



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年连锁经营行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年连锁经营行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/134848.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

随着连锁经营模式向更为广泛的业种和业态的延伸，连锁经营的发展正在引起更为广泛的关注。2008年，连锁行业销售额与店铺数继续保持20%以上的增幅。其中，连锁超市、百货、便利店、家电、药店等各业态销售增幅均有增长，而通过新开店铺等外延方式拉动各业态平均10%的增幅。但是，2008年各季度的增幅极不平稳：一季度同比增长20%至30%，二季度维持在20%左右，三季度普遍滑落至10%，到四季度一般维持在0%至5%。金融危机给连锁行业带来前所未有的挑战，也带来了难得的快速发展与调整的契机。2008年，“中国连锁百强”销售规模达到11999亿元，同比增长18.4%，是“连锁百强”统计以来首次低于社会消费品零售总额21.6%的增幅，且销售规模增幅继续放缓(2003年至2007年：45%、39%、42%、25%、21%)。而“连锁百强”门店总数达到120775个，同比增长10.6%，是10年来增幅最低的一年。从业态情况看，得益于快速消费品的刚性需求，食品零售企业保持稳定增长，并以55家入围数构成“连锁百强”的主体，其中以家乐福、大润发、沃尔玛为代表的13家外资企业的市场领先优势进一步凸显；百货企业面临下半年经济回落、市场不振的压力，通过加大促销力度、及时调整商品结构等措施，依然保持了较好的业绩，以10%的门店增幅带来21%的销售增长；家电、家居建材连锁企业面临的市场环境更为严峻，家电企业2008年销售增幅和店铺增幅分别为7.1%和10.8%，家居建材企业分别为8.7%和14.1%，销售增长明显低于店铺增长。从区域分布看，二、三线城市的销售增幅快于一线城市的情况较为普遍；有15家百强企业的销售增幅超过30%，其中8家总部在二、三线城市，另有5家为海外品牌。

近几十年来，发达国家连锁经营的迅速发展，一个重要的方面是得益于计算机技术和通讯技术的发展，得益于条形码的开发和应用，得益于销售时点系统、电子转账作业系统、电子订货系统和物流配送系统的发展。日本的连锁店在总部（本部）与各连锁分店、物流配送中心之间都实现了计算机网络化，使庞大的连锁店网络得以高效运作等等，可以断言，随着科学技术的进步，连锁经营手段将更趋现代化和电子化。连锁经营竞争将表现为：集约式的价值竞争取代粗放式的价格竞争，开放式竞争将进一步取代封闭式竞争，流通领域提供商品和营销技术服务将在相互依赖中产生，国内流通竞争将进一步体现出全球性的有形与无形资产的多种竞争要素有机结合起来的公开式竞争；信息武装下的专业化连锁企业竞争将取代传统式综合化竞争。商业街的建设、改造将成为大城市增强城市竞争力、走向国际化的举措之一，受到地方政府的重视。商业街将出现共同投资、共同建设、共同管理、共同采购的现象。布局合理、网点多的商业街将成为网络经济发展的最佳选择对象，进而引入连锁经营管理的理念。在零售业态竞争发展中，以经营鲜活商品、食品等为主的中型超级市场、便利店，将伴随消费者需求的改变，成为提高消费者生活质量的购物好去处，并进一步与大型综合超市和部分餐饮业形成竞争态势。另外，各种商品的大型专业店将呈现更大的发展，并与百货

店形成既竞争又介入的关系。连锁经营企业强强联合，跨区域、跨省间的合并、兼并等将不断出现，我国将出现真正意义上的全国性内资连锁大企业，并与外资合资企业形成更加明显的对抗局面。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、中国连锁经营协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及国内连锁经营发展的大量数据和资料，结合对连锁经营企业和研究单位的实地调查走访，对连锁经营模式的发展规律、国内外连锁经营的发展情况、发展前景作了详尽的分析说明。连锁经营模式在零售、餐饮和服务三个行业的具体应用部分是本报告的重点之一，其中，零售行业是连锁经营应用最为成熟的行业，餐饮业特许经营的发展也不可小视，服务业的连锁经营作为连锁经营最新的拓展领域，发展势头十分强劲。本报告结合了我国连锁经营、零售商业方面的政策，并对国家连锁经营模式发展的未来趋势进行研判，是连锁企业和研究单位准确了解目前连锁经营发展动态，把握定位和发展方向的重要参考资料，将对我国各类连锁企业构建竞争力，克服经营风险起到重要的指导作用。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 中国零售业发展概述

