创、关注时事、资政助企”是中国人民大学研究报告系列的基本定位与功能。研究报告是一种科研成果载体，它承载了人大学者立足创新，致力于建设学术高地和咨询智库的学术责任和社会关怀；研究报告是一种研究模式，它以相关领域的指标和统计数据为基础，评估现状，预测未来，推动人文社会科学研究成果的转化和应用；研究报告还是一种学术品牌，它持续聚焦经济社会发展中的热点、焦点和重大战略问题，以扎实有力的研究成果服务于党和政府以及企业的计划、决策，服务于专门领域的研究，并以其专题性、周期性和翔实性赢得读者的识别与关注。

中国人民大学推出研究报告系列，有自己的学术积淀和学术思考。我校素以人文社会科学见长，注重学术研究资政育人、服务社会的作用，曾陆续推出若干有影响力的研究报告。比如自2002年始，我们组织跨学科课题组研究编写了《中国经济发展研究报告》《中国社会发展研究报告》《中国人文社会科学发展研究报告》，紧密联系和真实反映中国经济、社会和人文社会科学发展领域的重大现实问题，十年不辍，近年又推出《中国法律发展报告》等，与前三种合称为“四大报告”。此外还有一些不同学科的专题研究报告也连续多年出版，在学界和社会上产生了一定的影响。这些研究报告都是观察分析、评估预测政治经济、社会文化等领域的重大问题的专题研究，其中既有客观数据和事例，又有深度分析和战略预测，兼具实证性、前瞻性和学术性。我们把这些研究报告整合起来，与中国人民大学的出版资源相结合，再进行新的策划、征集、遴选，形成了这个研究报告系列，以期放大规模

效应，扩展社会服务功能。这个系列是开放的，未来会依情势有所增减，动态成长。

中国人民大学推出研究报告系列，还具有关注学科建设、强化育人功能、推进协同创新等多重意义。作为连续性出版物，研究报告可以成为本学科学者展示、交流学术成果的平台。编写一本好的研究报告，通常需要集结力量，精诚携手，合作者随报告之连续而成为稳定团队，亦可增益学科实力。研究报告立足于丰富的素材，常常动员学生参与，而这可以使他们在系统研究中得到学术训练，增长才干。此外，面向社会实践的研究报告必然要与政府、企业保持密切联系，关注社会的状况与需要，从而带动高校与行业、企业、政府、学界以及国外科研机构之间的深度合作，收“协同创新”之效。

为适应信息化、数字化、网络化的发展趋势，中国人民大学的研究报告系列在出版纸质版本的同时将开发相应的文献数据库，形成丰富的数字资源，借助知识管理工具实现信息关联和知识挖掘，方便网络查询和跨专题检索，为广大读者提供方便适用的增值服务。

中国人民大学的研究报告系列是我们在整合科研力量、促进成果转化方面的新探索，我们将紧紧把握时代脉搏，敏锐捕捉经济社会发展的重点、热点、焦点问题，力争使每一种研究报告和整个系列都成为精品，都适应读者的需要，从而打造高质量的学术品牌，形成核心学术价值，更好地承担学术服务社会的职责。

目录

第 1 章 绪论

1.1 本报告的撰写	1
1.2 本报告的结构	2
1.3 本报告的数据	3
1.4 本报告数据附表说明与相关阅读指南	7

第 2 章 中国经济增长与零售商业

2.1 中国经济增长与零售商业概况	11
2.2 中国的人口、收支与消费	17
2.3 零售商业与经济发 展的结构比例	21
2.4 中国零售业发展综述	26
2.5 中国零售商业的一天	43

