



普通高等教育“十二五”规划教材
高职高专连锁经营类精品教材系列

连锁门店 开发与设计

(第二版)

王吉方
李志波
主编



科学出版社

普通高等教育“十二五”规划教材

高职高专连锁经营类精品教材系列

连锁门店开发与设计

(第二版)

王吉方 李志波 主 编

寇长华 杨叶飞 万 莉 副主编

杨 元 于 莉 主 审

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书共分为 8 个项目, 主要内容包括: 连锁门店开发与设计概述, 连锁门店开发投资可行性分析, 连锁门店开发选址, 连锁门店外部设计, 连锁门店卖场内部设计, 连锁门店 CIS 设计, 连锁门店商品陈列设计, 连锁门店开业、庆典、创新策略。

本书有四个特点: 理论——探讨连锁开店的理论基础, 案例——分析连锁开店的案例成败, 实务——汲取连锁开店的实务精髓, 时代——把握连锁开店的时代脉搏。

本书既可作为高等院校连锁经营专业和商业经营管理相关专业的教材, 也可供连锁企业员工培训和相关管理人员自学使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁门店开发与设计/王吉方, 李志波主编. —2 版. —北京: 科学出版社, 2013

(普通高等教育“十二五”规划教材·高职高专连锁经营类精品教材系列)

ISBN 978-7-03-038412-6

I. ①连… II. ①王… ②李… III. ①连锁商店-商业经营-高等职业教育-教材 ②连锁商店-建筑设计-高等职业教育-教材 IV. ①F717.6 ②TU247.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 194273 号

责任编辑: 任锋娟 / 责任校对: 王万红
责任印制: 吕春珉 / 封面设计: 一克米工作室

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 8 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2013 年 8 月第 二 版 印张: 20

2014 年 2 月第七次印刷 字数: 468 000

定价: 39.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换<铭浩>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62135741 (VF02)

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303

高职高专连锁经营类精品教材系列

编 委 会

主 任 都国雄（教育部高等学校高职高专工商管理类专业教学指导委员会委员，
南京工业职业技术学院党委组织部部长，博士）

夏昌祥（教育部高等学校高职高专工商管理类专业教学指导委员会委员，
昆明冶金高等专科学校校长，教授）

副主任 王吉方（首钢工学院副教授，北京欧亚陆桥咨询机构策划总监）
寇长华（北京财贸职业学院副教授）

委 员（按姓氏笔画排序）

于 恬 王新盈 平建恒 冉 娟 孙开庆 刘子龙
刘建华 乔淑英 吴 虹 吴 斌 李志波 杨 元
杨叶飞 张 梅 张秀丽 陈仕萍 胡启亮 赵玉国
赵明晓 赵桂莲 施玉梅 黄桂芝 寇长华 鲁 杰
曾 琢 蔡中焕 霍文智



《连锁门店开发与设计（第二版）》

编 写 人 员 名 单

主 编：王吉方（首钢工学院）

李志波（大连职业技术学院）

副主编：寇长华（北京财贸职业学院）

杨叶飞（深圳职业技术学院）

万 莉（广州番禺职业技术学院）

参 编：田志英（北京财贸职业学院）

周雨娴（成都工业学院）

汪海燕（北京农业职业学院）

庞德义（湖州职业学院）

何毓婕（石家庄职业技术学院）

王 蓓（西安航空技术高等专科学校）

杜 彦（北京培黎职业学院）

总 序

Preface

随着改革开放的不断深入，我国企业在经营体制等诸多方面发生了重大变化，特别是餐饮业、商业等服务业领域更是发生了深刻的变化，其中最明显的就是连锁经营模式的引入、发展及壮大。

连锁经营在我国经过近 20 年的发展，已从导入期进入蓬勃发展期。作为现代主流商业模式，连锁经营使世界商业的发展出现了质的飞跃，取得了突破性进展，改变和加快了世界商业的发展进程，对世界经济特别是现代商业经济的发展产生了深刻影响。目前，我国已发展成为连锁经营大国，成为世界上特许连锁体系最多的国家，超过始创国美国。连锁经营已经成为我国零售业、餐饮业等众多服务行业普遍采用的经营方式，取得了令人鼓舞的成绩，日益显示出强大的发展潜力。但是由于我国的连锁经营起步晚，发展时间较短，同发达国家和地区相比，无论从经营规模上还是行业领域上都存在着明显的差距。面对国际大型零售企业的竞争，国内的连锁企业如何利用有限的时间加快发展，做强、做大已成为当务之急。

