

2016-2022年中国连锁经营 商业市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国连锁经营商业市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201602/130448.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第1章：连锁经营商业模式发展概述

1.1 报告研究范围与概念界定

1.1.1 报告涉及概念定义

1.1.2 报告研究范围界定

1.1.3 报告研究单位介绍

1.2 连锁经营商业模式发展概述

1.2.1 中国连锁经营商业模式引入背景

1.2.2 连锁经营商业模式应用领域分析

1.2.3 连锁经营模式各行业标杆企业汇总

1.2.4 连锁经营模式扶持推广与监管政策汇总

第2章：国际连锁经营商业模式发展历程与特点

2.1 美国三种连锁经营模式发展历程与现状

2.1.1 美国连锁经营模式的发展历程

2.1.2 美国连锁经营模式的发展现状

2.2 美国连锁经营模式发展特点分析

2.2.1 适应生产和消费的需要而产生

2.2.2 走企业自主发展、法律规范之路

2.2.3 呈现大型流通企业的垄断格局

2.2.4 契约文化浓厚，信用体系完善

2.2.5 连锁经营在零售业的业态表现

2.3 日本三种连锁经营模式发展历程与现状

2.3.1 日本连锁经营模式的发展历程

2.3.2 日本连锁经营模式的发展现状

2.4 日本连锁经营模式发展特点分析

2.4.1 连锁经营发展的背景是经济腾飞

2.4.2 走“政府推进型”的连锁移植之路

2.4.3 自愿连锁和直营连锁形成对抗局面

2.4.4 连锁经营在零售业的业态表现

2.5 美国与日本连锁经营模式发展经验借鉴

第3章：中国连锁经营商业模式总体特点

3.1 连锁经营商业模式适用条件分析

3.2 连锁经营商业模式构建原则

3.2.1 连锁经营需要遵循简单化原则

3.2.2 连锁经营需要遵循标准化原则

3.2.3 连锁经营需要遵循专业化原则

3.2.4 连锁经营需要遵循集权原则

3.2.5 连锁经营需要遵循沟通原则

3.2.6 连锁经营需要遵循安全便利原则

3.2.7 连锁经营需要遵循效益优先原则

3.3 连锁经营商业模式类型特点及优劣分析

3.3.1 直营连锁商业模式特点及优劣分析

(1) 模式主要特点分析

(2) 模式适用范围分析

3.3.2 特许经营商业模式特点及优劣分析

(1) 模式主要特点分析

(2) 模式适用范围分析

3.3.3 自由连锁商业模式特点及优劣分析

(1) 模式主要特点分析

(2) 模式适用范围分析

3.3.4 不同连锁经营商业模式的综合对比

3.4 连锁经营企业成长的一般过程与经营策略

3.4.1 连锁经营的准备阶段分析与经营策略

(1) 连锁经营的准备阶段分析

(2) 此阶段平均成本与经营规模分析

(3) 连锁经营准备阶段经营策略分析

3.4.2 区域连锁经营阶段分析与经营策略

(1) 区域连锁经营阶段分析

(2) 此阶段平均成本与经营规模分析

(3) 区域连锁经营阶段经营策略分析

3.4.3 跨区域连锁阶段分析与经营策略

(1) 跨区域连锁经营阶段分析

(2) 此阶段平均成本与经营规模分析

(3) 跨区域连锁经营阶段经营策略分析

第4章：零售连锁行业规模与商业模式构建分析

4.1 售连锁行业规模与市场需求分析

4.1.1 售连锁行业主要经营业态及特点

4.1.2 售连锁行业销售规模与增长趋势

4.1.3 货店连锁经营发展规模分析

(1) 百货门店开业总数分析

(2) 百货门店营业面积分析

(3) 百货门店从业人员分析

(4) 百货店商品购进总额分析

(5) 百货店商品销售额分析

(6) 百货店配送中心数量分析

4.1.4 超级市场连锁经营发展规模分析

(1) 超级市场开业总数分析

(2) 超级市场营业面积分析

(3) 超级市场从业人员分析

(4) 超级市场商品购进总额分析

(5) 超级市场商品销售额分析

(6) 超级市场配送中心数量分析

4.1.5 专业店连锁经营发展规模分析

(1) 专业店开业总数分析

(2) 专业店营业面积分析

(3) 专业店从业人员分析

(4) 专业店商品购进总额分析

(5) 专业店商品销售额分析

(6) 专业店配送中心数量分析

4.1.6 专卖店连锁经营发展规模分析

- (1) 专卖店开业总数分析
- (2) 专卖店营业面积分析
- (3) 专卖店从业人员分析
- (4) 专卖店商品购进总额分析
- (5) 专卖店商品销售额分析
- (6) 专卖店配送中心数量分析

