

# 2007年中国连锁超市业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国连锁超市业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2990129901.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介伴随着发展的收获和喜悦，中国零售业步入了全新的2007年。过去的一年中，整个行业的发展更趋理性，也更加规范。预测2007年，外资扩张的速度会进一步加快；收购、兼并活动会更加频繁；业态创新加快；区域优势仍然会一枝独秀、高奏凯歌，零售业会进入全新的市场环境。2007年，本土零售企业一定会在战略实施、核心业务、管理提升、区域合作等方面取得大的进展，在国内市场国际化的竞争环境中不断提高自己的核心竞争能力。行业并购的局面在2006年已显示，2007年仍将凸显。同时，在竞争过程中，正出现深层次的创新，企业开始围绕着差异化经营，提供个性化服务。2007年将是中国连锁业发展进入转折的一年，转折的标志是中国连锁企业发展战略将发生根本变化。从做大到做强——连锁企业发展战略从全域扩张到地区集中区域领先的转变。2007年各区域连锁超市企业将在更大范围内进行农产品联合采购，通过联合采购来推动优势农产品产业带的形成，形成连锁超市对农产品市场和农产品价格的话语权。从2006年开始，一些区域连锁企业进行了实质性、跨地区的信息交流和业务合作，预计这种交流合作在2007年将会更广泛和深入。由于观念的转变，2007年这种跨地区的交流和合作会在不同性质的公司、不同规模的公司和不同业态的连锁公司之间得到开展，中国的连锁业将在2007年进入互相学习的新阶段。相信在这种交流与合作之中，许多公司从相知、相识、投缘到信任，会逐渐磨合探索成许许多多的新的合作模式，新的连锁经营方式和新的全国性连锁组织，中国的连锁经营事业必将呈现欣欣向荣的新面貌。2007年大型超市的发展随着国家《城市商业网点管理条例》的实施会相应地做出一些调整，中外企业在网点的选址和布局上都会理性一些，以台资为背景的大型超市公司会基本上通过资本转让的方法退出中国大陆市场，国际零售业巨头控制大型超市的发展局面不会改变。2007年大型超市会出现两个显著的转型倾向，一是大型超市在大城市向社区购物中心转型，在中小城市向地区商业中心转移，即大型超市的这种转型是在充分运用中国商业房地产市场高速发展的资源，运用大型超市的业态功能组合其它零售业态。截止2006年9月，上海已开设的122家大型超市除少数外，已经没有单一的独立业态店存在了，大型超市开始经营商业地产，并将这一模式发展成赢利模式以面对未来日益激烈的市场竞争。本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、中国商业联合会、全国商业信息中心、中国连锁经营协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外多种相关报纸杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对我国零售业发展情况、连锁经营、超市业发展状况、超市业市场、超市企业经济类型竞争以及连锁经营热点等进行了多方面深度剖析，全面展示连锁超市业现状，并揭示连锁超市业未来发展趋势和相应的发展策略，是连锁超市企业准确了解目前连锁超市业发展动态，把握企业定位、制定企业战略的重要决策依据。

目 录CONTENTS第一部分 行业发展概况第一章 中国零售业概况 1第一节 中国零售业态状况 1一、零售业态分类和基本特点 1二、我国零售业态呈多元化发展态势 2三、2006年我国主要零售业态销售增长情况分析