第 3 章 中国零售业产业发展分析报告

3.1 中国主要分类商品零售分析报告	49
3.2 中国零售业产业集中度分析报告	54

3.3 中国零售产业规模与结构分析报告 61

3.4 中国零售业盈利能力分析报告 71

3.5 中国零售业费用控制分析报告 74

3.6 中国零售业劳动效率分析报告 77

3.7 中国零售业企业效率分析报告 80

3.8 中国零售业经营效率分析报告 83

第 4 章 中国零售业地区发展分析报告

4.1 中国经济区零售业发展分析报告 87

4.2 中国省级地区零售业发展分析报告 92

4.3 中国地级及以上城市零售业发展分析报告 109

4.4 中国农村零售业发展分析报告 119

第 5 章 中国综合零售业发展分析报告

5.1 综合零售业全景分析 128

5.2 百货店发展分析报告 133

5.3 超级市场发展分析报告 138

5.4 购物中心发展分析报告 144

5.5 便利店发展分析报告 148

5.6 无店铺零售发展分析报告 153

第 6 章 中国专业零售业发展分析报告

6.1 专业零售业全景分析 159

6.2 食品、饮料及烟草专门零售 168

6.3 纺织、服装及日用品专门零售 172

6.4	文化、体育用品及器材专门零售	178
6.5	医药及医疗器材专门零售	184
6.6	汽车、摩托车、燃料及零配件专门零售	188
6.7	家用电器及电子产品专门零售	192
6.8	五金、家具及室内装饰材料专门零售	196

第7章 中国零售公司管理与运营分析报告

7.1	中国零售业兼并收购分析报告	201
7.2	中国零售业高管变动分析报告	207
7.3	中国零售业营销活动与网络技术应用分析	210
7.4	2015 年中国零售业公司公共关系与社会责任分析	215

第8章 中国零售业综合事务与海外概览

8.1	中国零售业政策法规和行业标准	222
8.2	中国零售企业案件纠纷	226
8.3	中国零售商业会议、会展与培训教育	229
8.4	海外零售商业概览	233

附 表		242
-----	-------	-----

后 记		243
-----	-------	-----

第 1 章 绪论

1.1 本报告的撰写

中国零售业担负着商品流通和城乡居民消费实现的重任，是国民经济的支柱性产业，也是提供就业的主战场，更是实现“中国梦”的重要载体之一。

本书按照年度全面监测中国零售业发展状况，关注宏观经济、消费发展、零售产业、行业效率、地区发展、城乡零售、综合业态、专业业态、收购兼并、高管变动、营销活动、技术运用、公共关系、社会责任、政策法规、公共事务与海外概览等多个零售商业发展的关键问题与热点问题，并通过对行业代表性企业的追踪，来实现对中国零售业发展现状、特点、脉络和问题等的监测与分析。

本报告每章监测和分析一个专题的内容，具体包括绪论、中国经济增长与零售业、中国零售业产业发展分析报告、中国零售业地区发展分析报告、中国综合零售业发展分析报告、中国专业零售业发展分析报告、中国零售公司管理与运营分析报告、中国零售业综合事务与海外概览，共 8 章。

每章（每个专题）包括监测分析报告和数据附表两个部分。其中，监测分析报告是针对中国零售业发展的监测分析，一般包含该专题的零售商业发展全景，行业与代表性企业的基本情况、发展动向监控、问题思考与展望等，即本书的纸质版；数据附表是根据专题进行的统计，即我们根据研究的需要，设计了相关的统计数据表格和企业动态监控表格，包括产业数据分析表、地区数据分析表、业态数据分析表和零售公司动态监控数据分析表四类数据表格，共计 60 张，以连续反映年度中国零售业发展的基本情况。所有数据附表都是电子版，读者朋友可扫描本书附表中的二维码获取。

本报告主体上仍然延续了由中国人民大学出版社出版的《中国零售业发展监测与分析报告 2015》的编写思路、结构体系和主要内容。

2016 年报告对局部内容进行了适当调整和补充，主要包括：1) 对报告中各主要图表、数据及计算部分涉及的数据来源、计算公式等，以脚注形式给予补充说明，便于读者理解；2) 为节约篇幅，本报告对第 3 章至第 6 章中的图表部分进行了合并处理，即将同一主题下的若干张分散的图表合并处理成一张图或表，在保证基本信息不丢失的前提下，篇幅缩减了近四分之一；3) 对第 3 章 3.1 节的六类商品分类标准进行了调整，以更科学地反映居民消费特点及消费市场现状；4) 对第 5 章、第 6 章各小节中的各子业态分析部分所涉及的图表，统一模式为三张图，即该子行业或子业态的销售额情况、效益效率情况、门店情况等，并在此基础上展开分析。

