

中国高校百部优秀社科专著文库

连锁经营

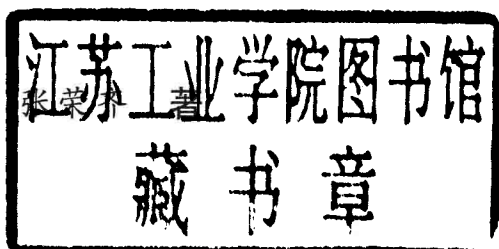
● 张荣齐 著

中国戏剧出版社

北京联合大学出版基金资助

本书可供高等学校工商管理专业本科生和
研究生教学和参考

连 锁 经 营



中国戏剧出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁经营 / 张荣齐 著. —北京: 中国戏剧出版社,
2005. 12

ISBN 7—104—01530—2

I. 连… II. 张… III. 经济管理—研究 IV. F13.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 022969 号

书 名: 连锁经营

责任编辑: 肖楠 王媛媛

封面设计: 张玉霞

出版发行: 中国戏剧出版社

经 销: 全国新华书店

社 址: 北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层

邮政编码: 100089

印 刷: 北京忠信诚胶印厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 11

字 数: 264 千字

印 数: 2000 册

版 次: 2005 年 12 月北京第 1 版

印 次: 2005 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7—104—01530—2/C·88

全套定价: 150.00 元 (本册: 23.80 元)

版权所有 违者必究

“博学而笃志，切问而近思。”
(《论语》)

博晓古今，可立一家之说；
学贯中西，或成经国之才。

摘 要

连锁经营被认为是 20 世纪流通领域的一大革命,被一些知名企业作为一种战略加以运用。大力发展连锁经营是新阶段推进我国流通体制改革的重要内容。然而,在连锁经营快速发展的今天,我国连锁经营中规模小、规范化水平低、模式选择不当,布局不合理等问题仍十分突出。深入研究和解决这些问题,是在经济全球化新形势下促进我国连锁经营持续、快速、健康发展迫切需要的重大课题。

本书首先对连锁经营的基本概念进行了界定,接着着重对连锁经营的效率原则,核心扩散联动机理、共生效应及增长规律等基本理论问题进行了探讨。在此基础上,笔者立足于中国的国情,在考察若干个连锁企业的基础上,以连锁环境为切入点,对中西连锁环境如人文、体制等差异进行比较,在吸收和借鉴发达国家的连锁经营经验的同时,提出了现阶段推动我国连锁经营的发展重在连锁制度创新的观点。社会主义市场经济机制作用下直营连锁、特许连锁、自愿连锁、合作连锁必须与产权的多元化相适应,充分借助国有和家庭两个方面的积极作用,探索符合中国特色连锁发展路径。在实地调研的基础上,采用统计分析与典型调查相结合,规范分析与案例研究相结合,并

应用计量经济学中模糊物元聚类分析、博弈论、有序样本分类等多种模型分别对各地区连锁发展的评估和连锁单元的分布、资金介入和价格决策、连锁单元点的甄选等进行了量化分析。

本书以“核心扩散、制度创新”为主线，实现连锁群体的共生效应，达到连锁效率改进，促进人流、物流、资金流、信息流、服务流有序流动。书中突出各连锁模式配置的实质是所有权与经营权的有效分配，同时认为改善我国连锁零售企业的经营，增进创新效率，应首先建立与产权紧密结合的一体化连锁模式。本书通过连锁业实地调研实证了这些结论，并用荣昌·ILSA 连锁企业个案分析细化了总部连锁模式的选择、业态规模、网点布局等问题；同时结合我国连锁零售业实际，实证了连锁经营对增加农民收入、加快产业结构调整、促进相关产业发展的积极作用，尤其连锁“超市+基地”的组织模式为“公司+农户”农业产业化发展提供了成长的空间，“订单农业”引导农民动态地适应连锁大市场需求的变化的内容较为深入；由此引出我国连锁经营发展进展的评测，并提出了相应发展策略和政策建议。

关键词：连锁经营，核心能力，共生效应，模式配置，规模布局

Abstract

Chains business was considered as a big revolution of circulating field in the 20th century. It was also used as business strategy by some of the most famous enterprises. The development of Chains business was an important part of promoting the reform of the circulation system at present. However, during the fast development of Chains business in China, many serious problems need to be solved, such as small scale, low level of standardization, improper choice of chain—mode, unreasonable distribution and etc, so that chain business can realize sustainable, fast and healthy development under the situation of globalization of economy.

