



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年连锁经营市场调查 及未来前景预测研究报告

一、调研说明

《2011-2015年连锁经营市场调查及未来前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/208687.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章、连锁经营相关概述

第一节、连锁经营的定义和特征

- 一、连锁经营的定义
- 二、连锁经营的形式
- 三、连锁经营的特点
- 四、连锁经营的优势

第二节、连锁经营业态的资本与管理

- 一、资本扩张与多方多赢
- 二、连锁经营中的各种关系
- 三、连锁经营的四点管理方向

第三节、连锁经营的条件分析

- 一、连锁经营发展的宏观条件
- 二、连锁经营发展的微观条件
- 三、不同类型连锁经营扩张的条件

第二章、世界连锁经营行业分析

第一节、美国连锁经营行业

- 一、连锁经营的美式分类
- 二、美国连锁经营行业发展的轨迹
- 三、美国餐饮连锁企业集体发力中国市场
- 四、美国连锁业的管理政策解析
- 五、美国特许经营的成功经验分析

第二节、欧洲连锁经营行业

- 一、欧洲连锁业的发展概况
- 二、2009年欧洲饭店连锁业发展状况
- 三、英国大型连锁超市纷纷向餐饮业扩张
- 四、德国政府对药店业禁止实行连锁经营
- 五、2010年俄罗斯零售业连锁经营强势反弹

第三节、日本连锁经营行业

- 一、连锁经营的日式分类

- 二、日本连锁业发展的进程及业态
- 三、2010年日本连锁业发展状况
- 四、日本连锁经营的特有模式探究
- 五、日本连锁便利店经营成功的因素分析

第四节、台湾连锁经营行业

- 一、台湾连锁商业的发展阶段分析
- 二、台湾连锁商业的加盟类型
- 三、台湾连锁商业发展面临的问题
- 四、台湾连锁企业竞相拓展内地市场

第三章、中国连锁经营行业分析

第一节、连锁经营在我国的发展综况

- 一、“十一五”期间我国连锁经营发展概况
- 二、中国连锁经营发展取得的主要成就
- 三、中国与主要发达国家连锁经营特点比较
- 四、我国连锁经营发展的五个原则

第二节、2008-2010年我国连锁经营行业发展状况

- 一、2008年我国连锁经营行业发展回顾
- 二、2009年中国连锁经营行业发展概况
- 三、2009年中国连锁经营行业企业格局
- 四、2010年中国连锁经营行业企业格局

第三节、我国农村连锁经营的发展概况

- 一、农村连锁经营发展的可行性及优势
- 二、中国农村连锁经营发展的历程及现况
- 三、我国农村连锁经营发展的制约因素
- 四、农村零售业实现连锁经营的措施
- 五、推动农村连锁经营发展的八个策略

第四节、发展连锁经营中的相关专题分析

- 一、连锁经营中的供应链管理解析
- 二、商业连锁战略执行监控体系的构建
- 三、连锁商业企业的财务管理浅析
- 四、连锁企业的选址思维转变分析

第五节、我国连锁经营存在的问题分析

- 一、中国连锁经营行业发展的误区
- 二、中国连锁经营发展中的主要问题
- 三、本土连锁经营企业发展的制约因素
- 四、我国连锁经营企业存在的营销缺陷

第六节、促进我国连锁经营发展的对策

- 一、促进我国连锁经营行业健康发展的建议
- 二、本土连锁企业发展壮大的路径思考
- 三、连锁企业的运营策略研析
- 四、中国连锁企业的盈利模式创新战略

第四章、物流与连锁经营结合分析

第一节、中国物流业现状

- 一、"十一五"时期中国物流业发展总况
- 二、2011年上半年中国物流业发展状况
- 三、企业物流运作的五大功能分析
- 四、物流技术和装备的发展趋势分析

第二节、第三方物流分析

- 一、第三方物流企业经营战略类型分析
- 二、第三方物流深入采购与生产运作的方法
- 三、第三方物流连锁零售缺货的原因与对策
- 四、电子商务中第三方物流的发展探索

