

2007 年

CHINA CHAIN STORE ALMANAC 2007

中国连锁经营年鉴

中国连锁经营协会 编



中国商业出版社

2007 年中国连锁经营年鉴

中国连锁经营协会 编

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

2007 年中国连锁经营年鉴/中国连锁经营协会编. —北京:中国商业出版社,2007.5

ISBN 978 - 7 - 5044 - 5924 - 4

I .2… II .中… III . 连锁商店 - 商业经营 - 中国 - 2007 - 年鉴
IV .F721.7 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 070466 号

责任编辑:唐伟荣

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺 1 号)
新华书店总店北京发行所经销
北京明月印务有限责任公司印刷

*

787×1092 毫米 16 开 35.5 印张 830 千字
2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
定价:280.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编辑委员会名单

- 编委会名誉主任：** 张志刚 全国政协委员
原中华人民共和国商务部 副部长
- 杨树德 全国政协委员
原国家工商行政管理总局 副局长
- 编委会主任：** 郭戈平 中国连锁经营协会 会长
- 编委会副主任：** 王宗南 光明食品（集团）有限公司 董事长
- 华 洲 上海启点超市有限公司 董事长
- 姜俊贤 中国全聚德（集团）股份有限公司 董事长
- 杨德新 农工商超市（集团）有限公司 董事长
- 吕国满 锦江麦德龙现购自运有限公司 高级副总裁
- 郑万河 北京王府井百货（集团）有限公司 董事长
- 朱 丹 原深圳市海王星辰医药有限公司 董事长
- 李秀珍 北京市连锁经营协会 副会长兼秘书长
- 纪志坚 大连三洋冷链有限公司 总经理
- 孙为民 苏宁电器股份有限公司 总裁
- 吴坚忠 物美控股集团有限公司 董事长
- 汤 琪 华联超市股份有限公司 董事长
- 李燕川 北京超市发连锁股份有限公司 总裁
- 陈 智 深圳市铜锣湾百货有限公司 总裁
- 卫 哲 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 集团执行副总裁
阿里巴巴企业（B2B）电子商务 总裁
- 吕伟顺 大商集团股份有限公司 总裁
- 邱源昶 上海可的便利店有限公司 总经理
- 苏敬轼 百胜（中国）投资有限公司 总裁
- 李成杰 沃尔玛（中国）投资有限公司 中国区副总裁
- 编委会委员：**（按姓氏笔划排序）
- 卫 哲 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 集团执行副总裁
阿里巴巴企业（B2B）电子商务 总裁
- 孔杨林 湖南省连锁经营协会 秘书长
- 尹 虹 商务部商业改革发展司 处长
- 王宗南 光明食品（集团）有限公司 董事长
- 王建涛 天津市连锁商业协会 会长
- 田甲南 沈阳市连锁经营协会 秘书长

华 洲	上海启点超市有限公司	董事长
吕伟顺	大商集团股份有限公司	总裁
吕国满	锦江麦德龙现购自运有限公司	高级副总裁
孙 洪	广东省连锁经营协会	会长
孙为民	苏宁电器股份有限公司	总裁
安建勇	西安市连锁经营协会	秘书长
朱 丹	原深圳市海王星辰医药连锁有限公司	董事长
朱 平	东莞市零售行业协会	秘书长
朱 舫	《中国商报》	副总编辑
汤 琪	华联超市股份有限公司	董事长
纪志坚	大连三洋冷链有限公司	总经理
刘 睿	长沙市连锁经营协会	秘书长
何家信	安徽省连锁经营协会	秘书长
吴坚忠	物美控股集团有限公司	董事长
张慧玉	河南省商业行业协会	会长
李成杰	沃尔玛(中国)投资有限公司	中国区副总裁
李杰宁	柳州连锁经营协会	会长
李秀珍	北京市连锁经营协会	副会长兼秘书长
李远志	黑龙江省连锁经营协会	秘书长
李燕川	北京超市发连锁股份有限公司	总裁
杨建英	福建省连锁经营协会	秘书长
杨德新	农工商超市(集团)有限公司	董事长
沙振权	华南理工大学工商管理学院	教授
花 涛	深圳市零售商业行业协会	会长兼秘书长
苏敬轼	百胜(中国)投资有限公司	总裁
邱源昶	上海可的便利店有限公司	总经理
陈 实	北京凯朗伯思咨询顾问有限公司	总经理
陈 杰	合肥市连锁协会	秘书长
陈 智	深圳市铜锣湾百货有限公司	总裁
周 勇	上海商学院流通经济学院	院长
孟福平	山西省连锁经营协会	秘书长
	太原市连锁经营协会	秘书长
郑万河	北京王府井百货(集团)有限公司	董事长
郑丹阳	北京凡佳诗管理顾问有限公司	总经理
郑经发	厦门市商业联合会连锁经营同业公会	会长
姚金来	安徽商业联合会零售商业委员会	秘书长
俞吉平	浙江省连锁经营协会	秘书长
姜俊贤	中国全聚德(集团)股份有限公司	董事长
洪 涛	北京工商大学经济学院	教授

