

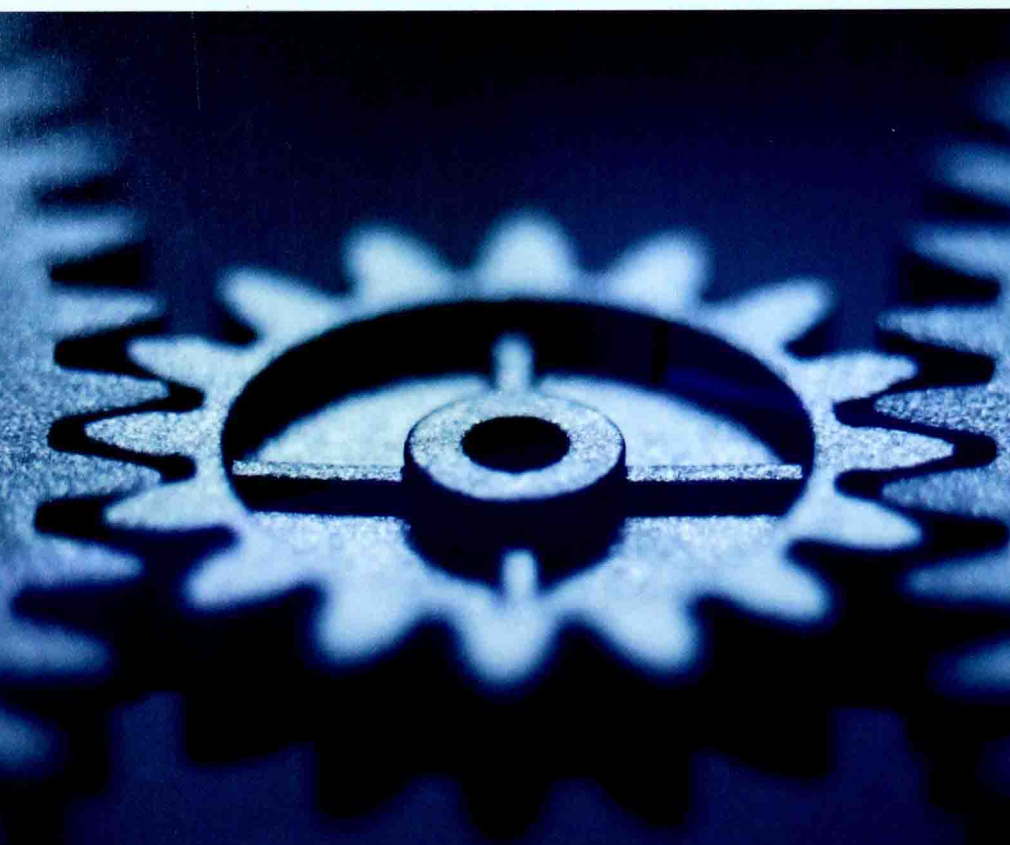
曹 静 冯国珍 编著

Chain Operation

Management Series

连锁经营管理人才 培养理论与实践

复旦卓越·连锁经营管理系列



复旦大学出版社

曹

静 冯

Chain Operation
Management Series

连锁经营管理人才 培养理论与实践

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

连锁经营管理人才培养理论与实践/曹静,冯国珍编著. —上海:复旦大学出版社,2014.5
(复旦卓越·连锁经营管理系列)
ISBN 978-7-309-10524-7

I. 连… II. ①曹…②冯… III. 高等学校-连锁经营-经营管理-人才培养-研究-中国
IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 064551 号

连锁经营管理人才培养理论与实践

曹 静 冯国珍 编著

责任编辑/鲍雯妍

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

常熟市华顺印刷有限公司

开本 787×960 1/16 印张 16.75 字数 295 千

2014 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-10524-7/F·2026

定价:36.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

连锁经营管理系列丛书编委会

主 任 王胜桥

副主任 冯国珍 曹 静

编 委 (以姓氏笔画为序)

