

2007年中国连锁经营行业研究发 展分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2007年中国连锁经营行业研究发展分析报告》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.chinairr.org/report/R09/R0902/200805/28-406.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章、连锁经营概述

第一节、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

四、连锁经营的优势

第二节、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

第三节、连锁经营的条件分析

一、连锁经营发展的内外条件

二、不同类型连锁经营扩张的条件

三、连锁经营的六个相应条件

第二章、世界部分国家或地区的连锁经营业的概况

第一节、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、英国连锁经营业

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、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、台湾的连锁经营业

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

第三章、中国连锁经营业市场分析

第一节、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、我国连锁经营业现状分析

一、2006年我国社会消费品零售现状分析

二、2006年1-6月全国前30家连锁企业发展状况分析

三、中国连锁业在变革中强势发展

四、入世5周年中国连锁业变化中谋发展

五、连锁经营巨头单店销售概况

第三节、连锁经营与电子商务

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

第四节、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

第五节、我国连锁经营的主要问题

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

第六节、促进我国连锁经营发展的对策

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

第四章、物流与连锁经营结合分析

第一节、国内物流业现状

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、第三方物流分析

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、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、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、我国服装连锁经营的物流管理分析

第五章、零售业的连锁经营

第一节、我国零售业概述

- 一、中国零售业发展现状分析
- 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、我国限额以上连锁零售业数据分析

- 一、2003年我国限额以上连锁零售业
- 二、2004年我国限额以上连锁零售业
- 三、2005年我国限额以上连锁零售业

第三节、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

第四节、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便利店市场策略分析

第五节、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分析

五、大中型百货零售业连锁经营面临的挑战分析

第六章、家电业的连锁经营

第一节、家电连锁经营概述

一、家电连锁经营的定义

二、家电连锁经营的特性

三、家电连锁企业的三个发展阶段

第二节、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、2005年中国家电连锁格局分析

四、2006年国内家电连锁业发展分析

五、2006我国家电连锁大事件

六、把脉我国家电连锁业

第三节、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、2005年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

第四节、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、2005年家电连锁业二三级渠道的开发

四、家电连锁三四级渠道的拓展

五、家电产品零售渠道的发展趋势预测

第五节、我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

第六节、中国家电连锁销售业面临的问题

- 一、2006年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

第七章、餐饮业的连锁经营

第一节、中国餐饮业连锁经营市场分析

- 一、中国餐饮业连锁经营现状
- 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
- 五、2006年国内连锁餐饮业热点分析

第二节、我国限额以上连锁餐饮业发展概括

- 一、2003年我国限额以上连锁餐饮业
- 二、2004年我国限额以上连锁餐饮业
- 三、2005年我国限额以上连锁餐饮业

第三节、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

第四节、中式快餐的SWOT战略要点

- 一、优势 (Strength)

二、劣势 (Weakness)

三、机遇 (Opportunity)

四、威胁 (Threat)

第五节、中式快餐发展战略

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

第八章、医药的连锁经营

第一节、连锁药店的渠道价值

一、作为市场通路的价值

二、市场经营业绩的价值

三、利润的吸引力价值

四、经营策略的价值

第二节、连锁药店的市場定位分析

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

第三节、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

第四节、我国的连锁药店市场

一、我国医药零售连锁业总体评价

二、2006年我国医药连锁业掀起并购狂潮

三、2006年国内医药零售连锁退市现象分析

四、直购成为连锁药店利润新增点

五、我国主要的医药上市公司分析

六、医药上市公司投资连锁药业的策略

七、中国药品零售连锁企业的前景展望

第五节、我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

第六节、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

第九章、其它行业的连锁经营分析

第一节、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分析

第二节、图书连锁经营分析

- 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、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

第四节、美容化妆品连锁经营

- 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、家具建材连锁经营分析

- 一、2004年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、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分析
- 五、从虎门服装看我国服装连锁企业

第十章、中国部分地区连锁经营的发展现状

第一节、北京市的连锁经营分析

- 一、北京市连锁经营的发展概况
- 二、2004年1-6月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、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、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、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

第十一章、特许经营的市场分析

第一节、特许经营概述

- 一、特许经营的定义及种类
- 二、特许经营的优缺点分析
- 三、特许经营与连锁经营的异同

第二节、特许经营的管理和营销

- 一、国际特许经营的战略要领
- 二、国际特许经营的营销策略
- 三、特许经营的市场经营战略
- 四、特许经营管理中的八个误区及对策

第三节、特许经营的市场

- 一、2005年我国特许连锁发展总体状况分析
- 二、国内特许经营连锁加盟的现状分析
- 三、我国特许连锁经营的现状及发展策略分析
- 四、特许经营的市场定位分析
- 五、特许经营者需转变市场观念
- 六、国内外特许经营商公平竞争