第三节、中国连锁经营企业的物流分析

- 一、连锁企业发展物流配送的可行性
- 二、连锁企业物流作业流程与组织结构
- 三、连锁企业物流配送的四种模式分析
- 四、中国连锁企业物流配送的问题及对策

第四节、部分连锁经营行业的物流分析

- 一、餐饮连锁行业的物流发展分析
- 二、家电零售连锁业物流配送情况分析
- 三、医药零售连锁企业的逆向物流及特点分析
- 四、我国服装连锁经营的物流管理分析

第五章、零售业的连锁经营

第一节、我国零售业概述

- 一、2009年中国零售业表现可圈可点
- 二、2010年中国零售业发展状况解析
- 三、2010年我国零售百强企业发展分析
- 四、“十二五”期间我国零售业发展预测

第二节、我国限额以上连锁零售业数据

- 一、2006年我国限额以上连锁零售业
- 二、2007年我国限额以上连锁零售业
- 三、2008年我国限额以上连锁零售业

第三节、连锁超市

- 一、2010年中国超市业发展的特征解析
- 二、2010年主要外资超市在中国市场的布局
- 三、我国连锁超市的信息化发展分析
- 四、我国大型连锁超市市场营销存在的主要问题
- 五、我国大型连锁超市突破营销困境的策略

第四节、连锁便利店

- 一、中国便利店的总体发展概况
- 二、我国便利店发展特征解析
- 三、2010年主要连锁便利店企业布局状况

第五节、连锁百货店

- 一、百货店的发展历程
- 二、2010年我国百货行业发展运行分析
- 三、2010年我国百货行业区域发展分析
- 四、2010年我国主要连锁百货企业经营情况
- 五、我国百货行业需走自营发展的模式

第六章、家电业的连锁经营

第一节、家电连锁经营概述

- 一、家电连锁经营的定义
- 二、家电连锁经营的特性
- 三、家电连锁企业的发展阶段

第二节、中国家电连锁业发展分析

- 一、我国家电连锁行业的发展概况
- 二、2009年我国家电连锁行业的发展
- 三、2010年我国主要家电连锁企业销售状况

第三节、我国家电连锁竞争概况

- 一、外资卖场重返中国使家电连锁竞争加剧
- 二、我国家电连锁零售业的竞争发生转变
- 三、提升我国家电连锁核心竞争力的建议

第四节、家电连锁销售渠道的开拓分析

- 一、家电零售渠道的特点
- 二、家电连锁在二三线渠道的开发策略
- 三、我国家电连锁业三、四级市场营销渠道的开拓

第五节、中国家电连锁业面临的问题及对策

- 一、家电连锁经营中的三个问题
- 二、家电行业销售终端的六大陷阱
- 三、家电连锁快速发展中的十个隐患
- 四、我国家电连锁经营中的问题分析
- 五、我国家电连锁业发展的主要措施