Some basic conceptions were defined about chains business at first in this paper. Next, the basic theories were studied deeply on chains business, such as the efficiency principles, the core—competence diffusivity and linkage mechanism, the social symbiosis and the law of increasing, etc. Based on the conditions in China and the investigation of some chains business, the differences of the surroundings of chains business such as social culture, system and etc were compared between China and

western countries. At the same time, the key viewpoint of the system innovation of the chains business to improve its development in China was put forward by absorbing and using for reference the experience of chains business in developed countries. Under the condition of the socialist market — system, Regular chain, Franchise chain, Voluntary chain and Cooperation chain must be adaptable to multi — property right, and the function of the state — owned enterprises and private enterprises should be fully brought into play to find the development way in line with China's characteristics. Based on the investigation, the methods of the combination of statistic analysis and typical cases, the combination of normative analysis and empirical study, the Fuzzy — cluster analysis, the orderly sample model and game theory are used respectively for the study of the development of chains business in different region and the location of chain — outlets, the intervention of capital and the decision — making of price, and the selection of outlets — site, etc

The diffusivity of core competence and the system innovation were regarded as the key points to realize chains — symbiosis, to improve efficiency of chains business and to accelerates the ordinal flow of human, commodity, cash, information and service. It was highlighted that the effective collocation of chains mode is virtually the right collocation between owners and operators so that chains — retailing management could be improved and the efficiency of innovation could be increase. All the conclusions above were demonstrated by empirical study of Rongchang • Iilsa chains enterprise, such as the selection of

chain—mode, the scale of chains business and the layout of outlets, etc. Moreover, it was showed that the integration of chain—mode could play a significant role in increasing farmer's income, speeding up the adjustment of the industrial structure and promoting the development of the correlative industry by studying the practical situation of chains retailing in China. Especially, a kind of chain—organization 'supermarket & producing—place' provided the marketable capacity for another kind of agricultural organization 'corporation & Farmer' . Contract agriculture led farmers to adapt well to changing market. The levels of chains business in different provinces in china were also evaluated and some relevant proposals of developing Chains business were put forward.

Key Word: Chains business, core competence, chains—symbiosis, chain—mode choice, outlets scale—layout

目 录

第一章 绪论	(1)
1.1 问题提出及意义	(1)
1.2 国内外文献综述	(3)
1.2.1 连锁经营的基本概念	(3)
1.2.2 国外连锁经营发展研究状况	(5)
1.2.3 国内连锁经营研究情况	(12)
1.3 本文研究目标、主要内容、方法和技术路线	(16)
1.3.1 研究的目标	(16)
1.3.2 本书研究的主要内容	(17)
1.3.3 研究方法与技术路线	(18)
第二章 中外连锁经营发展状况的比较	(27)
2.1 我国经济形势为连锁经营提供了发展空间	(27)
2.2 连锁经营行为心理分析	(29)
2.2.1 当前连锁经营的心态	(29)
2.2.2 时下加盟者的行为动机	(32)
2.2.3 特许连锁经营利弊分析	(34)
2.3 中美日三国连锁经营的比较	(35)
2.3.1 美国的连锁经营状况	(36)