4.1.7 便利店连锁经营发展规模分析

- (1) 便利店开业总数分析
- (2) 便利店营业面积分析
- (3) 便利店从业人员分析
- (4) 便利店商品购进总额分析
- (5) 便利店商品销售额分析
- (6) 便利店配送中心数量分析

4.1.8 仓储会员店连锁经营发展规模分析

- (1) 仓储会员店开业总数分析
- (2) 仓储会员店营业面积分析
- (3) 仓储会员店从业人员分析
- (4) 仓储会员店商品购进总额分析
- (5) 仓储会员店商品销售额分析
- (6) 仓储会员店配送中心数量分析

4.1.9 家居建材商店连锁经营发展规模分析

- (1) 家居建材商店开业总数分析
- (2) 家居建材商店营业面积分析
- (3) 家居建材商店从业人员分析
- (4) 家居建材商店商品购进总额分析
- (5) 家居建材商店商品销售额分析
- (6) 家居建材商店配送中心数量分析

4.1.10 售连锁行业市场需求分析与预测

- (1) 零售连锁行业的市场需求特征
- (2) 零售连锁行业的市场需求分析
- (3) 零售连锁业市场需求规模预测

4.2 售连锁经营商业模式构建环境分析

4.2.1 售连锁经营模式的市場影响因素分析

4.2.2 售连锁经营模式的行业影响因素分析

4.2.3 售连锁经营模式的重要环境趋势分析

4.2.4 售连锁经营模式的宏观经济影响因素分析

4.3 售连锁行业竞争热点与态势分析

4.3.1 售连锁行业竞争地位分析

4.3.2 售连锁行业竞争热点分析

4.3.3 售连锁行业竞争强度分析

4.3.4 售连锁行业竞争结构分析

4.3.5 售连锁行业竞争层次分析

4.3.6 售连锁行业竞争格局分析

4.4 售连锁经营企业商业模式的构建分析

4.4.1 售连锁企业的市场定位分析

4.4.2 售连锁企业的价值主张选择分析

4.4.3 售连锁企业商业模式中的客户关系分析

4.4.4 售连锁企业商业模式中的收入来源分析

4.4.5 售连锁企业商业模式中的成本结构分析

4.4.6 售连锁企业商业模式中的核心资源分析

4.4.7 售连锁企业物流配送系统的构建分析

(1) 物流配送能力的作用与重要性

(2) 连锁经营企业物流配送系统的特点

(3) 目前连锁企业物流配送系统存在问题

(4) 连锁经营企业配送中心选址影响因素

(5) 连锁经营企业配送中心选址程序分析

(6) 连锁经营企业配送中心选址常用方法

(7) 连锁企业配送中心选址-库存-车辆路线分析

(8) 连锁经营企业物流配送系统代表案例

4.5 售连锁代表业态商业模式分析——百货业态的连锁经营

4.5.1 我国百货业态的竞争态势分析

4.5.2 我国百货业发展存在的问题分析

4.5.3 我国百货企业连锁经营现状分析

4.5.4 我国百货企业连锁经营管理模式分析

4.5.5 我国百货企业连锁经营的SWOT分析

4.5.6 我国百货企业连锁经营的实证分析

4.5.7 我国百货企业发展连锁经营的对策建议

4.6 售连锁企业商业模式创新趋势

4.6.1 货业态商业模式创新趋势——重塑体验娱乐消费新价值的商业模式

(1) 传统连锁百货业态的优势分析

(2) 传统连锁百货业态的劣势分析

(3) 传统连锁百货业态面临的机遇

(4) 传统连锁百货业态面临的挑战

(5) 百货业态商业模式的创新案例

4.6.2 超市业态商业模式创新趋势——加强冷链发展O2O业务的商业模式

(1) 传统连锁超市业态的优势分析

(2) 传统连锁超市业态的劣势分析

(3) 传统连锁超市业态面临的机遇

(4) 传统连锁超市业态面临的挑战

(5) 超市业态商业模式的创新案例

4.6.3 专业店业态商业模式创新趋势——分享移动互联红利重构商业模式

(1) 传统连锁专业店业态的优势分析

(2) 传统连锁专业店业态的劣势分析

(3) 传统连锁专业店业态面临的机遇

(4) 传统连锁专业店业态面临的挑战

(5) 专业店业态商业模式的创新案例

4.6.4 便利店业态商业模式创新趋势——构建信息传递中枢的商业模式

(1) 传统连锁便利店业态的优势分析

(2) 传统连锁便利店业态的劣势分析

(3) 传统连锁便利店业态面临的机遇

(4) 传统连锁便利店业态面临的挑战

(5) 便利店业态商业模式的创新案例

4.6.5 重点案例分析——家电连锁零售企业商业模式转型关键三要素