第七章、餐饮业的连锁经营

第一节、中国餐饮连锁业发展概况

- 一、国内外餐饮连锁发展比较分析
- 二、我国餐饮连锁业竞争日趋激烈
- 三、餐饮连锁企业进驻一线城市发展剖析
- 四、餐饮企业实施连锁的路径分析

第二节、我国限额以上连锁餐饮业企业数据

- 一、2007年我国限额以上连锁餐饮业企业数据
- 二、2008年我国限额以上连锁餐饮业企业数据
- 三、2009年我国限额以上连锁餐饮业企业数据

第三节、餐饮连锁市场品牌及营销策略

- 一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择
- 二、打造连锁餐饮店品牌发展对策

三、连锁餐饮产品营销策略

四、餐饮连锁企业的"统一性"战略

五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新

第四节、西方快餐成功的启示

一、连锁餐饮企业扩张的金融支点分析

二、洋快餐迅速发展带来的思考

三、肯德基的成功经营之道

四、麦当劳的市场和促销分析

五、麦当劳和肯德基在中国成功的原因

第五节、餐饮连锁行业面临的问题

一、餐饮连锁业面临的六大困惑

二、餐饮连锁企业面临快速成长与风险控制的两难困境

三、我国中式餐饮连锁经营发展面临的困境

第六节、餐饮连锁业发展策略

一、中国餐饮连锁业发展战略

二、餐饮连锁经营的关键准备工作

三、中国餐饮连锁业发展对策

四、推进中式餐饮连锁经营发展的对策

第八章、医药业的连锁经营

第一节、连锁药店的渠道价值

一、作为市场通路的价值

二、市场经营业绩的价值

三、利润的吸引力价值

四、经营策略的价值

第二节、中国连锁药店业发展状况

一、我国连锁药店的发展环境

二、我国医药连锁行业发展沿革

三、我国医药连锁行业发展迅猛

四、国内医药零售连锁业持续扩张

第三节、2008-2010年中国医药连锁市场发展分析

一、2008年我国医药连锁行业的发展状况

二、2009年我国医药连锁市场的销售规模

三、2009年我国连锁药店排行榜的解析

四、2010年我国连锁药店排行榜的情况

第四节、我国医药连锁经营的竞争分析

一、平价药房与传统连锁药店的竞争

二、连锁药店竞争的主要因素

三、医药连锁竞争的主要策略

四、医药连锁企业核心竞争力的建立

五、医药连锁企业竞争需信息化

第五节、我国医药连锁行业发展存在的问题

一、我国医药连锁经营存在的主要问题

二、我国医药连锁行业发展面临的瓶颈

三、制约我国连锁药店良性发展的障碍

第六节、中国医药连锁行业的发展策略及建议

一、促进我国医药连锁行业发展的对策

二、发展我国医药连锁经营的思路

三、加速医药连锁企业发展壮大的措施

四、医药连锁企业提升经营水平的策略

五、我国医药零售连锁企业发展的战略模式

第九章、其它行业的连锁经营分析

第一节、农资的连锁经营

一、国内农资连锁经营发展的成功经验

二、农资连锁经营步入品牌时代

三、供销社连锁经营在农村流通中占主导地位

四、东北地区积极构建农资连锁网络

五、中国农资连锁经营的问题分析

第二节、图书连锁经营分析

一、图书连锁经营在我国的发展形势

二、从世界图书连锁巨头的失利看图书连锁业的变革

三、国外连锁书店危机给中国书业带来的警醒

四、邮政图书连锁的市场定位分析

第三节、网吧连锁经营

- 一、中国网吧连锁业生存现状剖析
- 二、中国对网吧连锁经营的政策扶持及成效分析
- 三、网吧连锁经营需加快管理规模化
- 四、网吧连锁经营的成功经验借鉴

第四节、美容化妆品连锁经营

- 一、我国化妆品专营专卖连锁发展趋势
- 二、2011年化妆品零售连锁企业加速扩张
- 三、美容化妆品业连锁经营的问题与对策
- 四、美容连锁企业的品牌文化和管理战略
- 五、美容业连锁经营须具备的条件

第五节、家具建材连锁经营分析

- 一、连锁模式给家具企业带来多重利好
- 二、本土建材家居连锁业发展状况分析
- 三、建材连锁超市在中国市场遇阻的原因探究
- 四、家具连锁业发展的问题及策略

第六节、服装连锁经营

- 一、服装连锁经营的优势分析
- 二、国内服装连锁市场百花齐放各具特色
- 三、三大服装连锁巨头集体抢攻中国市场
- 四、服装连锁经营发展面临的问题及对策

第十章、部分地区连锁经营的发展

第一节、上海市

- 一、上海连锁业的总体发展成就
- 二、2008年上海连锁业发展回顾
- 三、2009年上海连锁业运行状况
- 四、上海连锁商业发展面临的困境
- 五、上海市连锁经营发展的对策