6四、零售业态发展趋势	12第二节	中国零售业发展情况分析
16一、2005-2006年中国零售业发展情况分析		16二、中国零售业现状分析
56三、外资零售企业发展状况		57四、我国零售业凸显四大变化
67五、我国零售业面临的问题及相关对策	68六、“两税合一”	不 葎T T
70七、2007年零售业发展趋势展望	75第二章 连锁经营概述	81第一节 连锁经营的基本描述
81一、连锁经营的定义	81二、连锁经营的发展由来	82三、连锁经营的形式分类
85第二节 连锁经营的特点和优势	86一、连锁经营的特点	86二、连锁经营的优势
89第三节 中国连锁经营发展情况分析	90一、2006年我国连锁经营业发展呈现五大特点	
90二、2006年中国连锁经营100强发布	134三、2007年中国连锁业展望	136第四节
2006年中国连锁100强经营分析		145一、行业集中度进一步提高
146二、外资零售企业发展活跃		146三、企业盈利水平普遍改善
147四、区域优势企业份额持续扩大		148五、特许经营发展迅速
148六、行业地位和责任提升	148七、2006年100家快速消费品连锁零售企业经营情况	
153第五节 2006年连锁商业企业的本土轨迹与规律探寻	158第三章 中国超市业概况	
173第一节 中国超市现状及发展		173一、中国超市发展现状
173二、2006年《超市购物环境》标准实施		175三、我国超市的主要发展方向
175四、发展连锁经营应注意的问题	177第二节 中国超市饱和度评价	178第三节
连锁超市赢利模式调研分析报告	183一、超市通道费用赢利模式存在的市场基础	
184二、通道费用赢利模式的弊端	185三、加强供应链管理转换超市赢利模式	186第四节
超市消费者行为分析与营销创新	188一、超市消费者行为分析	188二、超市营销创新
190第二部分 市场及竞争分析	第四章 中国超市业市场分析	195第一节
中国超市业宏观市场环境	195一、2006-2007年社会消费品市场零售总额	
195二、2006年全国人口、居民家庭收入、可支配收入情况		
202三、近年来居民消费价格指数与消费结构变化		
216四、2006年我国消费市场呈现四大特征		
227五、2006年全国600种主要消费品供求状况调查分析		232第二节
中国超市顾客购物行为调查	236一、把超市建成顾客最放心的购物场所	
236二、把超市建成方便顾客购物的场所	239三、培养顾客忠诚度	241第三节
中国大型连锁综合超市顾客满意度调查	242一、文献回顾	244二、测量量表开发和模型设计
246三、样本设计与数据分析	248四、结论与讨论	261第四节
2006年北京商场超市行业顾客满意度测评	265第五章 中国超市企业经济类型竞争分析	
277第一节 外商投资与中国超市企业的竞争		
277一、中国零售业在外资竞争压力下面临生存危机		
277二、外资零售业进入对我国产生的影响	282三、外资连锁零售企业效益远高于内资	
284第二节 内外资超市竞争情况分析		285第三节

全国性超市企业与区域性零售企业竞争分析	288	第四节	连锁便利店
290一、连锁便利店的竞争优势	290	二、	我国连锁便利店的市場空间
292三、连锁便利店在中国的发展现状	292	四、	连锁便利超市的蓝海战略
296	第五节		
连锁百货店	298	一、	连锁百货店的发展现状
298	二、		2007年百货业潜藏新一轮洗牌压力
299	三、		大中型百货零售业连锁经营面临的困境与出路
303	第三部分		热点及趋势分析
第六章			
连锁经营热点分析	313	第一节	入世5周年來中国连锁业发展情况分析
313	第二节		
物流业发展情况	319	一、	2006年全国物流运行情况分析
319	二、		2007年我国现代物流将保持快速发展
321	第三节		中国连锁超市物流情况法分析
326	一、		中国连锁超市物流的现状及其模式分析
326	二、		我国连锁企业物流配送现状分析
333	三、		物流配送与连锁经营的问题探析
339	四、		浅谈连锁超市逆向物流管理
344	五、		连锁超市物流优化对策探讨
348	第四节		电子商务在连锁超市中的应用
354	一、		我国连锁超市企业电子商务的模式
354	二、		我国连锁超市企业开展电子商务的前景
355	三、		目前我国连锁超市企业在发展电子商务中遇到的问题
357	四、		相关建议
358	第七章		
连锁超市业发展趋势	360	第一节	连锁经营的发展趋势
360	第二节		超市业发展趋势
362	一、		业态多元化
362	二、		经营规模化
363	三、		市场定位差别化
364	四、		自有品牌系列化
364	五、		生鲜食品主打化
365	六、		中外资超市同台竞技
365	七、		兼并与上市势在必行
365	八、		投资主体多元化
366	九、		物流配送中心快速发展
366	第三节		
“十一五”规划与零售行业投资机会			
367	一、		“扩大内需”
367	二、		农村居民及中、西部地区居民收入较快增长将扩大零售行业的市場容量
368	三、		零售行业在业态、连锁化及组织结构等方面将继续呈良好发展势头
369	四、		“十一五”是零售行业对外开放后的关键时期
370	第四节		
农村市場将成为连锁经营新的增长点	371	一、	农村超市发展现状及潜力分析
371	二、		农村超市发展策略
387	第四部分		行业发展策略第八章
连锁超市业发展策略	393	第一节	中国连锁经营发展问题及对策分析
393	一、		中国连锁经营的历史回顾及其内涵
393	二、		连锁经营的发展问题分析
393	三、		中国连锁经营的发展性对策
396	第二节		
我国连锁超市发展的策略选择	399	一、	选好目标市場，准确定位
399	二、		合理选址布局
400	三、		选择合理的业态和发展战略
402	四、		培育企业核心竞争力
403	五、		培养高素质人才
405	六、		规范公司运营
405	第三节		提升我国本土零售业竞争能力的战略分析
406	一、		本土零售企业的优、劣势分析
407	二、		我国本土零售业应采取的竞争战略
411	第四节		连锁商业企业规模扩张与经营策略
415	一、		连锁商业企业规模扩张的理论思考
416	二、		我国连锁商业企业规模扩张的对策
419	三、		连锁企业扩张的金融支点
421	四、		连锁零售企业开拓农村市場的总成本领先战略
437	五、		新兴连锁店的经营策略
442	图表目录		图表：有店铺零售业态分类和基本特点
1	图表：		有店铺零售业态分类和基本特点
2	图表：		无店铺零售业态分类和基本特点