第一节 中国零售业发展概况

一、零售业态定义

二、零售业态分类和基本特点

三、中国零售业市场规模

第二节 我国商业零售业发展分析

一、2009年上半年零售行业发展态势

二、2008-2009年中国零售业发展态势

三、我国商业零售业发展存在问题

四、我国商业零售业发展策略

第三节 零售业市场竞争分析

一、中国零售民企竞争发展状况

二、本土零售企业优劣势分析

三、中国零售业竞争格局

四、2009年中国区域零售业竞争格局

五、我国零售业竞争战略

第四节 零售业发展趋势分析

一、零售业公司品牌化趋势

二、零售业发展趋势分析

三、零售业发展趋向分析

第二章 中国连锁经营发展分析

第一节 中国连锁经营发展概况

一、连锁经营定义

二、连锁经营发展历程

三、连锁经营特点

四、连锁经营条件分析

五、连锁经营分类

第二节 中国连锁经营分析

一、连锁经营困惑分析

二、创业者加盟连锁困惑分析

三、中国连锁经营沿革情况

四、连锁经营市场机会分析

五、连锁经营基本内容

六、连锁经营"四化"管理

七、连锁经营特征

八、连锁经营条件

九、中国连锁经营现状

十、2009年中国连锁业发展趋向

第三节 中国连锁经营人才策略分析

一、连锁经营人才状况分析

二、连锁企业人才流失原因分析

三、连锁企业人才战略

第三章 连锁经营行业运行情况分析

第一节 2009年行业发展分析

一、2009年连锁行业总量扩张速率分析

二、2009年连锁行业结构变化和特点分析

第二节 2009年连锁行业发展分析

一、2009年行业总量变化及速率预测分析

二、行业结构变化趋势

第三节 中国商业连锁经营中存在的问题及对策

一、中国商业连锁经营中存在的问题

二、中国商业连锁经营的对策和措施

第四节 中国限额以上连锁零售业基本情况

一、基本情况

二、按业态情况分析

三、按登记注册类型分析

四、各地区状况分析

五、中国限额以上连锁零售业集团（企业）状况

第四章 连锁超经营业态发展分析

第一节 连锁超市经营业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第二节 连锁百货业发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第三节 家电业的连锁经营市场分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第四节 餐饮业的连锁经营市场分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第五节 医药的连锁经营市场分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第六节 图书零售连锁经营分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第七节 美容化妆品连锁经营

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第八节 建材连锁经营分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第九节 酒店连锁经营发展分析

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年行业竞争格局

三、2008-2009年行业市场规模

四、2009-2012年行业发展趋势

第二部分 行业竞争格局

第五章 连锁经营行业竞争分析

第一节 国外连锁经营在华竞争状况

一、国外连锁经营在华发展问题

二、国外连锁经营在华发展状况

三、本土与国外连锁经营竞争状况

第二节 中国连锁经营产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第三节 2008-2009年中国连锁经营行业竞争分析及预测

一、2008年连锁经营市场竞争情况分析

二、2009年连锁经营市场竞争形势分析

三、2008-2009年集中度分析及预测

四、2008-2009年SWOT分析及预测

五、2008-2009年进入退出状况分析及预测

六、2008-2009年生命周期分析及预测

第六章 连锁经营企业竞争策略分析

第一节 连锁经营市场竞争策略分析

一、2009年连锁经营市场增长潜力分析

二、2009年连锁经营主要潜力项目分析

三、现有连锁经营竞争策略分析

四、连锁经营潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 连锁经营企业竞争策略分析

一、金融危机对连锁经营行业竞争格局的影响

二、金融危机后连锁经营行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国连锁经营市场竞争趋势

四、2009-2012年连锁经营行业竞争格局展望

五、2009-2012年连锁经营行业竞争策略分析

六、2009-2012年连锁经营企业竞争策略分析

第七章 重点连锁经营企业分析

第一节 超市连锁主要竞争企业

- 一、北京华联综合超市股份有限公司
- 二、华润集团—华润创业有限公司
- 三、家世界

第二节 百货业连锁主要竞争企业

- 一、上海百联集团股份有限公司
- 二、北京王府井百货(集团)股份有限公司
- 三、百盛商业集团有限公司

第三节 家电连锁业主要竞争企业

- 一、国美电器控股有限公司
- 二、苏宁电器

第四节 餐饮连锁主要竞争企业

- 一、内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司
- 二、上海锦江国际酒店发展股份有限公司

第五节 医药连锁主要竞争企业

- 一、深圳海王星辰医药有限公司
- 二、北京金象大药房医药连锁有限公司

第三部分 行业前景预测

第八章 连锁经营行业发展趋势预测

第一节 连锁经营行业前景分析

- 一、未来连锁经营的发展趋势展望
- 二、中国连锁经营未来发展前景广阔
- 三、2009年我国连锁经营产业发展趋势
- 四、2009年中国连锁经营市场发展预测
- 五、2009-2012年连锁经营发展方向探讨
- 六、2008-2011年连锁经营市场规模预测