第二节、广东省

- 一、广东连锁经营行业凸显两极化态势
- 二、广东商业连锁经营发展特点分析

三、广东商业连锁经营发展中的问题

四、广东商业连锁经营发展的对策探讨

第三节、深圳市

一、2010年深圳市连锁经营行业发展现状

二、2010年深圳连锁业30强企业发展态势剖析

三、深圳市主要连锁经营业态的发展情况

四、深圳市连锁经营行业未来发展趋势

第四节、其他地区

一、浙江连锁经营行业发展状况

二、江苏省大力扶持网吧连锁行业

三、辽宁实现网吧连锁经营的成功经验

四、优惠政策激活武汉市连锁经营企业

第十一章、特许经营的业态分析

第一节、特许经营概述

一、特许经营的定义及种类

二、特许经营七大体系详解

三、特许经营的优缺点分析

四、特许经营与连锁经营的异同

第二节、中国特许经营发展概况

一、中国特许经营发展的历程

二、2009年中国特许经营行业发展回顾

三、2010年中国特许经营行业发展现状

四、2011年中国特许经营行业景气状况分析

第三节、特许经营在各行业中的运用

一、餐饮业特许经营发展概况

二、中国教育培训行业特许经营发展概况

三、中国服装品牌发展特许经营分析

四、房地产经纪行业特许经营发展概述

五、酒店行业特许经营分析

第四节、我国特许连锁经营的问题及策略

一、我国特许经营发展中存在的问题

- 二、民间资本进入特许经营亟待扫清障碍
- 三、中国特许经营发展壮大的途径
- 四、新形势下特许经营持续发展的思路
- 五、特许连锁经营行业转型发展的路径探索

第五节、特许经营未来发展前景展望

- 一、中国特许经营市场潜力巨大
- 二、未来中国特许经营发展趋势预测
- 三、国内特许经营发展的方向分析

第十二章、中国连锁经营行业代表性公司经营状况

第一节、沃尔玛百货有限公司（WAL-MART STORES, INC.）

- 一、公司简介
- 二、2010财年沃尔玛经营状况
- 三、2011财年沃尔玛经营状况
- 四、2012财年第一季度沃尔玛经营状况

第二节、中国海王星辰连锁药店有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年海王星辰经营状况
- 三、2010年海王星辰经营状况
- 四、2011年第一季度海王星辰经营状况

第三节、北京华联商厦股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月华联股份经营状况分析
- 三、2010年1-12月华联股份经营状况分析
- 四、2011年1-3月华联股份经营状况分析

第四节、国美电器控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2008年1-12月国美电器经营状况分析
- 三、2009年1-12月国美电器经营状况分析
- 四、2010年1-12月国美电器经营状况分析

第十三章、连锁经营行业的投资与前景分析

第一节、投资形势分析

- 一、连锁经营行业备受风险投资追捧
- 二、加盟品牌连锁经营成为投资热点
- 三、连锁经营行业面临的投资机会
- 四、农村超市连锁经营前途无量

第二节、连锁经营投资风险及对策

- 一、特许方和加盟方的风险剖析
- 二、连锁经营面临的风险因素及规避建议
- 三、租赁连锁加盟投资成本及风险
- 四、餐厅连锁加盟投资需考虑的关键要素
- 五、汽车美容连锁经营投资风险及建议

第三节、连锁经营的发展前景预测

- 一、全球连锁经营行业的发展趋势探析
- 二、"十二五"期间连锁经营面临的发展机遇剖析
- 三、2011-2015年中国连锁经营业市场规模预测分析
- 四、连锁经营的未来十大方向预测

第四节、部分行业连锁经营的发展展望

- 一、汽车快修连锁业未来发展前景光明
- 二、自有品牌将成连锁超市发展高端市场竞争王牌
- 三、中国医药连锁经营的发展趋势
- 四、化妆品行业的连锁经营趋势分析
- 五、美容美发连锁经营的发展趋势探析

