



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2023年中国连锁经营商业模式市场分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2017-2023年中国连锁经营商业模式市场分析及投资策略研究报告》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/288112.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](mailto: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

连锁经营，作为一种重要的商业模式，其最主要的优势在于能够利用资本的力量进行快速复制，进而快速抢占市场。在过去相当长一段时间内，这种经营模式成为许多行业企业制胜的法宝。然而，中国正在转变经济发展模式，商业环境正在发生翻天覆地的变化，人口红利的渐次消退伴随着新红利的出现——互联网与移动互联的全面来临。

在此之下，近年来创新的商业模式在规模和速度上更是大大加快了旧有模式的迭代更新，对行业格局的改变呈现出一种前所未有的强势姿态。国内一批标杆连锁企业，早已察觉和意识到商业环境的巨大变化和架构利用更优秀商业模式的迫切性，并已着手启动商业模式的研究，。

进入市场博弈者越来越多，企业连锁经营规范化和法制化水平不断提高，创新意识更加浓厚。在竞争中，有强强联合，跨区域、跨省间的合作联盟、兼并重组。一边是时代潮流趋势的迫近，一边是市场激烈的竞争，企业家们需要思考保持并享受现有的战果，还是继续发展向前，创造百年长青基业？基于全局的洞察，本报告将通过全面剖析连锁经营商业模式的构成与创新策略，为您展现出一幅商业模式设计的全景图，引导您的企业在正确的时间进行正确的商业模式架构，实现更高的企业价值。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 零售连锁行业规模与市场需求分析

#### 4.1.1 零售连锁行业主要经营业态及特点

#### 4.1.2 零售连锁行业销售规模与增长趋势

#### 4.1.3 百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 售连锁企业的市場定位分析
  - 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) 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) 城乡居民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

## 第6章 电商行业发展分析

### 6.1 电子商务发展分析

#### 6.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 6.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 6.1.3 2013-2016年中国电子商务行业发展现状