第四节、特许经营在各行业中的运用

- 一、特许经营对印度鞋业市场的影响
- 二、婴幼儿用品的特许连锁经营

三、我国汽车销售主要模式-特许经营

四、温州服装行业的特许经营分析

五、酒店特许经营的市场概要分析

第十二章、中外重要的连锁企业分析

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、2005年-2006年第三季度公司经营状况分析

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

第十三章、连锁经营投资分析

第一节、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、连锁经营的SWOT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、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

第十四章、连锁经营业的前景与趋势

第一节、连锁经营的趋势

- 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、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、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

附录

附录一：国务院办公厅转发国务院体改办国家经贸委关于促进连锁经营发展若干意见的通知

附录二：特许经营守则

附录三：《商业特许经营管理办法》

图表目录：

图表1 美国不同时期特许组织所需时间对比

图表2 美国特许合同年限比例

图表3 英国特许经营加盟者身份类型比例结构

图表4 日本部分商品平均销售额、毛利率和占销售额比重表

图表5 2003年日本前五家大百货店的经营业绩

图表6 日本三大百货店集团概要指标

图表7 2003 - 2007年日本主要大型改建装修、新规开业的百货店

图表8 台湾连锁店前十位排名

图表9 “十五”时期社会消费品零售总额与增长速度

图表10 社会消费品零售总额(2006年11月)

图表11 2006年上半年全国前30家连锁企业经营情况统计表

图表12 2005年部分省、自治区连锁经营发展情况（按占比排序）

图表13 2005年部分城市连锁经营发展情况（按占比排序）

图表14 2000-2005年连锁百强的内部极差和百强销售额底线

图表15 2005年大卖场单店销售额排名

图表16 2005年家电连锁排名

图表17 2005年家电连锁单店业绩排名

图表18 2005年药店连锁排名

图表19 2005年药店连锁单店业绩排名

图表20 2005年餐饮连锁排名

图表21 2005年餐饮连锁单店业绩排名

图表22 各类餐饮企业单店数据排名

图表23 2005年房产中介连锁排名

图表24 2005年房产中介连锁单店业绩排名

- 图表25 2000-2002年我国计算机及网络的普及统计
- 图表26 2002年电子政务开始实施时我国政府的各项投资额
- 图表27 1991-2002年我国物流成本占全社会物流总值的比例对比
- 图表28 1991-2002年我国各交通运输业的营业里数
- 图表29 世界部分国家物流成本占GDP的比重
- 图表30 连锁店缺货时消费者的各种反应比例
- 图表31 北京部分连锁店统一配送率
- 图表32 进入中国的外资零售企业在华经营经济指标
- 图表33 我国和国外大型跨国零售企业的平均毛利率和平均纯利对比
- 图表34 2003年各地区限额以上连锁零售企业（集团）数量（按业态分）
- 图表35 2003年各地区限额以上连锁零售企业门店分布情况（按业态分）
- 图表36 2003年各地区限额以上连锁零售企业门店分布情况（按业态分）（续）
- 图表37 2003年限额以上连锁零售企业（集团）数量(按登记注册类型，业态分)
- 图表38 2003年限额以上连锁零售企业基本情况(按登记注册类型分)
- 图表39 2003年限额以上连锁零售企业基本情况(按登记注册类型分)（续1）
- 图表40 2003年限额以上连锁零售企业基本情况(按登记注册类型分)（续2）
- 图表41 2003年限额以上连锁零售企业基本情况（按业态分）
- 图表42 2003年限额以上连锁零售企业基本情况（按业态分）（续1）
- 图表43 2003年限额以上连锁零售企业基本情况（按业态分）（续2）
- 图表44 2004年各地区限额以上连锁零售业集团（企业）数（按业态分）
- 图表45 2004年各地区限额以上连锁零售业门店数（按业态分）
- 图表46 2004年各地区限额以上连锁零售业门店数（按业态分）（续）
- 图表47 2004年各地区限额以上连锁零售业销售额(按业态分)
- 图表48 2004年各地区限额以上连锁零售业销售额(按业态分)（续）
- 图表49 2004年限额以上连锁零售业基本情况
- 图表50 2004年限额以上连锁零售业集团（企业）数(按登记注册类型、业态分)
- 图表51 2004年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）
- 图表52 2004年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）（续1）
- 图表53 2004年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）（续2）
- 图表54 2004年限额以上连锁零售业情况（按业态分）
- 图表55 2004年限额以上连锁零售业情况（按业态分）（续1）
- 图表56 2004年限额以上连锁零售业情况（按业态分）（续2）