胡文章 上海连锁商业协会 秘书长
赵 顺 大连市连锁企业协会 秘书长
郝晓燕 中国连锁经营协会新闻与媒体关系部 主任
徐胜雄 重庆市连锁经营协会 会长兼秘书长
徐晓芳 国泰君安证券研究所 研究员
郭焱才 武汉商会连锁经营分会 秘书长
郭崇义 北京工商大学商学院 博士
简丽娜 广州市连锁经营协会 秘书长
雷 堃 北京商务局现代流通发展处 处长
裴 亮 中国连锁经营协会 秘书长
穆 爽 济南市连锁经营协会 秘书长

总 编：裴 亮

执 行 总 编：郝晓燕

编 辑 部 主 任：郝晓燕（兼）

编 辑 人 员：杨青松 彭建真 王洪涛 苏 霜

前 言

2006 年作为“十一五”的开局之年，我国连锁经营发展跃上了一个新的台阶。

在过去的一年中，中国连锁经营行业继续保持着高增长的势头。外资在国内的扩张继续加强，而国内零售企业在扩张的同时开始更多地注重管理，“先做强，再做大”成为过去一年里中国连锁经营领域广泛关注的话题。

据商务部商业改革发展司和中国连锁经营协会的统计，2006 年，以经营大型超市为主的 11 家外资零售商新开设店铺数超过 100 家，超过了上年同期的水平；2006 年“中国连锁百强”的店铺增长率与上年基本持平，销售规模的增幅较前两年都有所下降，但企业的盈利水平却得到了普遍的改善，百货、超市、便利店等业态的利润率较往年均有所提升。销售额增幅下降，盈利水平提升，充分说明了在过去一年国内连锁经营企业普遍开始注重提升经营管理水平，面对竞争日益激烈的市场环境，国内连锁企业开始研究核心技术和能力，管理技术创新、经营创新、业态创新、成本控制、错位竞争等均成为企业研究的方向。

面对集中化程度越来越高的行业发展态势，区域企业也在积极寻找发展之路。区域优势企业的份额继续扩大，2006 年中国连锁 100 强企业之中，58 家是以区域发展为主的企业。同时，部分区域企业通过自身的探索、创新和努力，已经逐步在区域内形成了相对的优势，令外资和大型零售企业无法在当地与之竞争。这些区域优势企业的发展也为众多行业内正在彷徨的中小企业做出了榜样，指明了发展的方向。

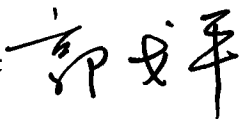
2006 年连锁企业中采取特许经营方式的比重越来越大。根据对协会会员情况的分析，到 2006 年底，采用特许方式的企业占到连锁企业总数的 69%。其中，餐饮业和服务业采用特许经营的企业分别占到所属行业连锁企业总数的 95% 和 83%，零售业占到 59%。2006 年“中国连锁百强”企业中，46% 的企业开展了特许经营。

连锁经营涉及到人民生活的方方面面，在中国经济发展中的地位不断提升，政府和社会开始给予行业更多的关注，2006 年是政府出台零售业相关政策法规最多的一年，涉及到并购、促销、工商关系、食品安全、农村商业等内容。

中国连锁经营的发展正在经历着从快速扩张到理性发展，从外延到内涵，从粗糙到精细的转变。企业自身的努力，政策法规的完善，消费环境的成熟，这些有利的因素必将为中国连锁经营的成熟、稳定发展保驾护航。