### 6.2 "互联网+"的相关概述

#### 6.2.1 "互联网+"的提出

#### 6.2.2 "互联网+"的内涵

#### 6.2.3 "互联网+"的发展

#### 6.2.4 "互联网+"的评价

#### 6.2.5 "互联网+"的趋势

### 6.3 电商市场现状及建设情况

#### 6.3.1 电商总体开展情况

#### 6.3.2 电商案例分析

#### 6.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

### 6.4 电商行业未来前景及趋势预测

#### 6.4.1 电商市场规模预测分析

#### 6.4.2 电商发展前景分析

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17：2011年以来百货门店直营店铺总数

图表18：2011年以来百货门店加盟店总数

图表19：2011年以来百货门店直营店营业面积

图表20：2011年以来百货门店加盟店营业面积

图表21：2011年以来百货门店直营店铺从业人员数量

图表22：2011年以来百货门店加盟店从业人员数量

图表23：2011年以来百货门店统一配送商品购金额

图表24：2011年以来百货门店自有配送中心配送商品购进额

图表25：2011年以来百货门店非自有配送中心配送商品购进额

图表26：2011年以来百货门店直营店商品销售额

图表27：2011年以来百货门店加盟店商品销售额

图表28：2011年以来百货门店直营店铺配送中心数量

图表29：2011年以来百货门店加盟店配送中心数量

图表30：2011年以来超级市场直营店铺总数

图表31：2011年以来超级市场加盟店总数

图表32：2011年以来超级市场直营店营业面积

图表33：2011年以来超级市场加盟店营业面积

图表34：2011年以来超级市场直营店铺从业人员数量

图表35：2011年以来超级市场加盟店从业人员数量

图表36：2011年以来超级市场统一配送商品购金额

图表37：2011年以来超级市场自有配送中心配送商品购进额

图表38：2011年以来超级市场非自有配送中心配送商品购进额

图表39：2011年以来超级市场直营店商品销售额

图表40：2011年以来超级市场加盟店商品销售额

图表41：2011年以来超级市场直营店铺配送中心数量

图表42：2011年以来超级市场加盟店配送中心数量

图表43：2011年以来专业店直营店铺总数

图表44：2011年以来专业店加盟店总数

图表45：2011年以来专业店直营店营业面积

图表46：2011年以来专业店加盟店营业面积

图表47：2011年以来专业店直营店铺从业人员数量

图表48：2011年以来专业店加盟店从业人员数量

图表49：2011年以来专业店统一配送商品购金额

图表50：2011年以来专业店自有配送中心配送商品购进额

图表51：2011年以来专业店非自有配送中心配送商品购进额

图表52：2011年以来专业店直营店商品销售额

图表53：2011年以来专业店加盟店商品销售额

图表54：2011年以来专业店直营店铺配送中心数量

图表55：2011年以来专业店加盟店配送中心数量

图表56：2011年以来专卖店直营店铺总数

图表57：2011年以来专卖店加盟店总数

图表58：2011年以来专卖店直营店营业面积

图表59：2011年以来专卖店加盟店营业面积

图表60：2011年以来专卖店直营店铺从业人员数量

图表61：2011年以来专卖店加盟店从业人员数量

图表62：2011年以来专卖店统一配送商品购金额

图表63：2011年以来专卖店自有配送中心配送商品购进额

图表64：2011年以来专卖店非自有配送中心配送商品购进额

图表65：2011年以来专卖店直营店商品销售额

图表66：2011年以来专卖店加盟店商品销售额

图表67：2011年以来专卖店直营店铺配送中心数量

图表68：2011年以来专卖店加盟店配送中心数量

图表69：2011年以来便利店直营店铺总数

图表70：2011年以来便利店加盟店总数

图表71：2011年以来便利店直营店营业面积

图表72：2011年以来便利店加盟店营业面积

图表73：2011年以来便利店直营店铺从业人员数量

图表74：2011年以来便利店加盟店从业人员数量

图表75：2011年以来便利店统一配送商品购金额

图表76：2011年以来便利店自有配送中心配送商品购进额

图表77：2011年以来便利店非自有配送中心配送商品购进额

图表78：2011年以来便利店直营店商品销售额

图表79：2011年以来便利店加盟店商品销售额

图表80：2011年以来便利店直营店铺配送中心数量

图表81：2011年以来便利店加盟店配送中心数量

图表82：2011年以来仓储会员店直营店铺总数

图表83：2011年以来仓储会员店加盟店总数

图表84：2011年以来仓储会员店直营店营业面积

图表85：2011年以来仓储会员店加盟店营业面积

图表86：2011年以来仓储会员店直营店铺从业人员数量

图表87：2011年以来仓储会员店加盟店从业人员数量

图表88：2011年以来仓储会员店统一配送商品购金额

图表89：2011年以来仓储会员店自有配送中心配送商品购进额

图表90：2011年以来仓储会员店非自有配送中心配送商品购进额

图表91：2011年以来仓储会员店直营店商品销售额

图表92：2011年以来仓储会员店加盟店商品销售额

图表93：2011年以来仓储会员店直营店铺配送中心数量

图表94：2011年以来仓储会员店加盟店配送中心数量

图表95：2011年以来家居建材商店直营店铺总数

图表96：2011年以来家居建材商店加盟店总数

图表97：2011年以来家居建材商店直营店营业面积

图表98：2011年以来家居建材商店加盟店营业面积

图表99：2011年以来家居建材商店直营店铺从业人员数量

图表100：2011年以来家居建材商店加盟店从业人员数量

图表101：2011年以来家居建材商店统一配送商品购金额

图表102：2011年以来家居建材商店自有配送中心配送商品购进额

图表103：2011年以来家居建材商店非自有配送中心配送商品购进额

图表104：2011年以来家居建材商店直营店商品销售额

图表105：2011年以来家居建材商店加盟店商品销售额

图表106：2011年以来家居建材商店直营店铺配送中心数量



图表107：2011年以来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109：2017-2023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場影响因素

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SOT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

&hellip;&hellip;略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288112.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](http://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提供投资咨询报告、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。