王胜桥 冯 牧 冯国珍 朱巧妮 李饥辉

宋文官 沈荣耀 周 勇 易艳红 郑 蓓

姜 何 赵黎黎 徐为明 殷延海 顾国建

贾学芳 侯洪亮 曹 静 焦 玥

序

PREFACE

1995年3月5日,国务院在上海召开连锁经营现场座谈会,国务院在这次会议上正式布置了将超级市场和便民店的连锁经营作为流通领域改革的主要抓手,由此连锁经营在中国的大地上蓬蓬勃勃地发展起来了。现如今中国零售业、餐饮服务业等行业中规模性的企业都是在导入了连锁经营方式后迅速成长起来的。连锁经营这种从“一到无限”的经营方式会在中国大地上继续发挥出神奇的商业功能。

20世纪末,“连锁经营、物流配送和电子商务”是国家既定的较长远三大流通政策,在此背景下,国内许多高校纷纷设立了这三个专业,并出版了一大批相关的教材,为我国培养现代化的流通与商务人才作出了重要贡献。上海商学院是我国高校连锁经营教育研究领域的领跑者,拥有全国唯一的连锁经营管理国家特色专业建设点,本次出版的“连锁经营管理系列丛书”将以全新的视角和更具操作的层面提供高质量的教育研究成果。

与中国二十年前连锁经营发展初期相比,以往以地理性规模扩张为主的连锁经营方式如今受到了一系列的挑战。挑战之一,昔日以单一业态在中国市场全域发展的世界零售巨头今日已不再辉煌,虽然从市场的全域性上看,他们的规模是大的,但他们在进入的每一个区域市场内都并不占有领先地位,这时再看全域性的地理扩张战略,就会发现其处在被区域连锁商分割包围的状态。挑战之二,地理性规模扩张是以店铺数量的扩张为主的,但在互联网和电子商务发展的条件下,网络零售突破了实体店连锁经营规模地域与店铺数量扩张的模式,大跨度地超越了实体店连锁经营在市场和空间上的限制。有资料显示,一家好的电商网店一般是一家好的实体零售商店销售额的1 000倍!中国的网络零售的跨境业务正在蓬勃发展,“中国制造”不但通过对外贸易,也正在通过网络零售继续在国际市场上发挥着物美价廉的魅力,可以说,



网络零售实现了真正的内外贸一体化。同样地,中国的消费者也可以通过网络购买全世界的商品与服务,由此,连锁业的规模化和国际化有了新的发展与含义。由网络零售跨境业务的发展引发的中国流通中贸易管理制度的变革要时不我待地开始了,如商品检验制度、海关通关制度等。挑战之三,连锁经营的实质是规模化经营,在网络电子商务平台出现之后,它就会挑战以店铺数量扩张为主的连锁经营方式,未来在中国流通业的整合中,网络零售商和网络批发商(B2B)将处于主导地位,没有电子商务业务的零售商和批发商要么被整合,要么成为网络电子商务平台线下业务的附属单元。实现线上线下业务融合的新型连锁商具有整合流通市场的后发优势。为什么这种主导会是电商而不是实体连锁商呢?因为电商掌握了远比实体连锁商多得多的消费者的需求与信息,这些需求与信息在大数据时代不但可转换为新的产品开发、新的服务提供和新的营销方式的不断涌现,而且还可成为整合产业和行业等社会资源的主导性力量,其中电子商务经营者的思维方式和所能运用的技术手段很是关键。

希望看到越来越多的连锁经营的专家学者们把研究视角放到连锁经营事业如何能够融合到电子商务业务发展中来,因为线上的电子商务和线下的连锁店经营业务即 O2O 业务(Online To Offline)一定是未来商业规模化发展的主要模式。这是我的期待。

