

2021-2027年中国连锁经营 市场深度分析与市场前景预测报告

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

《2021-2027年中国连锁经营市场深度分析与市场前景预测报告》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/202108/234239.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

连锁经营是指经营同类商品或服务的若干企业，以一定的形式组成一个联合体，在整体规划下进行专业化分工，并在分工基础上实施集中化管理，把独立的经营活动组合成整体的规模经营，从而实现规模效益，是一种经营模式。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国连锁经营市场深度分析与市场前景预测报告》共十六章。首先介绍了连锁经营行业市场发展环境、连锁经营整体运行态势等，接着分析了连锁经营行业市场运行的现状，然后介绍了连锁经营市场竞争格局。随后，报告对连锁经营做了重点企业经营状况分析，最后分析了连锁经营行业发展趋势与投资预测。您若想对连锁经营产业有个系统的了解或者想投资连锁经营行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 连锁经营概述

第一节 连锁经营的概念和特征

一、连锁经营的概念

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

第二节 连锁经营业态的资本与管理

一、资本扩张与多方共赢

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 企业进行连锁经营的条件

第二章 2019年世界连锁经营业运行情况解析

第一节 2019年世界连锁经营行业发展特征分析

一、跨国连锁分析

二、连锁经营带有明显的网络时代的特征

三、连锁巨鳄扩张分析

第二节 2019年世界连锁经营市场运营形势分析

一、全球连锁经营业态分析

二、世界连锁经营市场发展影响因素

三、国外连锁经营标准化分析

第三节 2021-2027年世界连锁经营行业发展前景预测分析

第三章 2019年世界连锁经营区域市场运行解析

第一节 2019年美国连锁经营发展态势诠释

一、连锁经营的美式分类

二、美国连锁经营现状分析

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

第二节 2019年英国连锁经营运营格局辨析

一、英国特许经营业现状分析

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、英国超市竞争分析及启示

第三节 2019年日本的连锁经营运营时势祥析

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、日本化妆品连锁店分析

五、日本连锁便利店经营成功的因素分析

六、日本百货店业的经营现状与发展方向

第四节 2019年中国台湾的连锁经营市场动态透视

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、台湾百货业的经营分析

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 2019年中国连锁经营行业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境发展分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国连锁经营行业发展政策环境分析

- 一、连锁经营行业政策解读
- 二、特许经营守则
- 三、《商业特许经营管理办法》

第三节 2019年中国连锁经营行业发展社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第五章 2019年中国连锁经营业市场动态分析

第一节 2019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

第二节 2019年中国连锁经营与电子商务分析

- 一、中国电子商务市场现状分析
- 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

第三节 2019年中国农村连锁经营的发展分析

- 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

第四节2019年中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分析
- 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

第五节2019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

第六章 2019年中国物流与连锁经营结合分析

第一节2019年中国物流业发展现状分析

- 一、中国物流业现状与特点
- 二、企业物流运作的五大功能分析
- 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

第二节2019年中国第三方物流发展分析

- 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、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

第三节2019年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、连锁企业的物流配送的四种模式分析
- 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
- 第四节2019年中国部分连锁经营行业的物流分析
 - 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分析
 - 四、我国服装纺织连锁经营的物流管理分析

第七章 2019年中国零售业的连锁经营运行形势透析

第一节2019年中国零售业发展概述

- 一、我国限额以上连锁零售业数据分析
- 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分析
- 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

第二节2019年中国连锁超市发展基本情况浅析

- 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分析
- 四、我国连锁超市的市场行为分析
- 五、中小连锁超市竞争的优劣势分析
- 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分析