《2007 年中国连锁经营年鉴》力争通过数据，客观地反映 2006 年中国连锁经营市场的发展状况，为业内人士的经营、管理和决策提供一些依据。在此，向参与此书编写的专家、学者、业内人士和编委会工作人员表示衷心的感谢！

中国连锁经营协会 会长



目 录

第一部分 行业综合篇

国内贸易发展“十一五”规划	(3)
2006 年中国连锁经营发展基本情况	(17)
2006 年中国特许经营发展状况	(22)
连锁经营类上市公司 2006 年报分析	(29)
大型超市、仓储会员店、超市分析	(38)
便利店分析	(44)
百货连锁分析	(57)
购物中心发展分析	(71)
家电连锁经营分析	(78)
医药零售连锁经营分析	(86)
中式正餐行业连锁经营分析	(93)
中式快餐行业发展分析	(103)
火锅行业发展分析	(113)
西式快餐连锁经营分析	(120)
休闲饮品连锁经营分析	(127)
图书零售连锁经营分析	(134)
音像零售连锁经营分析	(139)
教育培训连锁经营分析	(142)
服装业连锁经营分析	(150)
美容业连锁经营分析	(158)
洗衣业连锁经营分析	(167)
家装连锁经营分析	(172)
经济型连锁酒店分析	(180)
房地产经纪机构连锁经营分析	(193)
汽车维护与修理连锁经营分析	(199)
农产品和农资连锁经营分析	(205)

第二部分 调查篇

2006 年中国连锁经营发展环境相关统计数据	(215)
2006 年连锁百强企业状况分析	(241)

2005 年度连锁经营状况分析报告	(252)
2006 年中国零售业和快速消费品行业工商合作调查研究报告	(325)
2006 年中国连锁企业人力资源状况调查报告	(328)
2006 年生鲜物流配送中心研究报告	(337)

第三部分 地方篇

北京市连锁经营发展状况	(343)
天津市连锁经营发展状况	(348)
沈阳市连锁经营发展状况	(349)
大连市连锁经营发展状况	(350)
吉林省农村商务服务业发展状况	(353)
黑龙江连锁经营发展状况	(356)
石家庄市连锁经营发展状况	(359)
山西省连锁经营发展状况	(363)
大同市百货零售业发展状况	(365)
上海市连锁经营发展状况	(369)
浙江省连锁经营发展状况	(372)
杭州市连锁经营发展状况	(376)
安徽省消费品市场发展情况	(377)
福建省连锁经营发展状况	(380)
山东省“万村千乡市场工程”发展状况	(386)
青岛市连锁经营发展状况	(388)
广东省连锁经营发展状况	(390)
广州市连锁经营发展状况	(396)
东莞市商贸流通发展情况	(398)
重庆市商贸流通产业发展状况	(400)
西安市百货业发展状况	(405)

第四部分 技术篇

从食品加工配送中心到零售店的信息化管理——欧洲配送中心 IT 应用技术 ...	(411)
门店转型与业态优化——零售企业的随需应变之道	(415)
善用 ERP 实现一流运营——解读中国零售企业的 ERP 应用	(418)
条码技术在零售业的应用与发展	(423)

第五部分 法规篇

国务院《商业特许经营管理条例》	(429)
-----------------------	-------

商务部《商业特许经营备案管理办法》	(433)
商务部《商业特许经营信息披露管理办法》	(436)
国务院关于加强和改进社区服务工作的意见	(439)
商务部关于贯彻落实《国务院关于加强和改进社区服务工作的意见》 的通知	(444)
国务院关于加强加快发展服务业的若干意见	(446)
国务院办公厅关于社会信用体系建设的若干意见	(453)
商务部《流通领域食品安全管理办法》	(456)
商务部《超市购物环境规范》	(458)
国家发展和改革委员会《烟草专卖许可证管理办法》	(463)
财政部、国家税务总局关于促进农产品连锁经营试点税收优惠政策的通知	(470)
商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局《零售商促销行为 管理办法》	(471)
商务部、发改委、公安部、税务总局、工商总局《零售商供应商公平交易 管理办法》	(473)
商务部关于加强“万村千乡市场工程”项目建设质量的通知	(476)
商务部关于开展零售企业分等定级试点工作的通知	(478)
商务部关于品牌促进体系建设的若干意见	(481)
商务部关于印发《农村市场体系建设“十一五”规划》的通知	(484)
商务部关于印发《商务领域品牌评定与保护办法》(试行)的通知	(494)
商务部《直销行业服务网点设立管理办法》	(497)
文化部《音像制品批发、零售、出租管理办法》	(499)
商务部、发改委、公安部、建设部、工商总局、环保总局《再生资源回收 管理办法》	(507)