上海商学院管理学院教授
上海连锁经营研究所所长

顾国建

2013年9月15日

前言

FOREWORD

自 20 世纪 90 年代以来,连锁经营作为零售业的一种主要发展形式在中国大地上蓬勃发展起来。连锁经营管理专业作为连锁企业培养人才的一种主要方式也应运而生。2005 年,上海商学院率先在全国设立了连锁经营管理本科专业(目录外本科试点专业),当年实现招生并被上海市列为教育高地重点建设项目;2008 年,连锁经营管理专业教学团队获得上海市首届市级教学团队称号;2009 年,基于该专业的教学成果获得上海市教学成果二等奖;同年,该专业被批准为教育部国家特色专业建设点;2011 年,该专业被批准为上海市教委“十二五”重点建设专业。按照教育部制定和发布《普通高等学校本科专业目录》(2012 年)的要求,该专业自 2013 年由连锁经营管理专业(110214S)调整为工商管理(连锁经营)专业(120201K)。

经过多年的探索和发展,上海商学院在连锁经营管理专业建设方面积累了较为丰富的经验,本书即是对此的总结和概括。全书共分为五个部分,由上海商学院连锁经营管理专业教学团队完成。第一部分是中國连锁行业发展报告,由曹静、郑蓓执笔;第二部分是连锁经营管理专业人才素质培养体系研究,由曹静、沈荣耀执笔;第三部分是连锁经营管理本科人才需求调查,由冯国珍、焦玥执笔;第四部分是连锁经营管理专业毕业生就业状况调查,由冯国珍、黄卞悦(连锁经营管理专业 2008 级学生)等执笔;第五部分是连锁经营管理专业就业竞争力调查,由冯国珍执笔,周继红辅导员以及 2010 级连锁经营管理专业的郑仁峰、欧阳云、王丹丹同学参加了课题的前期调查及统计工作。另外,本书还附有上海商学院连锁经营管理专业 2007 级和 2013 级的人才培养方案



以及 2012 级国美委托班的人才培养方案,并附有本专业主要课程的教学大纲。

本书是上海市“十二五”内涵建设项目——“连锁经营管理专业人才培养研究与实践”的成果之一。书中难免有不足之处,请各位批评指正。

编者

2014 年 2 月

目录

Contents

第一篇 中国连锁行业发展报告	1
一 连锁行业总体发展情况概述	2
二 连锁行业分业种和业态分析	4
三 连锁行业发展趋势分析	17
第二篇 连锁经营管理专业人才素质培养体系研究	20
一 连锁经营管理专业人才培养特点分析	20
二 连锁经营管理专业人才培养的原则	23
三 连锁经营管理专业人才能力体系	24
四 连锁经营管理专业人才知识体系	27
五 连锁经营管理专业人才培养的实施路径	28
六 连锁经营管理专业人才培养体系	32
第三篇 连锁经营管理本科人才需求调查	37
一 研究背景及意义	37
二 连锁经营管理本科人才需求研究	38
三 优化连锁经营管理专业人才培养方案的建议	48
附录 调查问卷	51
第四篇 连锁经营管理专业毕业生就业状况调查	55
一 调查方法和对象	55
二 数据统计及分析	56
三 调查结论	62
四 启示	63
附录 调查问卷	65



第五篇 连锁经营管理专业就业竞争力调查	68
一 研究背景及意义	68
二 问卷调查的基本情况	68
三 数据统计及分析	70
四 结论与思考	83
附录一 调查问卷	86
附录二 学姐和学长们的意见、建议及寄语	89
第六篇 教学计划	92
一 2007 级连锁经营管理专业本科教学计划	92
二 2012 级连锁经营管理专业(国美委托班)本科教学计划	99
三 2013 级工商管理(连锁经营)专业本科教学计划	106
第七篇 专业课程教学大纲	114
《管理学》课程教学大纲	114
《人力资源管理》课程教学大纲	117
《市场营销学》课程教学大纲(经管类专业)	120
《财务管理》课程教学大纲	126
《生产与运作管理》课程教学大纲	128
《管理信息系统》课程教学大纲	133
《战略管理》课程教学大纲	140
《连锁经营原理》课程教学大纲	143
《连锁企业营运管理》课程教学大纲	148
《连锁企业规划与布局》课程教学大纲	151
《连锁企业信息管理》课程教学大纲	155
《连锁企业物流管理》课程教学大纲	160
《特许经营管理》课程教学大纲	163
《品类管理》课程教学大纲	165
《Retailing》课程教学大纲	169
《流通经济学》课程教学大纲	172
《组织行为学》课程教学大纲	175
《经济博弈论》课程教学大纲	177



