



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国连锁经营行业市场分析及投资咨询报告

一、调研说明

《2009年中国连锁经营行业市场分析及投资咨询报告》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/22802.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 连锁经营概述

一、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) 连锁经营的特点与优势
- (四) 连锁经营发展的条件与气候

二、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

三、企业进行连锁经营的条件

第二章 2008年中国连锁经营行业运行环境

一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国连锁经营行业发展政策环境

- (一) 行业政策解读
- (二) 特许经营守则
- (三) 《商业特许经营管理办法》

第三章 2008年全球部分国家或地区的连锁经营业运行情况

一、美国连锁经营业

- (一) 连锁经营的美式分类
- (二) 美国连锁经营现状
- (三) 美国发展连锁经营的途径
- (四) 美国的特许经营普及状况
- (五) 美国特许经营的成功经验借鉴

二、英国连锁经营业

- (一) 英国特许经营业现状
- (二) 英国主要的连锁企业介绍
- (三) 英国零售业的发展特点
- (四) 欧盟禁令对英国零售商的影响
- (五) 英国超市竞争及启示

三、日本的连锁经营业

- (一) 连锁经营的日式分类
- (二) 日本特许连锁经营的现状及问题
- (三) 日本企业连锁经营的发展特点
- (四) 日本化妆品连锁店
- (五) 日本连锁便利店经营成功的因素
- (六) 日本百货店业的经营现状与发展方向

四、台湾的连锁经营业

- (一) 台湾连锁商业的发展阶段
- (二) 台湾连锁商业的加盟类型
- (三) 台湾百货业的经营
- (四) 台湾连锁商业发展面临的问题
- (五) 台湾连锁经营新走向

第四章 2008年中国连锁经营业市场动态

一、2008年连锁经营在我国的发展

- (一) 中国与主要发达国家的连锁经营特点比较
- (二) 中美两国连锁经营的比较及启示
- (三) 中国连锁经营发展的四个特点
- (四) 我国连锁经营发展的五个原则

二、2008年中国连锁经营与电子商务

- (一) 中国电子商务市场现状
- (二) 电子商务与连锁经营的结合之路
- (三) 连锁经营与电子商务结合的手段
- (四) 连锁经营解决电子商务物流难题

三、2008年我国农村连锁经营的发展

- (一) 连锁药店开始占领农村市场
- (二) 农资物流连锁经营蕴含巨大商机
- (三) 农村零售业实现连锁经营的措施
- (四) 农村连锁成功经营的八个策略

四、2008年我国连锁经营的主要问题探讨

- (一) 我国连锁经营存在的主要问题
- (二) 我国连锁经营发展中的弊病
- (三) 制约我国连锁经营发展的因素
- (四) 中国企业实施连锁的六大困惑
- (五) 对我国连锁经营发展的思考

五、2008年促进我国连锁经营发展的对策研究

- (一) 我国连锁经营发展面临的问题的对策
- (二) 我国发展连锁经营的策略建议
- (三) 加快发展我国连锁经营的方针
- (四) 中国连锁经营的发展性策略
- (五) 我国连锁经营企业的"越位"对策

第五章 2008年中国物流与连锁经营结合

一、2008年国内物流业发展现状

- (一) 中国物流业现状与特点
- (二) 企业物流运作的五大功能
- (三) 我国物流行业中存在的问题
- (四) 加速我国物流业发展的策略建议
- (五) 物流技术和装备的发展趋势

二、2008年中国第三方物流发展

- (一) 第三方物流企业经营战略类型
- (二) 第三方物流深入采购与生产运作的方法
- (三) 中国航空快递企业第三方物流运作模式
- (四) 第三方物流连锁零售缺货的原因与对策
- (五) 第三方物流企业在电子商务中的发展前景

三、2008年中国连锁经营企业的物流

- (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) 连锁企业的物流配送的四种模式
- (四) 关于物流配送与连锁经营的问题探析
- (五) 连锁物流配送中心建设及服务创新建议
- (六) 连锁零售物流配送的特点与发展趋势

四、2008年中国部分连锁经营行业的物流

- (一) 国内连锁零售业物流配送现状
- (二) 连锁超市物流运作的四类模式
- (三) 医药零售连锁企业的逆向物流及特点
- (四) 我国服装纺织连锁经营的物流管理

第六章 2008年中国零售业的连锁经营运行形势透析

一、2008年我国零售业发展概述

- (一) 我国限额以上连锁零售业数据
- (二) 外资零售业进军我国市场
- (三) 中国国内零售业开放的风险
- (四) 我国零售业与国外零售业差别及改善策略
- (五) 我国零售业发展面临的挑战与应对措施
- (六) 对我国连锁零售业发展的思考

二、连锁超市

- (一) 中外连锁超市的市场绩效对比
- (二) 我国连锁超市发展的基本现状
- (三) 我国连锁超市的市场结构
- (四) 我国连锁超市的市场行为
- (五) 中小连锁超市竞争的优劣势
- (六) 建立乡镇连锁超市的成功策略
- (七) 我国连锁超市的发展战略