第二节 2009-2012年连锁经营市场趋势分析

- 一、2008-2009年连锁经营市场趋势总结
- 二、2009-2012年连锁经营发展趋势分析
- 三、2009-2012年连锁经营市场发展空间

四、2009-2012年连锁经营产业政策趋向

五、2009-2012年连锁经营价格走势分析

第三节 2009-2012年连锁经营市场预测

一、2009-2012年连锁经营市场结构预测

二、2009-2012年连锁经营市场需求前景

三、2009-2012年连锁经营市场价格预测

四、2009-2012年连锁经营行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第九章 连锁经营行业投资现状分析

第一节 2008年连锁经营行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年连锁经营行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十章 连锁经营行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年连锁经营行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十一章 连锁经营行业投资机会与风险

第一节 连锁经营行业投资效益分析

一、2008-2009年连锁经营行业投资状况分析

二、2009-2012年连锁经营行业投资效益分析

三、2009-2012年连锁经营行业投资趋势预测

四、2009-2012年连锁经营行业的投资方向

五、2009-2012年连锁经营行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响连锁经营行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响连锁经营行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响连锁经营行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响连锁经营行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国连锁经营行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国连锁经营行业发展面临的机遇分析

第三节 连锁经营行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年连锁经营行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年连锁经营行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年连锁经营行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年连锁经营同业竞争风险及控制策略

五、2009-2012年连锁经营行业其他风险及控制策略

第十二章 连锁经营行业投资战略研究

第一节 连锁经营行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对连锁经营品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、连锁经营实施品牌战略的意义

三、连锁经营企业品牌的现状分析

四、连锁经营企业的品牌战略

五、连锁经营品牌战略管理的策略

第三节 连锁经营行业投资战略研究

一、2008年连锁经营行业投资战略

二、2009年连锁经营行业投资战略

三、2009-2012年连锁经营行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：服务业三种类型的营销

图表：西方连锁商店的兴起

图表：顾客在超市选购商品时最看重的因素

图表：影响顾客光顾超市的因素

图表：顾客判断超市价位的依据

图表：顾客对卖场人员服务的需求情况

图表：顾客对超市叫卖和促销员推销商品的看法

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度验证性因子分析

图表：综合超市消费者满意度测量模型

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度PLS模型系数与结构变量的平均分

图表：中国大型连锁综合超市顾客满意度影响要素重要性与企业表现二维平面图

图表：中国大型连锁综合超市价对格顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市品牌对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市店内商品对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物环境对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市人员服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市结账过程对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市售后服务对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店政策对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市商店设施对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市购物便利对顾客的影响

图表：中国大型连锁综合超市顾客忠诚度调查

图表：中国大型连锁综合超市顾客对内外资超市比较

图表：中外连锁超市毛利率对比

图表：中外食品超市平均利率对比

图表：中外大型超市平均利率对比

图表：中外连锁超市长期负债/中资产对比

图表：中外连锁超市短期负债/总资产对比

图表：中外连锁超市长短期负债/总资产对比

图表：2008-2009年社会消费品零售总额增速

图表：2009年上半年限额以上批发和零售业商品类别零售额同比增长

图表：2009年上半年预增零售上市公司

图表：2009年上半年城镇居民人均可支配收入实际增长

图表：2009年上半年农村居民人均现金收入实际增长

图表：2008-2009年零售业数据预测与估值

图表：家乐福发展历程图

图表：家乐福在中国发展情况

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图

图表：2008-2009年5月进出口总值

图表：2009年上半年GDP累计增速

图表：2009年6月CPI增速情况

图表：2009年上半年货币供应量情况

图表：2009年上半年投资、消费及出口增长情况

图表：2009年上半年工业增加值增速情况

图表：2009年上半年经济数据分析

图表：2009年上半年宏观经济价格指标

图表：2009年上半年宏观经济增长指标

图表：2009年上半年宏观经济外贸指标

图表：2009年上半年宏观经济金融指标

图表：1995-2009年6月我国CPI走势图

图表：1995-2009年6月我国PPI走势图

图表：1991-2009年上半年GDP增长趋势

图表：2008-2009年6月CPI&PPI走势图

图表：2008-2009年上半年银行新增信贷走势

图表：2008-2009年上半年我国进出口增幅走势图

图表：2008-2009年上半年外储余额走势图

图表：2008-2009年上半年FDI趋势图

图表：2008-2009年上半年工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年上半年我国主要税种同比增幅

图表：2008-2009年7月我国财政收入同比、环比增长速度走势图

图表：2008-2009年7月进出口总值

图表：2008-2009年7月CPI、PPI涨幅走势图

图表：2009年7月工业增加值增幅走势

图表：2008-2009年7月房价走势图

图表：2008-2009年7月银行新增信贷走势

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2009年1-2月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-3月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-4月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-5月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-6月城镇固定资产投资情况

图表：2009年1-2月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-3月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-4月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-5月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-6月各行业城镇投资情况

图表：2009年1-2月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-3月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-4月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-5月各地区城镇投资情况

图表：2009年1-6月各地区城镇投资情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134848.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。