《消费者行为学》课程教学大纲	179
《国际贸易实务》课程教学大纲	183
《经济法》课程教学大纲	188
《商业文化史》课程教学大纲	191
《统计学》课程教学大纲	193
《商务谈判》课程教学大纲	198
《公共关系学》课程教学大纲	204
《PROJECT MANAGEMENT》课程教学大纲	208
《营销策划》课程教学大纲	211
《市场调查与预测》课程教学大纲	216
《经营决策模拟实验》课程教学大纲	221
《商业综合模拟实验》课程教学大纲	224
《创业学》课程教学大纲	227
《客户关系管理》课程教学大纲	230
《网络营销》课程教学大纲	234
《商业数据分析》课程教学大纲	239
《商务网站规划与管理》课程教学大纲	242
《信息检索》课程教学大纲	247
《电子商务概论》教学大纲	250
《计算机网络》课程教学大纲	254

第一篇 中国连锁行业发展报告

改革开放以来,中国经济年平均增长接近 10%,经济总量上升到全球第二位,中国的人均 GDP 增长进入到中高速国家行列。经济增长动力呈现出内需和外需“双轮驱动”的结构特征。中国市场规模不断扩大,已成为全球增长潜力最大的单一内部市场。2010 年以来,国家继续实行积极的财政政策和适度宽松的货币政策,并适当地有所收紧,国民经济增速逐年回调,但总体上保持了快速增长的态势。从结构来看,消费、投资、出口三大需求均保持了较快的增长势头,特别是社会消费品零售总额同比增长 18.3%,比上年同期加快 3.2%。2011 年全年社会消费品零售总额为 181 226 亿元,同比名义增长 17.1%(扣除物价因素实际增长 11.6%)。

从三次产业结构看,经济增长的主要动力由工业制造业的快速扩张逐渐转变为服务业的改革与发展,加快发展服务业,促进经济增长向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变。2012 年,我国服务业增加值占 GDP 的比重为 44.6%,与 68%的世界平均水平和 72%的发达国家平均水平相比差距悬殊,也明显低于发展中国家 52%的平均水平。国家原计划到 2015 年实现服务业增加值占 GDP 的比重为 47%,但 2013 年 4 月 23 日,来自国家发改委的统计数据显示,2013 年一季度服务业实现平稳增长,一季度服务业增加值完成 56 859 亿元,同比增长 8.3%,增速比上年同期上升 0.8 个百分点,比 2012 年全年增速上升 0.2 个百分点,比一季度 GDP7.7%的增速高 0.5 个百分点,呈现平稳上升的态势。一季度服务业增加值占 GDP 比重为 47.8%,与去年同期相比提高 1.6 个百分点,比同期第二产业高 1.9 个百分点,比工业高 6.7 个百分点。

2010 年以来,内需增长动力从政策推动转向市场驱动,出口恢复快速增长,显示我国经济运行已成功摆脱国际金融危机的负面冲击,开始进入正常增长轨道。鉴于房地产投资增幅呈现下降趋势,出口增速 2011 年 4 月以后逐月下降,2010 年以来经济增长小幅回调趋势延续到 2011 年第一季度。而 2010 年全年 CPI(消费者价格指数)同比上涨 3.3%。2011 年,全年 CPI 涨幅更是高达 5.4%,远超当时 4%的调控目标;而 2012 年全年全国 CPI 比上年上涨 2.6%,低于年初预期 4%左右的调控目标,也是最近三年的最低年涨幅,说明 2012 年的物价涨幅控制在了可



接受范围内,2013年CPI比上年上涨2.6%,依然属于低通胀。因此,不会导致货币政策转向紧缩。而2011年PPI(工业生产者出厂价格指数)比上年上涨6.0%,2012年PPI比上年下降1.7%,通胀压力得到有效缓解。