- 图表57 2005年按登记注册类型分限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表58 2005年按业态分限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表59 2005年分地区限额以上连锁零售企业基本情况
- 图表60 2005年各地区限额以上连锁零售业集团（企业）数（按业态分）
- 图表61 2005年各地区限额以上连锁零售业门店数（按业态分）
- 图表62 2005年各地区限额以上连锁零售业门店数（按业态分）(续表)
- 图表63 2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数（按业态分）
- 图表64 2005年各地区限额以上连锁零售业配送中心数（按业态分）(续表)
- 图表65 2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额（按业态分）
- 图表66 2005年各地区限额以上连锁零售业商品销售额（按业态分）(续表)
- 图表67 2005年限额以上连锁零售业集团（企业）数(按登记注册类型、业态分)
- 图表68 2005年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）
- 图表69 2005年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）(续1)
- 图表70 2005年限额以上连锁零售业情况（按登记注册类型分）(续2)
- 图表71 2005年限额以上连锁零售业情况（按业态分）
- 图表72 2005年限额以上连锁零售业情况（按业态分）(续1)
- 图表73 2005年限额以上连锁零售业情况（按业态分）(续2)
- 图表74 中外主要超市企业利润率比较
- 图表75 中外食品超市经营费用和经营利润率比较表
- 图表76 中外大型超市经营费用和经营利润率比较表
- 图表77 中外主要超市企业长期负债/总资产比较
- 图表78 中外主要超市企业短期负债/总资产比较
- 图表79 中外主要超市企业长短期负债 / 总资产比较
- 图表80 中国连锁超市行业前八位企业一览表
- 图表81 中美连锁超市行业前七位企业经营指标比较
- 图表82 中国连锁超市行业前六位企业门店的区域分布
- 图表83 苏果超市市场定位分析
- 图表84 国内知名便利店品牌扩张计划
- 图表85 美日中便利店的毛利率对比
- 图表86 1974--2000年日本7 - 11便利店店铺数
- 图表87 世界部分消费大区的零售业集中度对比
- 图表88 百思买历年毛利润率/单位面积收益曲线

- 图表89 百思买每年用于扩张的资金投入
- 图表90 百思买现金流和负债率
- 图表91 百思买国内/国际运营绩效对比
- 图表92 苏宁各级市场的销售额在总销售额中的比例
- 图表93 2002--2003年限额以上连锁餐饮企业分析
- 图表94 我国各地区连锁餐饮业占餐饮业零售额比利
- 图表95 2003年我国餐饮业主要经营指标分析
- 图表96 我国各个地区连锁正餐和快餐门店个数
- 图表97 2002-2003年我国连锁餐饮业分地区经营业绩
- 图表98 连锁餐饮业门店在我国的东、中、西部地区所占的比例
- 图表99 我国东、中、西部地区在连锁餐饮业中收入比例
- 图表100 2003年我国部分省市连锁餐饮业同比增幅
- 图表101 2002-2003年我国不同所有制连锁企业经营指标
- 图表102 2002-2003年我国不同规模连锁企业经营业绩
- 图表103 2002年-2003年我国以营业收入分组的连锁企业分析
- 图表104 2003年各地区限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按业态分）
- 图表105 2003年各地区限额以上连锁餐饮企业门店分布情况（按业态分）
- 图表106 2003年限额以上连锁餐饮企业（集团）数量(按登记注册类型，业态分)
- 图表107 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况(按登记注册类型分)
- 图表108 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况(按登记注册类型分)（续1）
- 图表109 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况(按登记注册类型分)（续2）
- 图表110 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按业态分）
- 图表111 2003年限额以上连锁餐饮企业基本情况（按业态分）（续）
- 图表112 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业（集团）数量（按业态分）
- 图表113 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业门店数（按业态分）
- 图表114 2004年各地区限额以上连锁餐饮企业营业收入（按业态分）
- 图表115 2004年限额以上连锁餐饮集团数(按登记注册类型，业态分)
- 图表116 2004年限额以上连锁餐饮企业基本情况
- 图表117 2004年限额以上连锁餐饮企业情况(按登记注册类型分)
- 图表118 2004年限额以上连锁餐饮企业情况(按登记注册类型分)（续1）
- 图表119 2004年限额以上连锁餐饮企业情况(按登记注册类型分)（续2）
- 图表120 2004年限额以上连锁餐饮企业情况（按业态分）