三、连锁便利店

- (一) 便利店的发展和竞争对策
- (二) 连锁便利店的经营理论和发展规律
- (三) 我国便利店的特点和问题
- (四) 我国传统便利店新的经营定位

(五) 便利连锁北京市场竞争激烈

(六) 7-11便利店市场策略

四、连锁百货店

(一) 百货店的发展历程

(二) 百货店连锁显现三大技术

(三) 现代百货业的优势和竞争对策

(四) 中国大型百货店的困境原因

(五) 大中型百货零售业连锁经营面临的挑战

第七章 2008年中国餐饮业的连锁经营状况浅析

一、2008年中国餐饮业连锁经营市场

(一) 我国限额以上连锁餐饮业发展概括

(二) 中国餐饮业连锁经营的特点

(三) 我国餐饮业连锁经营的品牌战略

(四) 我国餐饮连锁经营进入高速增长期

二、2008年西方快餐成功的启示

(一) 连锁餐饮企业扩张的金融支点

(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

(五) 麦当劳的成功缘由

(六) 麦当劳和肯德基在中国成功的原因

三、2008年中式快餐的SWOT战略要点

四、2008年中式快餐发展战略及建议

(一) 中式餐饮连锁经营发展的战略建议

(二) 中式快餐连锁的经营策略

(三) 中式快餐发展的战略道路

(四) 中式连锁快餐的品牌

第八章 2008年中国家电业的连锁经营运行走势

一、2008年中国家电连锁业现状

(一) 我国家电连锁经营的现状概括

(二) 家电零售连锁经营的发展现状

(三) 中国家电连锁格局

(四) 2008我国家电连锁大事件

二、2008年我国家电连锁竞争概况

(一) 家电连锁国内外强者的新博弈局面

(二) 家电连锁业进入全面整合

(三) 家电连锁业显现竞争优势

(四) 家电连锁竞争出现差异化

(五) 旗舰店成了家电连锁业竞争重点

(六) 3C业务是家电连锁争夺的新利润点

三、2008年中国家电连锁销售渠道的开拓

(一) 家电零售渠道的特点

(二) 我国家电连锁渠道扩张的影响

(三) 家电连锁三四级渠道的拓展

(四) 家电产品零售渠道的发展趋势预测

四、2008年我国家电连锁五大巨头市场战略

(一) 国美的颠覆市场规则

(二) 苏宁电器稳扎稳打战略

(三) 永乐注重经营细节

(四) 五星电器绕开一线市场

(五) 大中电器纵向发展思路

(六) 从国美、永乐并局连锁巨头鼎立格局

五、2008年中国家电连锁销售业面临的问题

(一) 中国家电连锁行业面临的困境

(二) 家电连锁经营中的三个问题

(三) 家电行业销售终端的六大陷阱

(四) 家电连锁快速发展中的十个隐患

(五) 我国家电连锁经营中的问题

第九章 2008年中国医药的连锁经营运行态势

一、2008年中国连锁药店的市场定位

(一) 我国连锁药店经营定位指导

(二) 经营定位紊乱的三个方面

(三) 连锁药店经营定位的三个思维误区

二、2008年美日连锁药店经营

(一) 美国连锁药店的四大特点

(二) 美国连锁药店处方药销售

(三) 美国Eckerd公司医药物流配送

(四) 日本连锁药店的业态特征

(五) 日本连锁药店MatsumotoKiyoshi的商品组合战略

三、2008年我国的连锁药店市场

(一) 我国医药零售连锁业总体评价

(二) 直购成为连锁药店利润新增点

(三) 我国主要的医药上市公司

(四) 医药上市公司投资连锁药业的策略

(五) 中国药品零售连锁企业的前景展望

四、2008年我国医药连锁经营的竞争

(一) 我国医药连锁行业进入资本时代

(二) 完善医药连锁企业的核心竞争力

(三) 医药连锁竞争的主要策略

(四) 医药连锁企业竞争需信息化

(五) 打造医药连锁企业竞争优势的策略

五、2008年医药连锁经营中的问题及建议

(一) 我国医药连锁企业发展中的问题

(二) 我国的医药物流成本过高

(三) 中国医药连锁中的三大瓶颈

(四) 国内药品零售连锁的问题

(五) 医药连锁经营发展中的不良因素及建议

第十章 2008年中国其它行业的连锁经营

一、农资的连锁经营

(一) 中国农资连锁经营之道

(二) 农资连锁经营步入品牌时代

(三) 供销社成为发展农资连锁的主渠道

(四) 中国农资连锁企业面临的内外忧患

(五) 中国农村农资连锁经营的问题

二、图书连锁经营

(一) 图书零售业展开连锁大战

(二) 新华书店连锁经营战略实施探析

(三) 北方图书城的连锁经营运行

(四) 邮政图书连锁的市场定位

(五) 图书的连锁经营需注意"三防"