面对新经济、信息化、国际化的社会大背景，面对连锁经营模式下企业的激烈竞争，人才的匮乏显得日益突出。连锁人才缺乏，特别是连锁经营中高级管理人才缺乏，已经成为制约企业发展的一个瓶颈，亟待解决。要想彻底解决人才短缺问题，根本还是要从人才培养入手，从基础教育入手。只有培养出大量的基础性人才，才能源源不断地为连锁企业供应新鲜血液，让他们在经营实践中发展成熟，最终成为高级人才和专业人才。

教育部根据我国经济发展对各类专业毕业生的实际需要，结合就业状况，对专门人才培养结构进行了重大调整，对专业设置、课程内容和教学方法进行了必要的整合改造，更加突出实践技能的培养。在市场调研和人才需求分析的基础上，按照教育部的相关指导，我们进行了连锁经营教材系列的策划和组织工作，经过多次研讨，落实了全国几十所高等院校的老师和上海、北京、广州、昆明、南京、沈阳、成都、杨凌、西安等城市的企业参与编写，并于 2008 年出版了第一批教材。

通过几年的教学实践检验，证明本教材系列受到全国各地高职院校连锁经营专业师生及社会相关从业人员的欢迎和肯定。本教材系列密切结合连锁经营企业的实际工作，结合连锁经营业务的真实案例，其特色可以概括为五个显著的特点：

1. 知识系统

本教材系列从连锁经营管理原理、连锁企业人力资源管理、连锁企业门店营运管理、连锁企业门店开发与设计，到连锁企业的信息管理系统、物流管理、市场营销、财务管理、仓储与配送等，对连锁企业管理中的诸多环节进行了有理论、有实践的系统探讨，使学生较全面地了解连锁经营所涉及的方方面面。

2. 实操性强

本教材系列选择连锁经营行业中的实际工作案例，引发学生的思考，让学生带着问题去学习相应的理论知识，充分调动学生的学习积极性。针对高等职业院校学生的特点，将抽象



的逻辑建构的知识体系形象化、具体化、生活化和职业化，从而可以提高学生的兴趣，这是至关重要的。根据具体的课程特点，本教材系列的相应课程采用“项目-任务”式的编写结构，使教材实用性更强，大大提高学生的学习兴趣，从而激发其学习动力。

3. 编者队伍“产学结合”

本教材系列的编者有来自于教学一线的教师，有身兼企业资深顾问的教师，还有来自于企业的管理人员，他们立足于高职高专的教学特点，将自己的教学和工作经验融入本教材系列当中，使学生能接触到最实际的知识 and 案例。

4. 中外结合，相互借鉴

本教材系列详细介绍了中外连锁经营的最新现状、未来趋势、操作环节和使用程序，尤其把外国著名连锁企业的最新发展业态和科学的应用信息技术和管理模式引入，对于学生充分掌握中外连锁经营的发展历程、差距、特征和技术具有很好的探索意义。

5. 时代感强，贴近实际

本教材系列的许多资料更新自 2009~2012 年上半年的有关资料，紧跟我国连锁经营的现状，如我国特许奖、特许品牌、特许案例、特许金牌店长、最具成长特许企业等。附录里的专有名词、术语等资料，有助于学生针对性地进行连锁经营知识学习。

陶行知老先生有句话：“生活即教育，社会即学校，教学做合一。”我们相信，只要我们职业教育界的各位同仁共同努力，深化改革，解放思想，追求创新，就能实现陶老的希望，创造卓越。

教材建设是高职高专教育教学改革的重要组成部分，也是体现职业技能培养特色的关键。本教材系列的编写，遵循科学发展观，根据学科发展需要、教学改革需要、专业设置需要、课程改革需要，尤其是市场对人才素质的需要，结合国家教育部教育教学改革的精神，结合国家正在启动的大学生就业工程，面向社会、面向市场、面向经济建设、面向用人单位的具体工作岗位，由专家、教授编写而成，可作为连锁经营及其相关专业学生的必修教材，也可作为连锁企业、流通企业的员工的培训教材。