第六部分 附录

附录一	(513)
已经批准(颁布)实施城市商业网点规划的城市	(513)
商务部商业改革司关于“中华老字号”标识和牌匾使用要求的说明	(514)
商务部办公厅关于启用“万村千乡市场工程”标识的通知	(515)
附录二	(517)
2006年度中国连锁业大事记	(517)
2006-2007年度中国优秀特许品牌	(523)
2006年度中国连锁风云人物	(527)
2006年度中国零售业最佳雇主	(529)
2006年度中国零售业区域明星企业	(530)
附录三	(531)
2007年全球零售100强	(531)

2007 年中国连锁药店 100 强	(537)
附录四	(541)
中国连锁经营协会简介	(541)
附录五	(542)
地区连锁协会名录	(542)
附录六	(544)
北京凯朗伯思咨询顾问公司	(544)
北京凡佳诗管理顾问有限公司	(545)
聚龙堂管理咨询（北京）有限公司	(547)
中科英泰商用系统有限公司	(548)
青岛海信网络科技股份有限公司	(550)
星亚科技有限公司	(552)
拍档电子科技（上海）有限公司	(554)

第一部分 行业综合篇

国内贸易发展“十一五”规划

“十一五”是我国全面建设小康社会的关键时期。为加快国内贸易发展,进一步发挥国内贸易在引导生产、扩大消费、增加就业、促进经济和社会发展、提高人民生活水平方面的重要作用,根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》,特制定本规划。本规划涉及的国内贸易,主要指批发业、零售业、餐饮业、住宿业、物流配送业及部分生产生活服务业。规划期为2006-2010年。

一、现状与形势

(一) 发展现状

“十五”期间,国内贸易持续快速发展,市场规模不断扩大,保障了城乡居民消费和工农业生产需求。社会消费品零售总额由2000年的3.9万亿元增加到2005年的6.7万亿元,年均增长11.4%,扣除价格因素年均实际增长11.1%;生产资料销售总额由2000年的5.3万亿元增加到2005年的14.3万亿元,年均增长21.9%,扣除价格因素年均实际增长16%。

流通现代化水平明显提高。连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式快速推进,新型业态不断出现并迅速发展,2005年我国限额以上连锁企业销售总额占社会消费品零售总额比重为15.9%,一些发达地区已经基本涵盖了发达国家的各种现代零售形式。以信息技术为主要内容的各种先进经营管理技术不断应用推广。

对外开放不断扩大,国内国际两个市场衔接更加紧密,推动了国内贸易的现代化进程,提高了国内贸易企业的组织化程度,涌现了一批具有较大规模的连锁企业。国内贸易企业在受到竞争压力的同时,通过借鉴国外先进的经营理念和营销技术,提高了市场竞争能力。国内贸易市场主体更加多元化,形成了多种经济成分充分竞争、竞相发展的格局。

国内贸易对国民经济增长的贡献不断增大。批发零售贸易和餐饮业增加值由2000年的0.96万亿元增加到2005年1.7万亿元,占GDP的比重保持在9%以上;创造的税收占税收总额的比重保持在20%左右;从业人员由2000年的4686万人增加到2005年的6054万人,约占全国总人口的4.6%。国内贸易的发展还为承接国际产业转移、实施“引进来”和“走出去”战略创造了较好的市场条件。

但是,国内贸易的发展仍处于从粗放型增长方式向集约型增长方式的转变过程中,总体发展水平离社会需要仍有较大差距。一是新型流通方式和业态的比重还很低,管理和技术水平总体上比较落后,流通的组织化程度和效率仍然不高,从而在一定程度上制约了消费的扩大和经济运行效率的提高,影响了其引导生产作用的充分发挥。二是区域和城乡发展差距显著,中西部地区的流通规模、现代流通方式、发展速度和连锁化程度都明显低于

东部地区；农村地区流通业发展远远落后于城市，农民购物不方便，农产品流通不畅，影响了农民增收和农村消费。三是法律制度与诚信体系建设滞后，市场秩序仍需进一步规范，假冒伪劣和食品安全问题突出，影响了人民群众的消费安全和身体健康；一些地方还存在地区封锁和行业垄断，影响了全国市场的统一性和商品的自由流通。因此，国内贸易领域创新、发展与改革的任务仍然十分繁重。