2.3.2 日本的连锁经营状况	(37)
2.3.3 中国连锁经营状况及发展前景	(37)
2.3.4 三国连锁经营环境的差异分析	(40)
2.4 本章小结	(42)
第三章 连锁经营核心扩散机理和共生效应	(44)
3.1 从连锁经营的三件宝谈起	(44)
3.2 核心形成的两要素	(45)
3.2.1 连锁董事会及连锁总部	(46)
3.2.2 连锁经营的核心能力	(47)
3.3 连锁经营的核心扩散机理	(55)
3.3.1 效率原则	(55)
3.3.2 联动机理	(56)
3.4 连锁经营的共生效应	(63)
3.4.1 连锁经营发展研究引入共生理论的意义	(63)
3.4.2 连锁经营的共生效应	(64)
3.5 连锁单元增长规律	(69)
3.6 本章小结	(71)
第四章 连锁环境辨析与营造	(74)
4.1 连锁环境体系的构成	(74)
4.2 连锁环境基本要素分析	(75)
4.2.1 经济发展对连锁经营发展的支撑	(75)
4.2.2 政策法规对连锁经营的拉动作用	(77)
4.2.3 人文社会对连锁经营的挑战	(81)
4.2.4 科技进步对连锁经营推动	(82)
4.3 中西连锁环境总体状况的比较	(83)
4.3.1 中西社会与人文环境的差异	(83)
4.3.2 与发达国家连锁环境条件的比较	(84)

4.3.3 改善外部连锁环境的根本出路	(87)
4.4 业内连锁环境的辨识	(87)
4.4.1 业内环境识别的思路	(88)
4.4.2 业内环境因子的解析	(89)
4.4.3 荣昌·ILSA 连锁环境辨析实例	(91)
4.5 本章小结	(99)
第五章 连锁模式选择与配置	(102)
5.1 连锁总部产权安排	(102)
5.1.1 连锁产权的再认识	(102)
5.1.2 产权多元化连锁格局	(104)
5.1.3 连锁利益相关者治理模式	(108)
5.2 连锁模式的构造及运行	(112)
5.2.1 产权多元化连锁模式	(112)
5.2.2 连锁模式产权分配	(114)
5.2.3 连锁模式的组合运行	(117)
5.3 选择连锁模式的依据	(119)
5.3.1 连锁直营单元的比率	(119)
5.3.2 连锁模式的进入时机	(122)
5.3.3 连锁模式的演化规律	(124)
5.4 连锁模式配置成本分析	(127)
5.4.1 连锁模式的配置成本	(127)
5.4.2 连锁模式的配置路径	(128)
5.4.3 连锁模式的选配实例	(130)
5.5 连锁模式的组织过程	(131)
5.5.1 连锁子组织的选配与耦合	(132)
5.5.2 连锁模式的组织控制	(134)
5.5.3 组织演化及其变革	(137)

5.6	本章小结	(140)
第六章	荣昌·ILSA 特许连锁模式的剖析	(145)
6.1	总部连锁模式的战略选择	(146)
6.2	连锁模式进入时机选择	(147)
6.3	网点连锁模式的选择	(151)
6.3.1	连锁总部的核心能力	(151)
6.3.2	连锁网点业态类型	(154)
6.3.3	连锁网点的业态分工	(155)
6.3.4	总部业态组合结构	(157)
6.4	特许连锁模式的运作机制	(157)
6.4.1	特许连锁运作机制的构建	(158)
6.4.2	特许网点利益组织协调	(159)
6.4.3	网点特许机制的进入方式	(163)
6.5	特许连锁模式的风险防范	(166)
6.5.1	特许连锁模式风险来源	(166)
6.5.2	网点连锁经营风险的防范	(170)
6.6	特许连锁模式店的评价与选拔方法	(174)
6.6.1	地域(区域)加盟商的评价指标体系	(174)
6.6.2	荣昌·ILSA 客户的综合评价方法	(175)
6.6.3	结果分析与结论	(182)
6.7	本章小结	(183)
第七章	连锁单元规模与布局	(186)
7.1	连锁价格的决策	(186)
7.1.1	连锁价格对内外市场份额的影响	(186)
7.1.2	区域内连锁价格的竞争	(189)
7.1.3	地域连锁网点的定价方法选择	(192)
7.1.4	同一地域内连锁网点的价格博弈	(194)