(1) 苏宁历史三部曲——大趋势改变后的转型困境

1) 发展期——连锁经营商业模式促成伟大企业的诞生

2) 衰弱期——3C及家电标准化产品网上销售

3) 回光返照期——做电商，做平台，做互联网金融

(2) 转型成功所需要突破的三要素分析

1) 入口能力分析

2) 变现能力分析

3) 互联网应用能力分析

第5章：餐饮连锁行业规模与商业模式构建分析

5.1 餐饮连锁行业规模与市场需求分析

5.1.1 餐饮连锁行业主要经营业态及特点

5.1.2 餐饮连锁行业销售规模与增长趋势

(1) 餐饮连锁企业开店总数分析

(2) 餐饮连锁企业营业面积分析

(3) 餐饮连锁企业从业人员分析

(4) 餐饮连锁企业餐位数分析

(5) 餐饮连锁企业商品购进总额分析

(6) 餐饮连锁企业营业收入分析

(7) 餐饮连锁企业配送中心分析

5.1.3 正餐服务连锁经营发展规模分析

(1) 正餐连锁企业开店总数分析

(2) 正餐连锁企业营业面积分析

(3) 正餐连锁企业从业人员分析

(4) 正餐连锁企业餐位数分析

(5) 正餐连锁企业商品购进总额分析

(6) 正餐连锁企业营业收入分析

(7) 正餐连锁企业配送中心分析

5.1.4 快餐服务连锁经营发展规模分析

(1) 快餐连锁企业开店总数分析

(2) 快餐连锁企业营业面积分析

(3) 快餐连锁企业从业人员分析

(4) 快餐连锁企业餐位数分析

(5) 快餐连锁企业商品购进总额分析

(6) 快餐连锁企业营业收入分析

(7) 快餐连锁企业配送中心分析

5.1.5 茶馆连锁经营发展规模分析

(1) 茶馆连锁企业开店总数分析

(2) 茶馆连锁企业营业面积分析

(3) 茶馆连锁企业从业人员分析

(4) 茶馆连锁企业餐位数分析

(5) 茶馆连锁企业商品购进总额分析

(6) 茶馆连锁企业营业收入分析

(7) 茶馆连锁企业配送中心分析

5.1.6 咖啡店连锁经营发展规模分析

(1) 咖啡店连锁企业开店总数分析

(2) 咖啡店连锁企业营业面积分析

(3) 咖啡店连锁企业从业人员分析

(4) 咖啡店连锁企业餐位数分析

(5) 咖啡店连锁企业商品购进总额分析

(6) 咖啡店连锁企业营业收入分析

(7) 咖啡店连锁企业配送中心分析

5.2 餐饮连锁经营商业模式构建环境分析

5.2.1 餐饮连锁经营模式的市场影响因素分析

5.2.2 餐饮连锁经营模式的行业影响因素分析

5.2.3 餐饮连锁经营模式的重要环境趋势分析

5.2.4 餐饮连锁经营模式的宏观经济影响因素分析

5.3 餐饮连锁行业竞争热点与态势分析

5.3.1 餐饮连锁行业竞争地位分析

5.3.2 餐饮连锁行业竞争热点分析

5.3.3 餐饮连锁行业竞争强度分析

5.3.4 餐饮连锁行业竞争结构分析

5.3.5 餐饮连锁行业竞争层次分析

5.3.6 餐饮连锁行业竞争格局分析

5.4 餐饮连锁经营企业商业模式的构建分析

5.4.1 餐饮连锁企业的市场定位分析

5.4.2 餐饮连锁企业的价值主张选择分析

5.4.3 餐饮连锁企业商业模式中的客户细分分析

5.4.4 餐饮连锁企业商业模式中的客户关系分析

5.4.5 餐饮连锁企业商业模式中的收入来源分析

5.4.6 餐饮连锁企业商业模式中的成本结构分析

5.4.7 餐饮连锁企业商业模式中的核心资源分析

5.5 快餐连锁代表商业模式案例分析——肯德基商业模式分析

5.5.1 肯德基在中国的发展历程

5.5.2 肯德基在中国的经营理念

5.5.3 肯德基的特许经营模式分析

(1) 肯德基特许模式特点分析

(2) 肯德基特许人的挑选分析

(3) 肯德基如何确定加盟地区

(4) 肯德基特许费及投资回报分析

(5) 肯德基加盟契约分析

(6) 肯德基专门培训体系分析

(7) 肯德基尖端管理终端分析

5.5.4 肯德基在中国的品牌培育策略分析

5.5.5 肯德基中国品牌战略实施经验教训

(1) 肯德基品牌战略实施的业绩

(2) 肯德基品牌战略实施中的经验

(3) 肯德基在中国的品牌发展建议

5.5.6 肯德基商业模式对快餐连锁行业的启示

(1) 确立和拥有不同的市场定位

(2) 追求现代化同时立足于传统

(3) 质与量同时兼顾发展连锁经营

(4) 严控食品安全，坚守诚信原则

(5) 进一步加强经营的规划化

5.6 咖啡连锁新兴商业模式案例分析——雕刻时光商业模式分析

5.6.1 雕刻时光发展历程分析