第三节2019年中国连锁便利店发展格局解析

- 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便利店市场策略分析

第四节2019年中国连锁百货店经营形势论析

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分析

五、大中型百货零售业连锁经营面临的挑战分析

第八章 2019年中国家电业的连锁经营运行走势分析

第一节 2019年中国家电连锁业现状分析

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分析

三、中国家电连锁格局分析

四、我国家电连锁大事件

第二节2019年中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

第三节2019年中国家电连锁销售渠道的开拓分析

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

第四节2019年中国家电连锁五大巨头市场战略分析

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、永乐并局分析连锁巨头鼎立格局

第五节2019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分析

第九章 2019年中国餐饮业的连锁经营状况浅析

第一节2019年中国餐饮业连锁经营市场分析

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

第二节2019年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、麦当劳的成功缘由

六、麦当劳和肯德基在中国成功的原因

第三节 2019年中式快餐发展战略及建议分析

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分析

第十章 2019年中国医药的连锁经营运行态势分析

第一节2019年中国连锁药店的市场定位分析

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

第二节2019年美日连锁药店经营分析

一、美国连锁药店的四大特点

二、美国连锁药店处方药销售分析

三、美国Eckerd公司医药物流配送分析

四、日本连锁药店的业态特征分析

五、日本连锁药店MatsumotoKiyoshi的商品组合战略

第三节2019年中国连锁药店市场分析

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分析

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

第四节2019年中国医药连锁经营的竞争分析

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

第五节2019年中国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分析

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

第十一章 中国其它行业的连锁经营分析

第一节 中国农资的连锁经营现状祥析

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分析

第二节 中国图书连锁经营特征透析

- 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分析
- 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

第三节 中国网吧连锁经营格局解析

- 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

第三节 中国美容化妆品连锁经营形势透析

- 一、世界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

第五节 中国家具建材连锁经营态势探析

- 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

第六节 2019年中国服装连锁经营局势研究

- 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分析
- 五、从虎门服装看我国服装连锁企业

第十二章 中国部分地区连锁经营市场格局分析

第一节 中国北京市的连锁经营分析

- 一、北京市连锁经营的发展概况
- 二、北京市连锁企业分析
- 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

第二节 2019年中国上海市连锁经营分析

- 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分析
- 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

第三节 2019年中国广东省连锁经营分析

- 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分析
- 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

第四节 2019年中国深圳市连锁经营分析

- 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

第十三章 中外重要的连锁企业运营局势分析

第一节 全球零售业巨头：沃尔玛

- 一、沃尔玛的商业营销理念分析
- 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

第二节 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、国美欲打造世界顶尖连锁企业

第三节 综合超市的代表：北京华联

一、公司简介

二、公司经营状况分析

三、华联综超风险因素分析

第四节 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

第五节 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

第十四章 中国连锁经营行业领先企业关键性数据分析

第一节 上海百联集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 苏宁电器股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 北京华联商厦股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 大商集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十五章 2021-2027年中国连锁经营业的前景与趋势分析

第一节 2021-2027年中国连锁经营的趋势分析

- 一、我国连锁经营发展的主要趋势分析
- 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

第二节 2021-2027年世界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

第三节2021-2027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分析

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分析

第十六章 2021-2027年中国连锁经营投资机会与风险分析

第一节2021-2027年中国连锁经营投资机会分析

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

第二节2021-2027年中国连锁经营投资风险分析

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

第三节2021-2027年中国连锁经营投资建议

一、建议投资连锁经营的新热点项目

二、成功投资连锁经营的战略措施

三、特许连锁经营的选择建议

第四节 中国产业研究报告网建议

部分图表目录：

图表：商圈人口

图表：立地要素

图表：日本部分商品平均销售额、毛利率和占销售额比重表

图表：日本家电连锁2019财年业绩一览

图表：连锁战略体系构成

图表：连锁战略流程框架

图表：连锁店缺货时消费者的各种反应比例

图表：北京部分连锁店统一配送率

图表：苏果超市市场定位分析

图表：美日中便利店的毛利率对比

图表：世界部分消费大区的零售业集中度对比

图表：国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较

图表：东来顺连锁加盟店年商标使用费

图表：项目支持与服务

图表：三家连锁企业的数据比较

图表：国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较

图表：马里奥特与麦当劳的财务数据比较

图表：资产证券化对马里奥特资产负债表的影响

图表：快餐连锁巨头的金融比较

图表：肯德基的几个品牌协同效应

图表：肯德基最重要的企业文化

图表：肯德基的培训体系

图表：肯德基星级系统评估内容和方法

图表：肯德基的特许加盟模式

图表：肯德基商圈规划程序

图表：肯德基主要的目标市场

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/234239.html>