7.2	连锁一体化规模获取	(197)
7.2.1	基于“利益”一体化的联结	(197)
7.2.2	一体化连锁的相互依存关系	(199)
7.2.3	连锁单元数量的确定	(203)
7.2.4	连锁单元的业态类型及合理比例	(207)
7.3	连锁单元的业态选择	(208)
7.3.1	连锁单元的效用边界	(208)
7.3.2	边际商圈的确定	(210)
7.3.3	连锁单元的赢利评估	(213)
7.4	连锁单元的区位选择	(215)
7.4.1	点、线、面分布法则	(215)
7.4.2	区位选择问题描述	(216)
7.4.3	区位选择理论模型	(218)
7.5	荣昌·ILSA 连锁布局实例	(220)
7.5.1	连锁单元的业态划分	(220)
7.5.2	连锁单元(业态)的分布	(222)
7.5.3	连锁单元的收入的预期	(225)
7.5.4	连锁单元的区位圈定	(227)
7.5.5	连锁单元投资地点的甄选	(228)
7.6	本章小结	(231)
第八章	我国连锁经营的发展及政策建议	(236)
8.1	国内内外资连锁经营的发展总体状况	(236)
8.1.1	国内外资连锁经营的扩张态势	(237)
8.1.2	国内内资连锁经营的发展进展	(240)
8.1.3	内资与外资连锁经营发展的差距	(246)
8.2	各地区连锁发展情况的评测 (以零售业为例)	(248)

8.2.1 各地区连锁发展进度原始数据来源	(249)
8.2.2 建立连锁发展评测指标	(249)
8.2.3 各地区连锁发展排序	(255)
8.2.4 各地区连锁发展的分类	(256)
8.2.5 各类地区连锁发展的综合分析	(258)
8.3 连锁经营模式在农产品流通中推广应用	(260)
8.3.1 连锁经营正在开通农产品流通的渠道 ...	(260)
8.3.2 连锁经营带动了农业基地建设	(262)
8.3.3 连锁经营深化“公司+农户”的 组织形式	(263)
8.4 加快连锁经营模式全面推广相应对策	(266)
8.4.1 加快发展我国连锁经营的政策建议	(266)
8.4.2 国内内资连锁经营企业发展与壮大措施 ...	(269)
8.5 小结	(272)
第九章 结论与展望	(275)
9.1 主要结论和创新之处	(275)
9.1.1 主要结论	(275)
9.1.2 本书的特色或创新点	(279)
9.2 展望	(281)
附件 荣昌·ILSA 洗染市场潜力分析	(282)
1 洗染业的基本状况	(282)
1.1 世界洗染技术发展现状	(282)
1.2 国内洗染业演变	(287)
2 洗染业的消费者行为分析	(290)
2.1 北京城区居民收入状况分析	(290)
2.2 洗染网点的顾客分类	(291)
2.3 居民消费影响因素	(292)

目 录

2.4 居民消费特征分析	(295)
3 洗染行业竞争态势分析	(296)
3.1 北京洗染业的经营现状	(296)
3.2 洗染行业竞争状况	(299)
附录(一) 立地商圈调查报告	(307)
附录(二) 加盟店址调查评估作业办法	(315)
后 记	(319)

第一章 绪 论

1.1 问题提出及意义

连锁经营被认为是 20 世纪流通领域的一大革命。发展连锁经营是促进大流通，带动大生产的重要措施，是改造传统商业，提升流通产业竞争力，推进流通现代化的有效途径，是新阶段继续推进我国流通体制改革的重要内容。近十年来，随着我国现代市场体系建设全面展开，现代流通和营销方式不断拓展，连锁经营在我国快速发展，连锁企业如雨后春笋，呈蓬勃发展之势。在信息化、全球化和我国加入 WTO 的新时期，连锁经营在中国的发展尤为迫切。从现实来看，立足于现代信息技术平台的沃尔玛连锁正以其个性化、低成本的产品和服务满足全球的消费者，在全球范围内整合资源和统筹市场。只要留心一下“家乐福”那样的超市、“麦当劳”那样的国际连锁店，或者走到跨国公司的一些中国工厂，就会发现它们和这些公司在其它国家的同类设施几乎是同一个模子刻出来的^[1]。国际经验可以借鉴，但不能照搬。随着连锁经营的发展，有些一度兴旺，现又陷入困境，濒临倒闭的连锁企业等消息也不断传出。我国