5.6.2 雕刻时光经营理念分析

5.6.3 雕刻时光发展规模分析

5.6.4 雕刻时光连锁模式分析

5.6.5 雕刻时光客户定位与细分

5.6.6 雕刻时光价值主张分析

5.6.7 雕刻时光收入来源分析

5.6.8 雕刻时光成本结构分析

5.6.9 雕刻时光的创新点分析

5.6.10 雕刻时光核心竞争力分析

(1) 2015年中国连锁经营发展环境相关统计数据

1) 人民物质文化生活状况

2) 城乡家庭人均收入及恩格尔系数

3) 全国城乡居民储蓄存款年底余额和年增加额

4) 城镇居民家庭基本情况

5) 城镇居民平均每人全年支出和购买的主要商品数量

6) 城镇居民平均每百户耐用消费品年底拥有量

7) 各地区城镇居民人均可支配收入

8) 国内贸易基本情况

9) 各地区社会消费品零售总额

10) 居民消费水平及指数

图表目录：

图表1：美国连锁经营模式的发展历程

图表2：美国直营连锁的发育现状

图表3：美国特许连锁的发育现状

图表4：美国自愿连锁的发育现状

图表5：美国各零售业态销售额占比图

图表6：日本连锁经营模式的发展历程

图表7：日本直营连锁的发育现状

图表8：日本特许连锁的发育现状

图表9：日本自愿连锁的发育现状

图表10：日本三种连锁经营比例

图表11：日本各零售业态销售额占比图

图表12：不同连锁经营商业模式对比

图表13：连锁准备阶段的平均成本和经营规模关系曲线

图表14：区域内连锁阶段平均成本和经营规模关系曲线

图表15：跨区域连锁阶段平均成本和经营规模关系曲线

图表16：连锁企业平均成本和经营规模关系曲线

图表17：2013-2015年百货门店直营店铺总数

图表18：2013-2015年百货门店加盟店总数

图表19：2013-2015年百货门店直营店营业面积

图表20：2013-2015年百货门店加盟店营业面积

图表21：2013-2015年百货门店直营店铺从业人员数量

图表22：2013-2015年百货门店加盟店从业人员数量

图表23：2013-2015年百货门店统一配送商品购金额

图表24：2013-2015年百货门店自有配送中心配送商品购进额

图表25：2013-2015年百货门店非自有配送中心配送商品购进额

图表26：2013-2015年百货门店直营店商品销售额

图表27：2013-2015年百货门店加盟店商品销售额

图表28：2013-2015年百货门店直营店铺配送中心数量

图表29：2013-2015年百货门店加盟店配送中心数量

图表30：2013-2015年超级市场直营店铺总数

图表31：2013-2015年超级市场加盟店总数

图表32：2013-2015年超级市场直营店营业面积

图表33：2013-2015年超级市场加盟店营业面积

图表34：2013-2015年超级市场直营店铺从业人员数量

图表35：2013-2015年超级市场加盟店从业人员数量

图表36：2013-2015年超级市场统一配送商品购金额

图表37：2013-2015年超级市场自有配送中心配送商品购进额

图表38：2013-2015年超级市场非自有配送中心配送商品购进额

图表39：2013-2015年超级市场直营店商品销售额

图表40：2013-2015年超级市场加盟店商品销售额

图表41：2013-2015年超级市场直营店铺配送中心数量

图表42：2013-2015年超级市场加盟店配送中心数量

图表43：2013-2015年专业店直营店铺总数

图表44：2013-2015年专业店加盟店总数

图表45：2013-2015年专业店直营店营业面积

图表46：2013-2015年专业店加盟店营业面积

图表47：2013-2015年专业店直营店铺从业人员数量

图表48：2013-2015年专业店加盟店从业人员数量

图表49：2013-2015年专业店统一配送商品购金额

图表50：2013-2015年专业店自有配送中心配送商品购进额

图表51：2013-2015年专业店非自有配送中心配送商品购进额

图表52：2013-2015年专业店直营店商品销售额

图表53：2013-2015年专业店加盟店商品销售额

图表54：2013-2015年专业店直营店铺配送中心数量

图表55：2013-2015年专业店加盟店配送中心数量

图表56：2013-2015年专卖店直营店铺总数