1.2 本报告的结构

本报告的结构如图 1-1 所示。



图 1-1 本报告结构示意图

1.3 本报告的数据

1.3.1 本报告数据来源概述

本报告所有的资料信息均通过公开信息渠道获得，数据来源主要有：

1) 统计年鉴数据，包括《中国统计年鉴》（历年版）、《中国贸易外经统计年鉴》（历年版）、《中国城市统计年鉴》（历年版）、《中国区域经济统计年鉴》（历年版）、《中国住户调查年鉴》（历年版）。

2) 国家各级政府部门及其附属部门的官方数据和信息，包括国家商务部、国家统计局、各省市政府和统计局等政府权威网站发布的信息、动态、数据和统计资料，以及中经网统计数据库、国研网统计数据库、上海证券交易所、深圳证券交易所等权威网站发布的数据和统计资料。

3) 行业协会数据和信息，包括中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国物流与采购联合会、中国百货业协会、中国商业经济学会、中国流通三十人论坛（G30）等国内权威行业协会和社会组织发布的官方信息、动态和数据。

4) 企业官方数据和信息，包括中国零售业代表性企业在其官方网站公布的有关该企业的基本情况介绍和经营动向等信息，零售业中上市公司在交易所指定官方网站和社会媒体发布的年度、半年度、季度报告等信息与数据。

5) 新闻媒体和专业网站信息，包括国内外多种新闻媒体的新闻报道和相关资讯信息，以及联商网、超商网、第一零售网、零售网等行业专业资讯网站信息。

6) 国外数据，包括海外主要国家的官方统计数据，海外大型零售公司的官方网站信息和年报数据，美国 STORES 杂志发布的历年零售业 250 强数据等。

关于以上数据来源所采集的数据的年限情况，具体说明如下：

1) 关于国家统计局口径的统计年鉴数据：由于国家统计局年鉴发布的时间限制，即大部分统计年鉴是在每年的 8—11 月发布，其中数据均是上一年度的数据，而非本年度的数据，因此，本报告各章节中所有涉及统计年鉴的数据，都是截至 2014 年的数据。

2) 关于国家统计局的统计公报和其他月度、季度数据：国家统计局每年年初发布全国统计公报，各省、市统计局相应发布本级统计公报，所以，本报告中所有涉及此类统计公报的数据，都是截至 2015 年的数据；国家统计局口径按月、季度公布诸如 GDP、CPI、货币、类别商品销售额等月度、季度数据，所以，本报告中所有涉及此类月度、季度的数据，也都是截至 2015 年的数据。

3) 国内其他数据，包括代表性企业官方信息数据、上市公司信息数据、行业协会信息数据、新闻媒体和专业网站资讯数据等，是随时更新的数据，所以，本报告中所有涉及此类的信息和数据，也都是截至 2015 年的信息和数据。

4) 国外数据，涉及不同国家的制度问题、会计结算年度问题，除宏观统计数据、企业资讯是当年数据外，上市公司的财务数据一般是上一年度的数据，即截至 2014 财年。

1.3.2 本报告各部分数据来源

本报告各章节所用到的统计数据，以及本报告撰写小组自行收集整理的数据，具体数据来源、年份、性质等如表 1-1 所示。

表 1-1 本报告数据来源一览表

序号	项目	数据来源情况	年份
1	经济增长与零售商业的总体情况	国家统计局统计公报，各省统计局统计公报	2015、2014，及以前年份
2	投资与零售商业	国家统计局统计公报，中国统计年鉴，中国贸易外经统计年鉴	2015、2014，及以前年份
3	税收与零售商业	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
4	就业与零售商业	国家统计局统计公报，中国统计年鉴，中国贸易外经统计年鉴	2015、2014，及以前年份
5	利用外资、对外投资与零售商业	国家统计局统计公报，中国统计年鉴，中国贸易外经统计年鉴	2015、2014，及以前年份
6	人口、收支与消费的总体情况	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
7	三类消费的结构与比例	中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
8	网络零售与新兴商业	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014
9	零售商业和工农业生产的结构与比例	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
10	零售商业和物流运输的结构与比例	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
11	零售商业与货币流通的结构与比例	国家统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014，及以前年份
12	零售商业与地区发展的结构与比例	中国统计年鉴，中国城市统计年鉴，中国区域经济统计年鉴	2015、2014，及以前年份
13	中国零售业发展综述	中国贸易外经统计年鉴，本报告编者自行收集和整理的数据库	2015、2014，及以前年份