高职高专连锁经营类精品教材系列
编委会

序

Preface

接到王吉方先生为本书写序之邀请，颇让我激动。作为一名拥有十多年超市一线工作的店长，习惯了写总结、分析、计划等，第一次为书写序，一时不知从何下笔。抛开那些冠冕堂皇的话，以我的实际经验，谈一下我的看法。

与王吉方先生相识时间只有半年有余，最初给我印象深刻的是他对超市经营的热情，而深入接触后，他对行业的认识、对超市经营当中的专业知识的掌握，让我这个业内人士深感钦佩，我们每一次谈到开店设计与门店经营时都激情澎湃。

超市的经营模式引进中国时间有 20 多年，如果分成起步与成长两个阶段，本人很荣幸地在超市发展的黄金期加入了家乐福，由一名普通的职工做起，经历了门店、总部、再加入家乐福冠军超市，再辗转到京客隆，做过职工、课长、采购、店长，经历了 13 家门店，见证了北京超市发展的风风雨雨。

十年的黄金时间见证了北京的超市发展，这个与国际接轨，涉及民生、劳动密集型的行业，十年间大浪淘沙，竞争异常激烈。十年间，在北京我们送走了“城市之光”“盛兴”“红熊”“朝林”等品牌，我们迎来了“沃尔玛”“欧尚”“大润发”“永辉”等强悍的企业。以门店数量、销售额来说，形成了以物美、京客隆为两极，家乐福、超市发、永辉等为多强的格局。

如果把北京的零售比喻成一个人，十年来经过不断锻炼，他已经非常强壮，并有很强的肌肉。但行业结构不断发生调整，经营理念也有了深刻变化。空前的变革给这个行业发展进步带来巨大活力。作为一线工作者，我深深体会到这个行业的发展机会以及存在的矛盾和问题，例如劳资关系、员工收入、经营理念、电脑系统、企业文化建设、规章制度、食品安全、行业标准、设备设施、电商排挤及各种潜规则和非可控的事项。所有问题都等待着人们去探索、去解决。解决这些问题的关键是人才问题，特别是拥有丰富的行业工作经验、有自己独到的见解、领悟行业真谛的达人。培养人才成为行业内各级学校和企业的战略性工作。

市场上关于连锁零售和开店经营的书品类繁多，水平也参差不齐。在众多关于连锁经营的书籍当中，本书充满热情且条理清晰，折射出作者对连锁经营的深刻理解，同时还提出了务实的解决方案，对于想认识、了解这个行业的人，学习这本书是个明智的选择。

本书对连锁门店的选址、开发、店内外设计、商品陈列、开业、庆典等问题，均有精妙的分析，并提供了一个个强有力的论证，这植根于作者对以上问题透彻理解和具有说服力的分析。从那些成功的企业中得出富有成效的结论，并把这些结论放在一个紧密结合实践的知识框架里，能够引起人们的共鸣，特别是那些致力于中国连锁企业发展的实践者们。

通过本书能够看出，由对连锁行业的使命感、责任感和永不满足的好奇心驱使，王吉方



老师的职业生涯充满了探索。在这个竞争残酷的年代，在这个法制观念逐渐增强的年代，在这个食品安全问题接连爆发的年代，他和我们一样，不断为中国连锁业做出实质性的贡献。期待王吉方先生的下一部作品。

郭东年

高级营销师

京客隆店长

2013年5月31日

第二版前言

Foreword

与时俱进是我们进行各项工作的基本指针，教材建设也不例外，本教材修订再版主要基于以下几点：

1. 国家对职业教育的新标准、新要求

在刚刚过去的党的十八大报告中“加快发展现代职业教育，推动高等教育内涵式发展”的论述。“现代”和“内涵式”两点体现了我国职业教育的新标准、新要求。“现代”体现在职业教育要有新思想、新结构、新理论、新方法、新技术等方面；“内涵式”体现在用人需求、教学规划、教学任务、教学大纲、教材建设、教师队伍、教学基地的建设等方面。