- 2图表：2006年3月份零售业态热销排行  
6图表：2006年4月份零售业态热销排行  
6图表：2006年5月份零售业态热销排行  
7图表：2006年6月份零售业态热销排行  
7图表：2006年7月份零售业态热销排行  
8图表：2006年8月份零售业态热销排行  
8图表：2006年9月份零售业态热销排行  
9图表：2006年10月份零售业态热销排行  
9图表：2006年11月份零售业态热销排行  
10图表：2006年12月份主要流通行业销售增速  
11图表：2006年12月份主要零售业态销售增长速度  
11图表：2006年12月份主要商品销售增长速度  
12图表：2000-2005年全国消费品零售总额增长与GDP增长比较  
25图表：2005年我国零售业增长情况  
25图表：2003-2005年社会消费品零售总额月度数据变化情况  
25图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据变化情况  
26图表：2003-2005年城乡消费品零售总额月度数据占比情况  
26图表：2002-2005年全国居民消费价格总指数和全国商品零售价格总指数变化情况  
27图表：2001-2005年批发及零售业企业家信心指数  
27图表：2003-2005年消费者预期指数和信心指数  
27图表：2005年零售行业利润情况  
28图表：1997-2003年城市化进程情况  
28图表：2005年零售行业指数相对上证指数走势情况  
29图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业资产及负债  
29图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业主要财务指标  
30图表：2005年限额以上零售企业主要财务指标  
32图表：2005年限额以上零售企业单位数与亏损企业单位数  
33图表：2005年限额以上零售企业流动资产合计  
34图表：2005年限额以上零售企业固定资产合计  
35图表：2005年限额以上零售企业资产合计  
36图表：2005年限额以上零售企业负债合计  
38图表：2005年限额以上零售企业营业收入合计  
39图表：2005年限额以上零售企业主营业务与其他业务利润合计  
40图表：2005年限额以上零售企业费用合计  
41图表：2005年限额以上零售企业营业利润与利润总额  
43图表：2005年限额以上零售企业全部从业人员年平均人数  
44图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业门店数  
45图表：按业态分限额以上连锁零售企业营业面积  
46图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业从业人员  
46图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业商品购进总额  
46图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业统一配送商品购进额  
47图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业自有配送中心配送商品购进额