图表57：2013-2015年专卖店加盟店总数

图表58：2013-2015年专卖店直营店营业面积

图表59：2013-2015年专卖店加盟店营业面积

图表60：2013-2015年专卖店直营店铺从业人员数量

图表61：2013-2015年专卖店加盟店从业人员数量

图表62：2013-2015年专卖店统一配送商品购金额

图表63：2013-2015年专卖店自有配送中心配送商品购进额

图表64：2013-2015年专卖店非自有配送中心配送商品购进额

图表65：2013-2015年专卖店直营店商品销售额

图表66：2013-2015年专卖店加盟店商品销售额

图表67：2013-2015年专卖店直营店铺配送中心数量

图表68：2013-2015年专卖店加盟店配送中心数量

图表69：2013-2015年便利店直营店铺总数

图表70：2013-2015年便利店加盟店总数

图表71：2013-2015年便利店直营店营业面积

图表72：2013-2015年便利店加盟店营业面积

图表73：2013-2015年便利店直营店铺从业人员数量

图表74：2013-2015年便利店加盟店从业人员数量

图表75：2013-2015年便利店统一配送商品购金额

图表76：2013-2015年便利店自有配送中心配送商品购进额

图表77：2013-2015年便利店非自有配送中心配送商品购进额

图表78：2013-2015年便利店直营店商品销售额

图表79：2013-2015年便利店加盟店商品销售额

图表80：2013-2015年便利店直营店铺配送中心数量

图表81：2013-2015年便利店加盟店配送中心数量

图表82：2013-2015年仓储会员店直营店铺总数

图表83：2013-2015年仓储会员店加盟店总数

图表84：2013-2015年仓储会员店直营店营业面积

图表85：2013-2015年仓储会员店加盟店营业面积

图表86：2013-2015年仓储会员店直营店铺从业人员数量

图表87：2013-2015年仓储会员店加盟店从业人员数量

图表88：2013-2015年仓储会员店统一配送商品购金额

图表89：2013-2015年仓储会员店自有配送中心配送商品购进额

图表90：2013-2015年仓储会员店非自有配送中心配送商品购进额

图表91：2013-2015年仓储会员店直营店商品销售额

图表92：2013-2015年仓储会员店加盟店商品销售额

图表93：2013-2015年仓储会员店直营店铺配送中心数量

图表94：2013-2015年仓储会员店加盟店配送中心数量

图表95：2013-2015年家居建材商店直营店铺总数

图表96：2013-2015年家居建材商店加盟店总数

图表97：2013-2015年家居建材商店直营店营业面积

图表98：2013-2015年家居建材商店加盟店营业面积

图表99：2013-2015年家居建材商店直营店铺从业人员数量

图表100：2013-2015年家居建材商店加盟店从业人员数量

图表101：2013-2015年家居建材商店统一配送商品购金额

图表102：2013-2015年家居建材商店自有配送中心配送商品购进额

图表103：2013-2015年家居建材商店非自有配送中心配送商品购进额

图表104：2013-2015年家居建材商店直营店商品销售额

图表105：2013-2015年家居建材商店加盟店商品销售额

图表106：2013-2015年家居建材商店直营店铺配送中心数量

图表107：2013-2015年家居建材商店加盟店配送中心数量

图表108：零售连锁行业的市场需求特征

图表109：2016-2022年零售连锁行业市场需求规模预测

图表110：零售连锁经营模式的市场影响因素

图表111：零售连锁经营模式的行业影响因素

图表112：零售连锁经营模式的重要环境趋势

图表113：零售连锁经营模式的宏观经济影响因素

图表114：零售连锁行业波特五力模型分析

图表115：零售连锁经营行业的竞争格局

图表116：我国百货企业连锁经营的S叨T分析

图表117：百货店经营模式分类

图表118：大卖场经营模式分类

图表119：各种业态经营模式的供应链基础比较

图表120：王府井百货门店成立的时间及分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201602/130448.html>