(六) 我国内地连锁书店前景看好

三、网吧连锁经营

(一) 网吧也进入连锁经营

(二) 网吧的连锁经营引发行业洗牌

(三) 国家政策利于连锁网吧的发展

(四) 网吧连锁经营需加快管理规模化

(五) 网吧连锁经营尚待有效监管

三、美容化妆品连锁经营

(一) 全球主要品牌美容连锁机构介绍

(二) 美容化妆品业连锁经营的问题与对策

(三) 美容连锁企业的品牌文化和管理战略

(四) 美容业连锁经营的九个营销策略

(五) 美容业连锁经营须具备的条件

五、家具建材连锁经营

(一) 建材市场连锁经营及细分趋势

(二) 家具连锁经营的领头军金海马

(三) 中外建材连锁店竞争时代开始

(四) 百安居并购欧倍德透视

(五) 我国家具连锁业的问题及对策

六、服装连锁经营

(一) 服装连锁店借鉴国美模式

(二) 服装连锁中的直营VS加盟

(三) 服装连锁卖品牌抑或商品

(四) 服装连锁店店长的选择及其工作

(五) 从虎门服装看我国服装连锁企业

第十一章 2008年中国部分地区连锁经营市场格局

一、北京市的连锁经营

- (一) 北京市连锁经营的发展概况
- (二) 北京市连锁企业
- (三) 北京王府井百货欲打造百货业连锁
- (四) 北京连锁商业发展中出现的问题
- (五) 北京市商业连锁经营的策略

二、上海市连锁经营

- (一) 上海连锁经营的发展状况
- (二) 上海连锁经营加快消费实现
- (三) 上海百联集团零售的连锁经营
- (四) 上海连锁经营中的问题
- (五) 上海市连锁经营发展的对策
- (六) 上海市连锁经营的未来发展趋向

三、广东省连锁经营

- (一) 广州商贸连锁经营已初具规模
- (二) 广东商业连锁经营发展特点
- (三) 广东商业连锁经营中的港澳因素
- (四) 广东连锁商业面临的外资竞争
- (五) 广东商业连锁经营发展中的问题
- (六) 广东连锁商业发展的趋势探讨

四、深圳市连锁经营

- (一) 连锁业成为深圳商贸流通业主力
- (二) 深圳连锁经营销售额所占社会消费品总额比重大
- (三) 深圳发展连锁经营的现状及方式
- (四) 深圳连锁经营降下进入门槛

第十二章 2008年中外重要的连锁企业运营局势

一、全球零售业巨头：沃尔玛

- (一) 沃尔玛的商业营销理念
- (二) 沃尔玛运用物流配送系统节省成本
- (三) 沃尔玛的现代化物流要诀

(四) 沃尔玛的物流给我国连锁企业的启示

(五) 沃尔玛连锁经营的启示录

二、中国家电零售业的标杆：国美电器

(一) 国美电器青岛的运行状况

(二) 国美电器用服务赢取市场

(三) 国美电器借道香港冲击国际市场

(四) 国美欲打造全球顶尖连锁企业

三、综合超市的代表：北京华联

(一) 公司简介

(二) 公司经营状况

(三) 华联综超风险因素

四、医药零售的代表：海王星辰

(一) 海王星辰企业介绍

(二) 海王星辰连锁药店运用信息化管理

(三) 海王星辰与外资精诚合作

(四) 海王星辰借鉴国外品牌模式

五、其它大型连锁企业经营借鉴

(一) 中国普尔斯马特的倒闭带来的深思

(二) 凯马特之死引发的"规模病"思考

(三) 美国蒙哥马利沃德百货公司被打败的原因

(四) 玛莎-斯图尔特沉浮显示品牌是易碎品

(五) 英国百年老店马莎连锁经营成功之道

第十三章 2009-2012年中国连锁经营业的前景与趋势

一、2009-2012年中国连锁经营的趋势

(一) 我国连锁经营发展的主要趋势

(二) 国内连锁经营的发展走向预测

(三) 连锁经营的未来十大趋势预测

(四) 现代零售业的国际化与全球化发展趋势

(五) 大规模化、集团化的发展趋势

二、2009-2012年全球部分国家或地区连锁经营的前景

(一) 美国零售商业业态的发展前景

(二) "百元店"成为日本零售业的发展主流

(三) 澳大利亚连锁经营业的前景

(四) 中国连锁经营发展态势良好

(五) 台湾连锁业的发展动向

三、2009-2012年中国部分行业连锁经营的发展展望

(一) 国内零售业连锁的发展趋势

(二) 中国家电零售连锁经营的发展展望

(三) 餐饮连锁的规模化趋势

(四) 中国医药连锁经营的发展趋势

(五) 化妆品行业的连锁经营趋势

第十四章 2009-2012年中国连锁经营投资

一、2009-2012年中国连锁经营投资机会

(一) 农村超市连锁经营前途无量

(二) 连锁经营是农村图书市场的上上之选

(三) 饰品连锁店极具市场潜力

(四) 美容连锁经营是未来必然趋势

(五) 我国药品连锁经营前景光明

(六) 家电连锁业发展尚有市场空间

二、2009-2012年中国连锁经营的SWOT

(一) 连锁经营的优势所在

(二) 连锁经营的劣势六点

(三) 政策松绑带来的机遇

(四) 外资加速进入带来的挑战

三、2009-2012年中国连锁经营投资建议

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/22802.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。