“十二五”期间推动经济结构调整和发展方式转变的任务十分艰巨。财政、货币政策正在由应对危机型向常规型的平稳过渡(宽财政、紧货币),并保持相对稳定,在相关领域的改革和经济结构调整转变将取得实质性进展。

一 连锁行业总体发展情况概述

经过近20年的发展,中国的连锁企业取得了超常规的成长。2010年,实现社会消费品零售总额156 998亿元,比上年增长18.3%,扣除价格因素,实际增长14.8%。2011年全年社会消费品零售总额为181 226亿元,同比名义增长17.1%(扣除物价因素实际增长11.6%)。

(一) 连锁企业销售规模增长速度放缓,步入稳定发展期

2010年,连锁百强销售规模达到1.66万亿元,同比增长22.4%,增幅高出社会消费品零售总额4.1个百分点。百强企业门店总数达到15万个,同比增长9.8%。百强企业销售额占到社会消费品零售总额的11%,与上年基本持平。2011年,连锁百强销售规模达1.65万亿元,自2000年统计以来首次出现下滑。2012年,我国连锁百强销售规模达到1.87万亿元,同比增长10.8%,为历年来增长最慢的一年,也慢于社会消费品零售总额14.2%的增长。百强最后一名的销售额为33亿元,比2011年最后一名的25亿元提高了30%。

2012年,连锁百强企业门店总数达到9.4万个,同比增长8.0%,是百强统计以来增速最慢的一年(2006—2010年,百强企业开店数量同比增幅分别为26%、17%、24%、19%和9.8%,总体呈下降趋势)。有40%企业的销售增幅和60%企业的门店增幅以个位数增长。百强企业销售额占社会消费品零售总额的9.3%,低于2011年11%的水平。2000年以来,百强平均年销售增长超过25%,但近两年的增速明显放缓,这是行业自身发展规模的体现,也是受到人口红利的消减、渠道分流、消费者消费习惯变化等多种因素影响的结果。可以预见,接下来几年将是连锁企业的稳定发展期。

(二) 结构性变化,不同业态、不同区域呈现不同特点

以百货为主的连锁企业和以快消品为主的连锁企业的总体销售增幅分别为



10.3%和9.8%，均慢于百强总体增幅。便利店的门店数量增幅相对较快，整体有12%的增长。20家主要外资品牌整体发展良好，总体增幅为11.3%，略高于百强总体增幅。

从区域情况看，一、二线城市连锁企业的增长放缓，三、四线城市则快于一、二线城市的发展。在百强企业里分别从一、二线城市和三、四线城市企业中各选十家典型企业进行分析，比较发现：一、二线城市十家企业的平均销售增幅为6%，门店数量平均增幅为2%；三、四线城市十家企业分别为18%和17%，均明显高于前者。2012年百强新上榜企业10家，其中，近半数为三、四线城市连锁企业。

另外，百强企业的差异化也更加明显，在市场普遍不景气的情况下，有的企业销售和利润仍然大幅提高。这些企业的共同特点是团队能力强、主业突出、有较强的区域优势。

（三）渠道分流，探索多渠道经营

近几年，网络零售对传统零售带来了较大的冲击，从最初的图书音像、家电、数码3C到服装鞋帽、日用百货，再到家居、食品，网络零售不断挤压实体零售的市场份额。

面对不断增加的网络渠道压力，传统企业纷纷发力电商。传统企业利用自身在商品渠道、物流管理、营销管理等方面的优势，开展线上与线下相结合的多渠道经营探索。2012年百强中，有62家开展网络零售业务，比2012年年初统计的59家增加3家，但在2012年年初的百强中，有三家企业暂停了网络零售业务，实际新增6家。62家企业中销售过亿元的达到9家。

（四）成本上升，利润增幅下降成为普遍现象

连锁经营企业的成本上升成为净利下滑的主因，其中，房租和人工成本总体上升幅度较快，百强企业平均增幅在15%以上。十八大提出的“收入倍增计划”以及国家《促进就业规划(2011—2015)》称，“十二五期间，最低工资标准将年均增长达13%以上”，这为人工成本增长设定了下限。