联合国教科文组织提出对职业技术准备教育的要求：“使受教育者获得在某一领域内从事几种工作所具备的广泛知识和基本技能，使之在选择职业时不至受到本人所受教育的限制，甚至在一生中可以从一个活动领域转向另一个活动领域”。我国正处于改革开放及经济结构战略性调整的时期，职业结构及职业内涵的变动快，人才流动量大。学生要充分就业、要能有一个成功的职业生涯，无论专业设置是宽是窄都应贯彻这一要求；这一要求所提出的是“某一领域内”的几种工作，即它们具有共同的基础，技术水平大致相当，跨度适度。为达到这一要求，要加强作为职业基础的主干技术及与之相关的学科的学习，加强基本技能的训练；同时重视必要的基础理论和文化素养。这些思想为我们教材建设指明了新的探索方向。

2. 我国经济的不断发展和商业行业不断变化的形势

从“十一五”国家经济建设规划到“十二五”国家经济建设规划，我国已经成为世界第二大经济体。世界经济形势的动荡使得我国不断进行市场经济结构和企业发展模式的调整。在我国，连锁领域已经与 70 个行业紧密联系，连锁经营模式也随着各行业的变化有了相当大的变化，新行业不断出现，新业态不断萌芽，企业不断整合。这对连锁经营专业的教材也提出了新要求。

3. 教材本身的内容与形式要求

本教材出版已经 4 年多，在资料内容和形式上都需要更新。

本教材第一版于 2008 年 8 月出版，多采用 2005~2008 年的案例资料。及时更新教材里的有关案例、资料、数据、图表是本次修订工作的重要内容。本版图片增加至 100 多张；形式上采取立体化教材设计，主要包括课程文件、学习指南、教学课件、学习资料、拓展资源、行业信息、试题库；配套的还有校内外实习基地。

4. 学校教学改革的需要

高职院校学生就业压力的不断加大，对学校的教学水平也提出了更高、更有特色的要求。在当前，我国高等职业教育正倡导学习德国职业教育“双轨制”的经验，大力推行“工学结合，校企合作”的办学理念，这对教材的“校企对接”也提出了要求。为此，本教材在修订过程中取得了中国连锁经营协会的大力支持，并请具有长期实践经验的京客隆店长郭东年题



序、百货楼层经理提供心得，为求紧贴实际。

5. 学生学习方便、实用的需要

学生的学习是有方法的，而教材的编写要针对学生的学习心理和方法而编写。针对要“明白”的心理，编写必须有理论论述；针对“便于记忆”的心理，教材必须有环节、程序的内容；针对“兴趣学习”的心理，教材必须有“案例分析”的内容；针对“动动手”的心理，教材要有“实训设计”项目。

基于以上需求，编者对第一版进行了资料更新、内容修订、形式创新，希望能更好地适应和满足读者的需求。

本书由王吉方确定编写大纲并进行统稿，具体的编写分工如下：项目1、项目2由李志波、杨叶飞编写；项目3、项目4由王吉方编写；项目5由万莉、王吉方编写；项目6由寇长华、杜彦编写；项目7由万莉、田志英编写；项目8由周雨娴、王吉方编写。汪海燕、庞德义、何毓婕、王蓓等进行了案例编写。业内资深专家杨元先生、首钢工学院于莉教授对本书进行了审定，并提出了许多宝贵的意见，在此表示衷心的感谢。此外，还要对给予本书编写工作大力支持的领导、专家、学者以及出版社的领导和编辑表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，且事物都在不断地发展，本书难免存在不足之处，恳请广大读者批评指正。

王吉方

2013年6月17日

第一版前言

Foreword

连锁经营作为零售业及其他许多行业的一种经营模式和制度，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，实现企业形象的标准化、经营活动的专业化、管理活动的规范化以及管理手段的现代化。连锁经营是使复杂的业务活动在职能分工的基础上实现相对简单化，把分散的经营活动组合成整体的规模经营，从而实现规模效益的一种经营模式和组织形式。连锁经营是零售业的革命，也是服务业及其他许多行业的经营革命。

随着我国经济的不断发展，国内连锁经营蓬勃发展，但经营存在若干问题。加入 WTO 后，我国零售业及许多行业面临跨国集团的竞争，同时外国零售集团的进入又给我国零售业带来了新的管理模式和经营理念。2004 年底，我国的分销领域全面开放。借鉴国外的先进经验，发展和壮大我国的零售业、服务业等行业，是我国当前面临的当务之急。连锁企业门店的开发与设计是连锁门店经营成功的关键之一，只有对门店的开发计划、商圈分析、店址选择、门店规划、外观设计、商品陈列、开业策划进行全面、系统的标准化设计，才能真正体现连锁经营的优势。运用连锁经营的理论指导我国零售业、服务业等行业的发展，在当前具有重要的现实意义。