（二）面临形势

“十一五”是全面建设小康社会的新起点，国内经济发展和对外开放进入新阶段，这既为国内贸易的进一步发展奠定了良好基础，也对国内贸易的发展提出了新的要求。

保持经济平稳较快发展，进一步扩大国内需求，调整投资和消费的关系，增强消费对经济增长的拉动作用，要求充分发挥流通引导消费、扩大消费的作用。随着国民经济快速发展和工业化、城市化的推进，城乡居民的收入水平将进一步提高，带动消费结构进一步升级，要求国内贸易坚持以人为本，调整经营结构，创新经营方式，完善服务功能，更好地满足多层次的消费需求。

加快转变经济增长方式，走新型工业化道路，发展先进制造业，建设资源节约型、环境友好型社会，要求进一步提高流通效率，加快商品流通和资金周转速度，发挥流通对生产的服务和引导作用，促进国民经济向低成本、低能耗、高质量、高效率发生根本转变。

建设社会主义新农村，贯彻工业反哺农业、城市支持农村的方针，将进一步改善农村生产生活条件，国内贸易的发展要更加重视农村市场，加快农村市场体系建设。

进入 WTO “后过渡期”，国内市场国际化的特征更加明显，国内贸易发展面临新的机遇和挑战。外资进入的方式和领域都将呈现新的特点，国内市场竞争更趋激烈，需要进一步统筹国内贸易发展和对外开放。我国成为全球重要的制造业基地和商品采购、销售市场，为国内贸易发展提供了更为广阔的空间。

建设和谐社会，缓解社会就业压力，促进区域协调发展，保障人民群众安全消费、健康消费，还要求国内贸易承担更大、更艰巨的社会责任。

二、指导思想与总体目标

（一）指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，按照中共十六大全面建设小康社会的战略部署，贯彻落实十六届五中全会精神，坚持科学发展观，建设大市场，发展大贸易，搞活大流通，着力推进流通现代化，加快国内贸易的发展步伐，为促进国民经济持续快速协调健康发展、满足城乡居民日益增长的消费需求创造良好的市场环境。

（二）总体目标

“十一五”期间国内贸易发展的总体目标是：继续大力推进现代流通方式发展，提高国内贸易领域对外开放水平与质量，增强流通主体竞争能力，促进地区之间、城乡之间国内贸易协调发展，建立节约型国内贸易发展机制，健全国内贸易管理制度和法律规范，整

顿和规范市场秩序。到 2010 年，在建立法制健全、体制完善、发展协调、秩序规范、结构合理、方式先进、组织化程度较高、竞争力较强的统一开放，竞争有序的社会主义现代市场体系方面取得重要进展，进一步增强国内贸易拉动消费、引导生产、扩大就业和提高经济运行效率的作用。

“十一五”期间，社会消费品零售总额年均实际增长约 11%；生产资料销售总额年均实际增长约 11%；批发零售贸易和餐饮业增加值年均实际增长约 9%，占 GDP 的 10% 左右；国内贸易就业人员 2010 年达到 7100 万人，约占全国总人口的 5.2%；限额以上连锁企业销售总额年均增长约 21%，占社会消费品零售总额的 25% 左右；形成 15 - 20 家具有全国影响力和一定国际竞争力的大型国内贸易企业及一批区域性龙头企业。

（三）发展战略

1. 大力推动流通创新

以科技进步为动力，着力提高国内贸易领域信息技术应用水平，继续推进连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式，推动交易方式、服务功能、管理制度、经营技术的创新，进一步降低交易成本，提高流通效率。

2. 以城带乡共同发展

服务于社会主义新农村建设，促进现代流通方式从城市向农村延伸，全面推进农村生活消费品、生产资料和农产品流通网络建设，改变农村消费不安全、不方便、不实惠的现状，活跃农村经济，促进农民增收，增加农民就业，繁荣农村市场，扩大农村消费。

3. 注重区域协调发展

发挥比较优势和区域特色，改善发展环境，引导社会资本投向中西部地区流通领域，加快中西部地区和东北等老工业基地流通业的发展，改变东中西部流通业发展差距过大的状况，为区域经济的协调发展创造条件。