续前表

序号	项目	数据来源情况	年份
14	中国零售商业的一天	国家统计局统计公报，中国统计年鉴，中国贸易外经统计年鉴	2015、2014，及以前年份
15	中国主要分类商品零售	中经网统计数据库、国研网统计数据库	2015 及以前
16	中国零售业产业集中程度	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
17	中国零售产业规模与结构	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
18	中国零售业盈利能力	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
19	中国零售业费用控制	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
20	中国零售业劳动效率	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
21	中国零售业企业效率	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
22	中国零售业经营效率	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
23	中国经济区零售业发展	各省统计局统计公报，中国统计年鉴	2015、2014
24	中国省级地区零售业发展	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，中国城市统计年鉴，中国区域经济统计年鉴	2014 及以前年份
25	中国地级以上城市零售业发展	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，中国城市统计年鉴，中国区域经济统计年鉴	2014 及以前年份
26	中国农村居民人口、收支、消费、零售业发展	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库	2014 及以前年份
27	供销合作社系统综合经营情况	中华全国供销合作总社，中华全国供销合作总社信息中心，中国供销合作网	2015
28	综合零售业态发展综述	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，本报告编者自行收集和整理的数据库	2014 及以前年份

续前表

序号	项目	数据来源情况	年份
29	百货；超市、仓储；购物中心；便利店；无店铺；网络零售商业发展	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，本报告编者自行收集和整理的数据	2014 及以前年份
30	综合零售业代表性企业监测情况（附表数据）	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
31	专业零售业态发展综述	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，本报告编者自行收集和整理的数据	2014 及以前年份
32	七大类专业零售发展	中国贸易外经统计年鉴，中经网统计数据库、国研网统计数据库，本报告编者自行收集和整理的数据	2014 及以前年份
33	专业零售业代表性企业监测情况（附表数据）	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
34	中国零售业收购兼并：代表性企业监测情况	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
35	中国零售业高管变动：代表性企业监测情况	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
36	中国零售业公司营销活动与网络技术运用：代表性企业监测情况	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
37	中国零售业公司公共关系与社会责任：代表性企业监测情况	代表性公司官方网站，连锁协会、联商网等行业网站，新闻媒体网站，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
38	中国零售业政策法规和行业标准	商务部、商业联合会、连锁协会，本报告编者自行收集和整理的数据	2016、2015、2014
39	中国零售企业案件纠纷	中国质量万里行官网（www.315 online.com）所公布的涉及零售消费的案件	2015

续前表

序号	项目	数据来源情况	年份
40	中国零售商业会议会展、培训、教育	商务部、商业联合会、连锁协会、联商网等行业网站，本报告编者自行收集和整理的数据库	2016、2015、2014
41	海外零售商业概览	主要的国家统计部门网站、STORES 杂志，本报告编者自行收集和整理的数据库	2015、2014，及以前年份

1.4 本报告数据附表说明与相关阅读指南

1.4.1 本报告数据附表说明

本报告根据中国零售商业行业发展监测与分析的需要，在进行一手数据采集和二手统计数据收集与整理的过程中编制了大量的行业发展情况一览表，共计 60 张，这些数据附表和每一章的对应关系，具体如表 1-2 所示。

应该指出的是，所有这些数据附表凝聚了本报告编制小组全体成员的大量心血，是本报告的核心价值之一。

首先，对于所有涉及公司发展情况的数据附表，我们在对行业内代表性公司的海量资讯信息进行收集、分类、整理和规范化的基础上，根据每一章主题分析的需要，进行了艰巨的数据编码和再处理工作。尤其是我们针对每章主题设计的附表中，针对行业内具有代表性的大中型、成长型公司资讯进行系统的收集和整理，所有表格具有较为丰富的维度。这些维度及其内含数据，是行业分析和进一步研究的基础，也是目前现有统计年鉴类资料无法提供的宝贵信息来源。