本书着重进行探讨连锁开店的理论基础、分析连锁开店的案例成败、汲取连锁开店的实务精髓、把握连锁开店的时代脉搏，并突出以下几个特点：

1) 根据高等教育的特点，设计新的内容体系。随着中国经济的发展，连锁涉及行业也已从商业、餐饮业发展到修配业、经纪业、制造业、文化业、地产业、洗染业、咨询业、IT 业等 70 余个行业。本书力争适应中国连锁业的发展状况。

2) 结合行业教育特点，注重适用性和可操作性。在内容的处理上，做到以基础理论“必需、够用”为原则，突出应用性，注重培养学生动手能力。为此，本书采用了我国大量连锁企业门店的上、中、下三层经常运用的管理模式和操作技巧。

3) 强调案例教学。本书从多行业、多角度阐述连锁网点开发与设计，并在每一章的末尾增加同本章相关案例，供学生在课堂学习时参考运用。

4) 力求在体系上系统完整，内容上通俗易懂，表述上清晰精练。

本书由王吉方确定编写大纲并进行统稿，具体的编写分工如下：第一、第二章由杨叶飞编写；第三～五章和第八章由王吉方编写；第六章、第七章由寇长华编写；平建恒、肖书和、庞德义、王蓓等进行了案例编写。业内资深专家杨元先生对本书进行了审定，并提出了许多宝贵的意见，在此表示衷心的感谢。此外，还要对给予本书编写工作大力支持的领导、专家、学者以及出版社的领导和编辑表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，且事物都在不断地发展，本书难免存在不足之处，恳请广大读者批评指正。

王吉方

2008 年 7 月

项目 1 连锁门店开发与设计概述	1
任务 1.1 连锁与连锁门店	2
1.1.1 连锁与连锁店	2
1.1.2 连锁经营的原则与特征	4
1.1.3 连锁总部与门店	8
1.1.4 连锁门店的类型	10
任务 1.2 连锁门店业态的选择	14
1.2.1 连锁门店业态的选择	14
1.2.2 各种主要门店业态竞争格局	19
1.2.3 门店业态的发展趋势	21
任务 1.3 连锁经营体系成功的基础——样板店	25
1.3.1 样板店的概念	25
1.3.2 建立样板店的作用和程序	25
1.3.3 样板店管理与“Know-How”体系的创建	27
1.3.4 样板店“Know-How”体系创建的十大原则	28
1.3.5 旗舰店	29
项目小结	32
复习思考题	32
实习链接	33
案例分析	33
项目 2 连锁门店开发投资可行性分析	40
任务 2.1 开发可行性报告	41
2.1.1 门店开发可行性研究的相关概念和作用	41
2.1.2 门店开发可行性研究的流程与具体内容	42
2.1.3 门店开发环境分析与评价	44
2.1.4 门店开发投资资金筹集	49
2.1.5 门店开发项目经济评价	54
任务 2.2 开发方案	62
2.2.1 开发方案的规范格式	62
2.2.2 开发方案范例	63
项目小结	73