- 图表121 2004年限额以上连锁餐饮企业情况（按业态分）续表
- 图表122 2005年按登记注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况
- 图表123 2005年按业态分限额以上连锁餐饮企业基本情况
- 图表124 2005年分地区限额以上连锁餐饮企业基本情况
- 图表125 2005年各地区限额以上连锁餐饮业集团（企业）数（按业态分）
- 图表126 2005年各地区限额以上连锁餐饮业门店数（按业态分）
- 图表127 2005年各地区限额以上连锁餐饮业配送中心数（按业态分）
- 图表128 2005年各地区限额以上连锁餐饮业营业收入（按业态分）
- 图表129 2005年限额以上连锁餐饮业集团（企业）数(按登记注册类型，业态分)
- 图表130 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）
- 图表131 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）(续1)
- 图表132 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按登记注册类型分）(续2)
- 图表133 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）
- 图表134 2005年限额以上连锁餐饮业情况（按业态分）(续表)
- 图表135 国内外餐饮连锁企业的加盟标准比较
- 图表136 东来顺连锁加盟店年商标使用费
- 图表137 项目支持与服务
- 图表138 三家连锁企业的数据比较
- 图表139 国际快餐连锁巨头的直营、特许模式比较
- 图表140 马里奥特与麦当劳的财务数据比较
- 图表141 资产证券化对马里奥特资产负债表的影响
- 图表142 快餐连锁巨头的金融比较
- 图表143 肯德基的几个品牌协同效应
- 图表144 肯德基最重要的企业文化
- 图表145 肯德基的培训体系
- 图表146 肯德基星级系统评估内容和方法
- 图表147 肯德基的特许加盟模式
- 图表148 肯德基商圈规划程序
- 图表149 肯德基主要的目标市场
- 图表150 肯德基的营销策略
- 图表151 1986-2000年美国连锁药店的零售在所有药店中的比例
- 图表152 近年美国药品零售市场处方药的销售额比较

- 图表153 日本连锁药店内的各类商品销售额百分比
- 图表154 医药连锁企业信息化应用架构图示
- 图表155 我国社会消费品零售点的销售额比例
- 图表156 北京市连锁零售业不同经营业态个数
- 图表157 北京市不同所有制类型连锁企业的规模比较
- 图表158 北京市不同所有制连锁企业的零售额比较
- 图表159 北京市不同所有制连锁企业的零售额的比例分布
- 图表160 北京市不同种类连锁经营企业业态市场份额
- 图表161 2003年上海市商业连锁经营的主要业态的销售收入
- 图表162 2003年上海市商业连锁经营的主要业态的销售收入的同比增长
- 图表163 2003年百联连锁四大成员企业的销售额比较
- 图表164 百联的各零售连锁业态的零售额比例
- 图表165 2003年百联在我国各地区门店数的比例
- 图表166 2003年百联在我国各地区销售收入的比例
- 图表167 2003年百联在我国各地区经营面积的比例
- 图表168 在上海开一家500平方米超市各项投资比例
- 图表169 2004-2005三大行业特许体系占比之比较
- 图表170 三大行业中特许企业多品牌发展比较
- 图表171 2005年全国前30名连锁企业经营情况统计表
- 图表172 国美在青岛销售的海尔电器在同行业中占的比例
- 图表173 2005年-2010年我国数码IT产品市场规模预测
- 图表174 2005年华联综超主要财务数据
- 图表175 2005年华联综超扣除非经常性损益项目和金额
- 图表176 2003-2005年华联综超主要会计数据和财务指标
- 图表177 2003-2005年华联综超主要财务指标对比
- 图表178 2005年华联综超主营业务分行业情况表
- 图表179 2005年华联综超主营业务分地区情况表
- 图表180 2006年第三季度华联综超主要会计数据及财务指标
- 图表181 2006年第三季度华联综超非经常性损益项目
- 图表182 2006年7-9月华联综超利润表
- 图表183 2006年1-9月华联综超利润表
- 图表184 世界部分国家女性饰品市场人均占有率比较

图表185 瑞典宜家采购源地的比例分布

图表186 2001年-2004年瑞典宜家从中国采购比例的上升趋势

图表187 世界各洲拥有法国零售公司LVMH的店铺的国家或地区总计

图表188 世界各洲拥有瑞典宜家的店铺的国家或地区总计

图表189 世界各洲拥有法国专门店PPA的店铺的国家或地区总计

图表190 2003年6月世界拥有除本国之外的跨国经营的国家与地区的企业数

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/200805/28-406.html>