在房租成本方面，2002—2005年（零售全面开放初期）是企业开店最快的时期，有一部分门店的租期是10年，这两年集中续租，租金将会成倍增长。

2012年百强中，近半数企业利润增幅在0—5%之间，利润出现负增长或亏损的企业明显高于往年。

（五）经营质量提高，行业保持健康发展

与之前相比，2012年百强总体数字上的一个明显变化是，除了“主要外资连锁



企业”表外,其他各个榜单均是总体销售额增长快于总体门店数量的增长,说明门店的运营质量和效率在提高。

因此,尽管销售增幅下降,成本明显上升,但企业通过优化商品结构、调整和改造业绩差的门店、提高运营效率等措施,在困难和压力中仍保持较为良性的发展。

(六) 缺乏优秀的管理人员,门店基层员工流失率高是连锁企业面临的共同问题

根据中国连锁经营协会对 100 家连锁企业的调查显示,39%的企业认为缺乏总部/门店优秀管理人员是企业面临的第一大人力资源问题,而这部分员工的素质直接决定了总部/门店的经营效益。以该协会 2011 年评选的金牌店长为例,金牌店长的平均年龄已连续 5 年为 39 岁,在企业工作年限平均为 11.5 年,担任店长职务平均为 5.7 年,大专及以上学历占 63%。这说明店长的培养不仅需要一定的文化素质,还需要长期积淀的企业经验。因此,对连锁企业来说,吸引并留住这部分人才是重中之重。

另一方面,门店基层员工流失严重、难以招聘到符合要求的员工、人力资源成本过高等是企业面临的普遍问题。零售行业由于工作时间长、劳动强度大、工资低等因素造成基层员工流失率高;新《劳动法》的实施和规范使用工成本越来越高。调查显示,企业知名度、个人职业发展机会和薪酬是吸引员工最重要的三大因素。

二 连锁行业分业种和业态分析

(一) 百货商店

百货商店是指在一个大建筑物内,根据不同商品部门开设销售区,满足顾客对时尚商品多样化选择需求的零售业态。它是经营包括服装、家电、日用品等众多种类商品的大型零售商店。以本地中高收入家庭及个体消费者和其他流动人口为目标客户。它的经营特点是:

- 选址在城市繁华区和交通要道;
- 商店规模大,营业面积在 5 000 平方米以上;
- 商品结构以经营男、女、儿童服装、服饰、衣料、家庭用品为主,种类齐全、少批量、高毛利;



- 商店设施豪华,店堂典雅、明快;
- 采取柜台销售与自选(开架)销售相结合的方式;
- 采取定价销售,可以退货;
- 服务功能齐全。

1. 百货行业总体发展情况

2005—2010年,社会消费品零售总额平均增幅为16.47%,百货行业整体销售收入的平均增幅是16.52%,和社会消费品零售总额基本持平,略高一点。在2010年中国连锁百强企业中,共有35家主营百货的连锁企业,其销售额和店铺数量平均增幅分别为23.2%和18.5%,明显高于连锁行业的平均水平;2012年的数据同样显示2010年样本企业的百货店门店数量增长了25%,高于连锁经营企业的平均增长速度,这表明百货业在零售业中的重要地位以及未来的发展速度。

2011年,中国百货行业继续坚持以消费者为中心,以市场为导向,以打造品牌服务为抓手,积极进行结构调整和品牌创新尝试,努力推进多业态经营和资本扩张战略,通过改装增容、开店拓业、并购重组、多种经营等手段,扩大市场份额,提升经营效益,保持并强化持续增长的发展势头,行业规模继续扩大,行业发展动力足、潜力大,行业总体运行平稳、健康。具体来说,具有以下三个特点。

(1) 利润保持较高水平

百货店的经营大多采用流水倒扣(根据商品不同,倒扣比例一般在20%—40%)或出租物业的方式,毛利率是其自营部分的比例。一般来说,毛利率是企业综合性盈利能力的体现。根据中国连锁经营协会对样本百货店的统计调查,毛利率最高的为24.7%,最低的为11.6%,平均为16.6%,远高于大型超市12.2%的平均水平。