当然，需要指出的是，部分行业数据和零售公司的信息，比如公司销售额、员工人数、门店数等因为商业机密和官网信息披露的缘故，确实无法获取，出现缺失，所以部分章节的附表中会存在一些空白的行和列，在此我们统一解释（为控制全书篇幅，不在各章的每个附表中单独解释），敬请读者谅解。

其次，对于所有行业发展的数据附表，我们在收集和整理了统计口径的数据后，进行了一定程度的再加工和深化，力图将这些数据经过适当的比例、比率、相对值等计算和处理后，尽可能地反映行业、子行业、业态、所有权、地区等多个维度的规律、差异性和背后的故事，这些数据也可以作为进一步研究的基础。

最后，这些数据附表和正文存在对应关系。整体而言，在正文中，我们引用了小部分的数据附表：有些情况下，我们将其转换成各种图形；有些情况下，我们截取了其中的关键数据做成小型的表格放入正文中。当然，在对正文相应部分的内容进行分析时，我们也会引用或提及附表中的数据，或作为证据，或作为对比，不一而足，请有兴趣的读者对照查看。

表 1-2 本报告各章数据附表一览表

序号	附表编号	附表名称	对应章节
1	附表 2-1	中国的消费、商业、零售与国民经济若干重要比例分析表（2015 年）	第 2 章
2	附表 2-2	中国的消费、商业、零售与国民经济若干重要比例分析表（2014 年）	第 2 章
3	附表 2-3	中国的消费、商业与零售结构分析表（2014 年）	第 2 章
4	附表 3-1	中国零售业六大类商品零售额与增速（2015 年）	第 3 章
5	附表 3-2	中国零售业分类商品零售额与增速（2015 年）	第 3 章
6	附表 3-3	中国零售业经营规模与结构（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
7	附表 3-4	中国零售业经营规模与结构（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
8	附表 3-5	中国零售业盈利能力（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
9	附表 3-6	中国零售业盈利能力（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
10	附表 3-7	中国零售业运营费用（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
11	附表 3-8	中国零售业运营费用（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
12	附表 3-9	中国零售业劳动效率（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
13	附表 3-10	中国零售业劳动效率（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
14	附表 3-11	中国零售业企业效率（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
15	附表 3-12	中国零售业企业效率（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
16	附表 3-13	中国零售业经营效率（按照行业分类）（2014 年）	第 3 章
17	附表 3-14	中国零售业经营效率（按照业态分类）（2014 年）	第 3 章
18	附表 4-1	中国四大区域和八大经济区零售业发展基本数据（2015 年）	第 4 章
19	附表 4-2	中国各省级地区零售企业运营情况基本数据（2014 年）	第 4 章
20	附表 4-3	中国各省级地区限额以上零售企业各销售类值批零比率（2014 年）	第 4 章
21	附表 4-4	中国各省级地区分行业限额以上零售企业库存占销售额比重（2014 年）	第 4 章
22	附表 4-5	中国各省级地区分行业限额以上零售企业平均销售额（2014 年）	第 4 章
23	附表 4-6	中国各省级地区分行业限额以上零售企业人均销售额（2014 年）	第 4 章
24	附表 4-7	中国各省级地区分行业限额以上零售企业净利率（2014 年）	第 4 章
25	附表 4-8	中国各省级地区连锁企业运营情况基本数据（2014 年）	第 4 章
26	附表 4-9	中国地级及以上城市零售与消费发展基本数据（2014 年）	第 4 章
27	附表 5-1	中国零售百强代表性百货企业监控情况（2014—2015 年）	第 5 章
28	附表 5-2	中国代表性区域百货企业监控情况（2014—2015 年）	第 5 章
29	附表 5-3	部分代表性外资百货企业监控情况（2014—2015 年）	第 5 章
30	附表 5-4	中国零售百强代表性超市企业监控情况（2014—2015 年）	第 5 章