附录

附录一：关于促进连锁经营发展若干意见的通知

附录二：特许经营守则

附录三：商业特许经营管理办法

附录四：商业特许经营管理条例

图表目录：

图表1 商圈人口

图表2 立地要素

图表3 日本部分商品平均销售额、毛利率和占销售额比重表

图表4 2010年中国连锁业十强企业经营情况

图表5 2010年主要海外连锁品牌经营情况

图表6 "万村千乡市场工程"村级店建设情况

图表7 "万村千乡市场工程"乡级店建设情况

图表8 "万村千乡市场工程"配送中心建设情况

图表9 连锁战略流程框架

图表10 2010-2011年上半年社会物流总额及增长变化情况指标

图表11 2011年上半年社会物流总额及增长变化情况指标

图表12 2011年上半年社会物流总费用构成情况

图表13 2006-2010年我国重点大型零售企业销售额增速情况

图表14 2004-2010年我国零售百强企业零售额及同比增长速度

图表15 2004-2010年我国零售百强企业销售规模增长速度

图表16 2010年我国零售业第100位企业销售额及同比增速

图表17 2004-2010年我国零售业销售额过百亿的企业数量情况

图表18 2006-2010年我国零售百强企业商品销售总额占社会消费品零售额的比重

图表19 2007-2010年我国零售百强企业销售额所占的比重

图表20 2010年百强企业前十位名单情况

图表21 2007-2010年我国零售企业销售额过百亿的企业区域性与跨区域性情况

图表22 2010年外资零售企业的扩张速度

图表23 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与业态分）

图表24 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按行业与业态分）

图表25 2006年限额以上连锁零售业基本情况

图表26 2006年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与业态分）

图表27 2006年限额以上连锁零售业门店数（按地区与业态分）

图表28 2006年限额以上连锁零售业门店数（按地区与业态分）续

图表29 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与业态分）

图表30 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按行业与业态分）

图表31 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）

图表32 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）续1

图表33 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按登记注册类型与行业分）续2

图表34 2007年限额以上连锁零售业基本情况

图表35 2007年限额以上连锁零售业情况（按业态分）

- 图表36 2007年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）
- 图表37 2007年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）续
- 图表38 2007年限额以上连锁零售业情况（按行业分）
- 图表39 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与业态分）
- 图表40 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表41 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与登记注册类型分）续
- 图表42 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与行业分）
- 图表43 2007年限额以上连锁零售业集团（企业）数（按地区与行业分）续
- 图表44 2007年限额以上连锁零售业门店分布（按地区与业态分）
- 图表45 2007年限额以上连锁零售业门店分布（按地区与业态分）续
- 图表46 2007年限额以上连锁零售业商品销售总额（按地区与业态分）
- 图表47 2007年限额以上连锁零售业商品销售总额（按地区与业态分）续
- 图表48 2008年连锁零售企业总部（总店）数（按登记注册类型与业态分）
- 图表49 2008年连锁零售企业总部（总店）数（按行业与业态分）
- 图表50 2008年连锁零售企业总部（总店）数（按行业与登记注册类型分）
- 图表51 2008年连锁零售企业总体情况
- 图表52 2008年连锁零售企业总部（总店）数（按地区与业态分）
- 图表53 2008年连锁零售企业总部（总店）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表54 截至2010年底家乐福、沃尔玛、乐购、大润发在华门店分布对比统计
- 图表55 家乐福大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表56 沃尔玛大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表57 大润发大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表58 乐购大陆地区门店盘点（截至2010年12月31日）
- 图表59 便利店公司主要成本费用分布
- 图表60 2010年主要连锁便利店企业门店数量及分布
- 图表61 2010年我国主要连锁百货企业经营情况
- 图表62 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按登记注册类型分）
- 图表63 2004-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况
- 图表64 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按地区分）
- 图表65 2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）基本情况（按行业分）
- 图表66 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）门店总数（按业态分）
- 图表67 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）营业面积（按业态分）

- 图表68 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）从业人数（按业态分）
- 图表69 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐位数（按业态分）
- 图表70 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）餐费及商品销售收入（按业态分）
- 图表71 2006-2007年限额以上连锁餐饮业集团（企业）商品购进总额（按业态分）
- 图表72 2007-2008年我国连锁餐饮企业总体情况
- 图表73 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按业态分）
- 图表74 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按登记注册类型分）
- 图表75 2007-2008年我国连锁餐饮企业情况（按行业分）
- 图表76 2008年我国连锁餐饮企业（集团）数（按行业与登记注册类型分）
- 图表77 2008年我国连锁餐饮企业（集团）数（按地区与行业分）
- 图表78 2008年连锁餐饮企业总部（总店）数（按登记注册类型和业态分）
- 图表79 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按行业和业态分）
- 图表80 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按地区与业态分）
- 图表81 2008年我国连锁餐饮企业总部（总店）数（按地区与登记注册类型分）
- 图表82 2008年我国各地区连锁餐饮企业情况
- 图表83 2009年按登记注册类型分连锁餐饮企业基本情况
- 图表84 2009年按餐饮活动分连锁餐饮企业基本情况
- 图表85 2009年各地区连锁餐饮企业基本情况
- 图表86 国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较
- 图表87 东来顺连锁加盟店年商标使用费
- 图表88 项目支持与服务
- 图表89 三家连锁企业的数据比较
- 图表90 国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较
- 图表91 马里奥特与麦当劳的财务数据比较
- 图表92 资产证券化对马里奥特资产负债表的影响
- 图表93 快餐连锁巨头的金融比较
- 图表94 肯德基的几个品牌协同效应
- 图表95 肯德基最重要的企业文化
- 图表96 肯德基的培训体系
- 图表97 肯德基星级系统评估内容和方法
- 图表98 肯德基的特许加盟模式
- 图表99 肯德基商圈规划程序