这主要是由于以下几个因素:城市化进程的加快,使百货能够从一、二线城市向三、四线城市延伸;中产阶级队伍的壮大和消费升级使得百货业成为最大的受益者之一;百货店商品结构的调整和各种促销活动的推动等。

(2) 差异化水平不断提高

随着消费环境的改变和市场竞争的加剧,百货店正在逐步调整商品结构,形成与家电、家居等大型店的错位竞争。同时,不同的百货店也在努力向差异化发展,形成服务于不同目标群体的百货细分业态。从目前情况来看,主要存在高档百货、时尚百货和大众百货三个特点鲜明又有明显差异的业态。

(3) 业态不断延伸

为了提高自身的竞争能力,百货业除强化自身业务外,也在逐步向其他业态延伸。例如,北华联旗下的BHG超市定位于高端市场,在吸引客流、提高市场占有率和创造利润方面都有不错的成绩;百联集团、武商集团等开发的购物中心大



多已成为当地最大的购物中心;燕莎、百联的 OUTLET 等。

综观 2011 年连锁行业的全局,中国百货业整体运行平稳均衡,企业通过创新营销战略,调整商品总额,丰富促销手段,满足消费需求,谋求生存发展,在行业发展过程中强势企业稳步扩张,次级企业乘势而上,一些弱小企业或独辟蹊径,化弱为强,或歇业转型,另谋发展。

2. 百货行业面临的挑战

近几年,百货业门店数量快速发展,各区域百货龙头企业都在进行扩张,但千店一面,商品缺乏差异,单店销售额整体下降,消费者对品牌的忠诚度越来越低;而且中国百货企业多限于区域发展,不具有全国影响力;同质化严重,竞争激烈且无序;落后的管理技术与水平以及不够成熟的市场环境制约了百货业的产业整合;经营模式单一,过多依赖联营模式;国际巨头对中国市场的渗透日益加深。这些都是中国百货业当前所面临的挑战。此外,近年来电子商务蓬勃兴起,网络购物跳跃式发展,对传统实体的零售市场提出了巨大挑战。

(1) 新兴零售业态的冲击

新的零售业态的兴起与快速发展,不断压缩着传统百货业的生存空间。一是超级市场。超市目前已取代百货占据零售业的主导地位。我国超市虽起步晚,但是后发优势明显,在传统百货业大一统的格局下,连锁超市凭借着灵活方便、便宜实惠、强大的网点辐射力逐步胜出。二是专业店。把百货各商品部经营的大类商品做深度专业化,从而出现了各种大型专业店,使百货店再经营这类商品已逐步失去竞争力,最终只能选择退出这些大类商品的经营。如家电专业店行业中美国的百思买、我国的国美、苏宁。三是购物中心。随着综合大型购物中心的发展,消费者已经更趋向于消费、休闲、餐饮、娱乐一体化的消费模式。而传统的百货卖场由于购物职能单一,与购物中心相比无法有效地吸引客流量。

(2) 网络购物的迅猛发展

近几年来,传统百货业一直面临着巨大的压力,相比之下,网络零售行业却呈现飞速发展的态势。中国行业咨询网研究数据显示,在网络购物领域,2010 年全球网络购物交易规模达 5 725 亿美元,同比增长 19.4%。中国行业咨询网研究部预测,未来 10 年内,网络零售市场将会占到整体零售市场 30% 的份额。

(3) 物业租金成本的大幅上涨

百货业的物业租金一般是签 10 年甚至 15 年。而 10 多年前,是中国百货业乃至商业发展的早期阶段,当时很多商业地产项目都是以低价出租出去的。但是,近几年,在众多商业企业面临租约重签的时候,就会遇到商业地产租金暴增的局面,成本大幅上升。北京老牌百货店太平洋百货盈科店倒闭的主要原因就是物业租赁到期,地产商提出的租金过高。