- 47图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业非自有配送中心配送商品购进
- 48图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业商品销售额
- 48图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业零售额
- 48图表：2006年1-9月千家核心企业主要零售业态增长情况
- 49图表：2006年1-9月重点流通企业分行业销售增长情况
- 49图表：2006年1-9月重点流通企业生产资料销售增长情况
- 50图表：2003-2006年我国城乡消费品市场增长差距逐步缩小
- 50图表：2006年1-9月上漲幅度最大和最小的5个生活必需品品种
- 51图表：2006年9月漲幅最大的10种生产资料品种
- 51图表：2006年1-9月千家核心企业主要商品增长速度
- 52图表：2006年1-11月重点零售企业销售额同比漲跌幅走势
- 52图表：2006年1-11月重点百货店零售额同比漲跌幅走势
- 53图表：2006年1-11月重点大型综合超市零售额同比漲跌幅走势
- 53图表：2006年1-11月重点超级市场零售额同比漲跌幅走势
- 54图表：2006年1-11月重点专业店零售额同比漲跌幅走势
- 54图表：2006年1-11月重点专卖店零售额同比漲跌幅走势
- 55图表：2006年1-11月重点便利店零售额同比漲跌幅走势
- 55图表：2006年1-11月重点仓储商场零售额同比漲跌幅走势
- 56图表：2005年世界500强前100名中零售企业排名
- 59图表：2005年全球零售100强
- 60图表：2006年全球零售业排名
- 66图表：2006年全球零售业发展指数
- 66图表：2005年、2006年全球零售发展指数排名对比
- 67图表：西方连锁商店的兴起
- 82图表：2005年中国百家快速消费品连锁零售企业基本情况
- 91图表：2005年中国主要便利店企业基本情况
- 93图表：2005年主要家电连锁企业基本情况
- 94图表：2005年主要药店连锁企业基本情况
- 95图表：2005年部分省、自治区连锁经营发展情况
- 95图表：2005年部分城市连锁经营发展情况
- 96图表：2005年主要外资连锁零售企业基本情况
- 96图表：2005年按业态分限额以上连锁零售企业基本情况
- 97图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（1）
- 99图表：2005年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况（2）
- 100图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业法人企业数
- 101图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业产业活动单位数
- 102图表：2005年各地区限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业从业人数
- 103图表：2005年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（1）
- 104图表：2005年分地区限额以上连锁零售企业基本情况（2）

- 105图表：2005年限额以上连锁零售业集团(企业)数(按登记注册类型、业态分) (1)
- 106图表：2005年限额以上连锁零售业集团(企业)数(按登记注册类型、业态分) (2)
- 107图表：2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数 (按业态分) (1)
- 108图表：2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数(按业态分)(2)
- 109图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分) (1)
- 110图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分) (2)
- 111图表：2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额(按业态分)(3)
- 112图表：2005年各地区限额以上连锁零售业门店数(按业态分) (1)
- 114图表：2005年各地区限额以上连锁零售业门店数(按业态分)(2)
- 115图表：2005年各地区限额以上连锁零售业集团(企业)数(按业态分)
- 116图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分) (1)
- 117图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分)(2)
- 118图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按登记注册类型分)(3)
- 119图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)
- 120图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)(2)
- 121图表：2005年限额以上连锁零售业情况(按业态分)(3)
- 123图表：2005年限额以上批发和零售业主要商品分类销售额
- 124图表：2005年各地区限额以上批发和零售业商品购、销、存总额
- 125图表：2005年按行业分限额以上批发和零售业商品购、销、存总额(零售业)
- 126图表：2005年限额以上批发和零售业主要商品分类销售额
- 127图表：2005年限额以上批发、零售企业资产及负债(按登记注册类型分)
- 128图表：2005年份地区限额以上零售企业资产及负债
- 130图表：2005年按登记注册类型分限额以上批发、零售企业主要财务指标(零售业)
- 131图表：2005年按行业分限额以上批发、零售企业主要财务指标(零售业)
- 132图表：2005年各地区限额以上批发和零售企业主要财务指标
- 133图表：2006年5家连锁经营企业销售额下跌的内资企业
- 135图表：2006年中国连锁经营100强企业
- 149图表：2006年主要外商投资连锁企业经营情况
- 152图表：2006年中国快速消费品连锁企业基本情况
- 155图表：部分城市超市饱和度指数的测算结果
- 179图表：各级城市超市饱和程度
- 180图表：超市增长空间较大的城市
- 182图表：超市发展空间很小或已过剩的城市
- 183图表：2002-2006年社会消费品零售总额及其增长速度
- 195图表：2006年1-12月社会消费品零售总额(按销售地区分)
- 196图表：2005-2006年社会消费品零售总额
- 196图表：2006年1月社会消费品零售总额
- 196图表：2006年2月社会消费品零售总额
- 197图表：2006年3月社会消费品零售总额