4. 调整结构优化布局

制定和实施商业网点规划，优化商业设施的布局 and 结构，转变增长方式。积极发展现代流通方式和新型流通业态，调整和改造传统流通业，大力发展便民利民的流通服务业。

5. 依托品牌实现振兴

工商、农商联手加强自主品牌的开发、营销和宣传，加强自主知名品牌产品营销网络建设，重视品牌保护，推进国内贸易企业服务品牌和自有产品品牌建设，增强企业核心竞争力。

三、主要任务

（一）推进现代流通方式发展

1. 加快国内贸易领域的科技进步

研究制定国内贸易领域技术创新体系框架，加强国内贸易领域信息化、自动化、标准化技术的研究开发、集成创新和推广应用。推进物流设施和装备的自动化、标准化，业务流程和服务规范的标准化，企业经营管理的信息化。加快现代物流技术、流通加工技术的

研发与应用。支持企业以供应链管理为核心、以信息技术为手段改进业务流程、交易方式,对营业设施、设备进行更新改造。积极跟踪国际上智能化商店、智能化配送中心和智能化仓库的发展,支持企业建立资源节约型和环境友好型的“生态商店”。建立国内外市场公共信息服务平台及商业基础数据库,加强基层信息化硬件和服务站点建设。逐步推行重要商品的可追溯相关信息的电子档案和电子标签。

2. 积极发展电子商务

制定、落实网上交易指导意见和电子商务统计标准。鼓励电子商务与连锁经营、物流配送相结合,提高流通领域的信息化及电子商务应用水平。支持中小企业电子商务应用,扶持服务于中小企业的第三方电子商务平台建设。推进骨干企业扩大网上采购与销售规模。鼓励和支持物流配送中心和商品交易市场开展电子商务。支持企业开展面向消费者的电子商务应用,发展基于互联网的新型流通业态。充分发挥电子商务对提高流通效率、降低交易成本的重要作用。

3. 发展新型零售业态,改造和调整传统零售业

积极发展多样化的现代零售业经营形式,形成定位清晰、布局合理、错位经营、各具特色的零售市场格局。进一步加强城市商业网点规划,建立大型商业设施建设和开业的听证制度,完善审批程序。合理规划并适当控制大型零售店和大型购物中心的建设,大城市市中心区域要限制大型综合超市的发展,防止盲目投资和重复建设。按照标准化超市、便利店等方式逐步改造传统的小型零售店铺,解决“脏、乱、差”的问题。进一步推进连锁经营的发展,以直营连锁为基础,规范发展特许加盟连锁,引导和促进自愿连锁的发展。规范互联网网络销售、电视电话销售、邮购等无店铺经营形式的发展。积极培育新的消费热点,发展家电、电子信息产品、建材家居用品、文化及办公用品、服装等大型专业超市,建立健全汽车流通和服务体系。发展厂家直销中心、邻里中心和城乡社区综合服务中心。加强银商合作,推广“刷卡结算”,提供消费便利。促进信贷消费、租赁消费等新型消费方式发展。

4. 推进批发业经营与服务方式创新

适应现代生产方式发展和走新型工业化道路的要求,加快工业消费品与生产资料批发的创新步伐。鼓励批发企业与品牌产品生产企业加强合作,发展总经销、总代理等现代批发方式,促进工商关系的稳定和协调;鼓励批发企业与中小零售商合作,建立联购分销的自愿连锁组织;鼓励大宗生产资料流通企业根据自身特点发展直达供货、加工配送等多样化分销形式,减少仓储运输环节;鼓励带有小型批发性质的会员制销售与“现购自运式”连锁超市的发展;鼓励各类经营生产设备、工具、零配件等的“工业品超市”发展,为生产企业提供产业配套服务。

5. 加快构建现代商贸物流体系

加强规划,整合物流资源。制定和贯彻物流标准,完善物流设施设备。推广先进适用的物流技术。落实各项物流政策,构建适应我国流通业发展需要的多层次、多类型的物流体系。加强连锁企业内部物流配送中心建设,特别是生鲜食品配送中心的建设,为连锁企业提供安全可靠、高效率的配送服务。与批发企业和储运企业改组、改造相结合,鼓励批发、储运企业延伸物流服务功能,发展社会化的“第三方物流”。

6. 促进商品交易市场升级