图表100 肯德基主要的目标市场

图表101 肯德基的营销策略

图表102 美国连锁药店的零售在所有药店中的比例

图表103 2003-2008年中国医药连锁行业销售额百强企业收入情况

图表104 2008年中国医药连锁行业销售额百强企业利润率分布状况

图表105 2003-2009年中国医药连锁百强销售额及同比增长率

图表106 2009年中国药店单店销售额排行榜

图表107 2003-2008年我国百强药店销售数据变化表

图表108 2009年连锁药店单店排行榜十强企业销售额变化表

图表109 2009年我国连锁药店单店排行榜销售额增量十强

图表110 2009年连锁药店单店排行榜加盟店二十强

图表111 2009年连锁药店单店排行榜利润率十强

图表112 2009年连锁药店单店排行榜坪效十强（按日）

图表113 2009年连锁药店单店排行榜人效十强（按日）

图表114 2007-2008年连锁药店单店百强平均值对比表

图表115 2008年国有、民营药品企业对比表

图表116 2010年我国连锁药店排行榜

图表117 医药连锁企业信息化应用架构图示

图表118 全球三大服装连锁商基本情况

图表119 2008-2010年深圳连锁30强企业销售情况

图表120 2010年深圳连锁30强各业态情况

图表121 2009年特许经营120强企业行业分布情况

图表122 2009年特许经营120强企业单店平均销售额

图表123 2008-2009年特许经营120强企业分行业平均净利润率比较

图表124 2009年特许经营120强企业标准店投资回报期

图表125 2009年特许经营120强企业开展多品牌经营状况

图表126 2009年特许经营120强企业在海外开店情况

图表127 2008-2010财年沃尔玛损益表

图表128 2010财年沃尔玛不同部门主要财务数据

图表129 2010财年沃尔玛不同地区店面数量

图表130 2010财年沃尔玛不同部门净销售额情况

图表131 2009-2011财年沃尔玛损益表

图表132 2011财年沃尔玛不同部门主要财务数据

图表133 2011财年沃尔玛不同地区店面数量

图表134 2011财年沃尔玛不同部门净销售额情况

图表135 2011-2012财年第一季度沃尔玛损益表

图表136 2011-2012财年第一季度沃尔玛不同部门净销售额情况

图表137 2007-2009年海王星辰综合损益表情况

图表138 2007-2009年海王星辰不同类别产品收入细分情况

图表139 2007-2009年海王星辰主要城市药店数量情况

图表140 2007-2009年海王星辰店铺数量变化情况

图表141 2008-2010年海王星辰综合损益表情况

图表142 2008-2010年海王星辰不同类别产品收入细分情况

图表143 2008-2010年海王星辰主要城市药店数量情况

图表144 2008-2010年海王星辰店铺数量变化情况

图表145 2010-2011年第一季度海王星辰综合损益表情况

图表146 2009年1-12月华联股份主要财务数据

图表147 2009年1-12月华联股份非经常性损益项目及金额

图表148 2007年-2009年华联股份主要会计数据和主要财务指标

图表149 2009年1-12月华联股份主营业务分行业情况

图表150 2009年1-12月华联股份主营业务分地区情况

图表151 2010年1-12月华联股份主要财务数据

图表152 2010年1-12月华联股份非经常性损益项目及金额

图表153 2008年-2010年华联股份主要会计数据和主要财务指标

图表154 2010年1-12月华联股份主营业务分行业情况

图表155 2010年1-12月华联股份主营业务分地区情况

图表156 2011年1-3月华联股份主要会计数据及财务指标

图表157 2011年1-3月华联股份非经常性损益项目及金额

图表158 2007-2008年国美电器综合利润表

图表159 2008年国美电器按地区门店列表

图表160 2008年末国美电器连锁网络布局

图表161 2008年国美电器各产品收入占总收入比例情况

图表162 2009年1-12月国美电器综合利润表

图表163 2009年1-12月国美电器主营业务分部情况

图表164 2009年1-12月国美电器主营业务分地区情况

图表165 2010年1-12月国美电器综合利润表

图表166 2010年1-12月国美电器主营业务分部情况

图表167 2011-2015年中国连锁百强企业销售额预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208687.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。