- 197图表：2006年4月社会消费品零售总额      197图表：2006年5月社会消费品零售总额  
198图表：2006年6月社会消费品零售总额      198图表：2006年7月社会消费品零售总额  
199图表：2006年8月社会消费品零售总额      199图表：2006年9月社会消费品零售总额  
200图表：2006年10月社会消费品零售总额    200图表：2006年11月社会消费品零售总额  
200图表：2006年12月社会消费品零售总额      201图表：2006年人口数及其构成  
202图表：2002 - 2006年城镇居民人均可支配收入及其增长速度  
203图表：2002 - 2006年农村居民人均纯收入及其增长速度  
203图表：2006年1月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
203图表：2006年2月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
205图表：2006年3月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
205图表：2006年4月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
206图表：2006年5月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
207图表：2006年6月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
208图表：2006年7月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
209图表：2006年8月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
210图表：2006年9月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
211图表：2006年10月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
212图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
213图表：2006年11月各地区城镇居民家庭收支基本情况  
214图表：2002-2006年前三季度农民现金收入情况  
215图表：1994 ~ 2004年全国城镇居民消费支出构成素  
216图表：城市与农村居民消费价格涨幅情况    220图表：我国CPI、食品及非食品价格涨幅  
220图表：社会消费品零售额的累计名义增速    220图表：2006年1月商品零售价格分类指数  
221图表：2006年2月商品零售价格分类指数    221图表：2006年3月商品零售价格分类指数  
222图表：2006年4月商品零售价格分类指数    222图表：2006年5月商品零售价格分类指数  
223图表：2006年6月商品零售价格分类指数    223图表：2006年7月商品零售价格分类指数  
224图表：2006年8月商品零售价格分类指数    224图表：2006年9月商品零售价格分类指数  
225图表：2006年10月商品零售价格分类指数  
225图表：2006年11月商品零售价格分类指数    226图表：2006年全国居民消费价格指数  
226图表：2006年12月商品零售价格分类指数  
227图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素      237图表：影响顾客光顾超市的因素  
237图表：顾客判断超市价位的依据      238图表：顾客对卖场人员服务的需求情况  
239图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法  
240图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——验证性因子分析结果  
247图表：综合超市消费者满意度测量模型

- 248图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——量表可靠性检验
- 251图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——PLS模型系数与结构变量的平均分
- 252图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图
- 253图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——价格感知
- 255图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店声誉
- 255图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——店内商品
- 256图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——购物环境
- 256图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——人员服务
- 257图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——结账过程
- 257图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——售后服务
- 258图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店政策
- 258图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——商店设施
- 259图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——购物便利
- 259图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——总体满意度
- 260图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——顾客忠诚度
- 260图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度调查——内外资超市比较
- 261图表：2006年北京商场超市行业消费者年龄分布
- 266图表：2006年北京商场超市行业消费者性别分布
- 266图表：2006年北京商场超市行业消费者所在工作单位类型
- 267图表：2006年北京商场超市行业消费者婚姻状况
- 267图表：2006年北京商场超市行业消费者教育程度
- 267图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭平均月收入
- 268图表：2006年北京商场超市行业消费者家庭人口结构
- 268图表：2006年北京商场超市行业消费者住址所在区域
- 268图表：被访者最满意的商场/超市/便利店满意分值表
- 269图表：被访者最满意的商场/超市/便利店信度分析表
- 269图表：被访者第一常去的商场/超市/便利店汇总表
- 270图表：被访者第二常去的商场/超市/便利店汇总表
- 270图表：被访者第三常去的商场/超市/便利店汇总表
- 271图表：被访者常去的商场/超市/便利店汇总表
- 271图表：商场/超市行业顾客满意度结构变量比较表
- 272图表：超市顾客满意度结构变量比较表
- 272图表：商场顾客满意度结构变量比较表
- 273图表：被调查者“第一常去”超市提及率前九名超市满意指数表
- 273图表：被调查者“第一常去”商场提及率前三名商场满意指数表
- 274图表：商场/超市满意度观测变量均值比较分析表

274图表：商场/超市满意度观测变量信度分析表 275图表：影响顾客选择超市购物的因素  
276图表：2001-2005年城乡人口主要构成情况  
373图表：1978-2001年中国农户收入水平变化情况  
374图表：2002-2005年中国农户收入水平变化情况  
375图表：2001-2005年全部金融机构本外币存贷款情况(年末数)  
377图表：2001-2005年农业存款变化情况(年末数)  
377图表：十五期间农村消费总额占全国消费品零售总额比重  
380图表：“十五”时期社会消费品零售总额与增长速度  
380图表：2005-2006年国家出台的有关扶持连锁企业的政策  
384图表：国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较 424图表：东来顺连锁加盟店年商标使用费  
425图表：东来顺连锁加盟店项目支持与服务 426图表：三家连锁企业的数据比较  
430图表：国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较  
432图表：马里奥特与麦当劳的财务数据比较  
433图表：资产证券化对马里奥特资产负债表的影响 435图表：快餐连锁巨头的金融比较  
436

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2990129901.html>