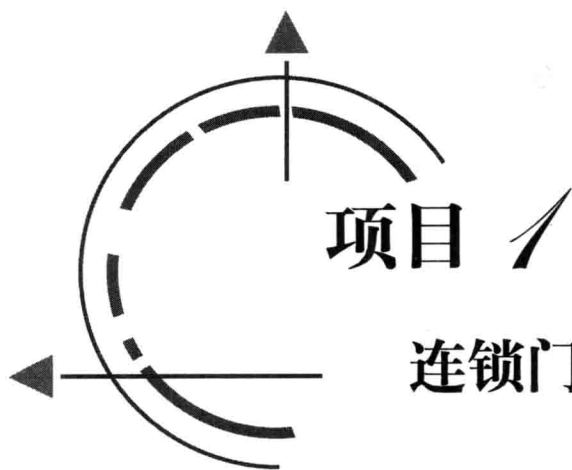
复习思考题	73
实习链接	73
案例分析	74
项目 3 连锁门店开发选址	78
任务 3.1 连锁门店开发规划	79
3.1.1 开发新店的原则	79
3.1.2 开发新店的布点要求	79
3.1.3 新店开发的业态选择	81
3.1.4 开发新店的市场形态	81
任务 3.2 商圈与商圈调查	84
3.2.1 商圈概述	84
3.2.2 商圈调查	90
任务 3.3 连锁门店选址技术	97
3.3.1 连锁门店选址的重要性	97
3.3.2 连锁门店选址应遵循的原则	98
3.3.3 连锁门店选址应考虑的因素	100
3.3.4 连锁门店选址的程序	101
3.3.5 详细的店址评估报告	102
3.3.6 店址选择的注意事项	105
项目小结	108
复习思考题	109
实习链接	109
案例分析	109
项目 4 连锁门店外部设计	115
任务 4.1 连锁店店面设计的原则与风格	116
4.1.1 连锁店铺外观设计的原则	116
4.1.2 店面的风格	117
任务 4.2 连锁店名设计	119
4.2.1 门店命名的原则	119
4.2.2 连锁店名字体设计	121
任务 4.3 店标与招牌设计	123
4.3.1 连锁店店标的设计	123
4.3.2 店铺招牌	127
任务 4.4 连锁店门与橱窗设计	130
4.4.1 连锁店门的设计	130
4.4.2 连锁店铺橱窗的设计	132



任务 4.5 连锁门店外部环境的设计	135
4.5.1 停车场设计	135
4.5.2 连锁店铺周边道路、绿化、相邻建筑协调的设计	137
项目小结	138
复习思考题	139
实习链接	139
案例分析	139
项目 5 连锁门店卖场内部设计	143
任务 5.1 连锁卖场设计	144
5.1.1 连锁店铺卖场的含义	144
5.1.2 连锁店铺卖场设计的意义	144
5.1.3 连锁店铺卖场设计的原则	144
5.1.4 连锁店铺卖场设计的要求	145
5.1.5 卖场布局的基本类型	145
5.1.6 连锁卖场空间布局形态	148
任务 5.2 连锁门店卖场通道与服务设施的设计	152
5.2.1 通道设计	152
5.2.2 收银台设计	154
5.2.3 存包处设计	155
5.2.4 货架设计	156
5.2.5 天花板与墙壁设计	156
任务 5.3 连锁门店照明与声音的设计	160
5.3.1 照明设计	160
5.3.2 声音设计	162
任务 5.4 连锁门店色彩的设计	164
5.4.1 色彩三要素	165
5.4.2 色彩的基本特性	165
5.4.3 店铺色彩设计	167
任务 5.5 连锁门店其他要素的设计	169
5.5.1 气味设计	169
5.5.2 通风设计	170
5.5.3 地板设计	171
5.5.4 POP 设计	172
项目小结	175
复习思考题	175
实习链接	175
案例分析	176

项目 6 连锁门店 CIS 设计	178
任务 6.1 连锁卖场设计概述	179
6.1.1 CI 与 CIS 的含义	179
6.1.2 CIS 的特征	180
6.1.3 MIS、BIS、VIS 三者的关系	182
任务 6.2 连锁门店理念识别系统	184
6.2.1 连锁门店理念识别系统原理	184
6.2.2 连锁门店理念识别系统的作用	185
6.2.3 连锁门店理念形成的途径	185
6.2.4 连锁门店 MIS 构成要素设计	187
任务 6.3 连锁门店行为识别系统	189
6.3.1 连锁门店行为识别系统概述	189
6.3.2 连锁门店内部行为识别系统的构建	191
6.3.3 连锁门店外部行为识别系统的构建	194
任务 6.4 连锁门店视觉识别系统设计	197
6.4.1 连锁门店视觉识别系统	197
6.4.2 VIS 设计的基本程序	198
6.4.3 VIS 应用要素系统设计表	199
6.4.4 VIS 的基本要素设计——标志设计	200
6.4.5 VIS 的基本要素设计——标准字设计	200
6.4.6 陈列展示创新的原则	201
任务 6.5 连锁门店听觉识别系统	205
6.5.1 连锁门店听觉识别系统的概念	206
6.5.2 听觉识别系统的构成	206
6.5.3 听觉识别系统的作用	207
项目小结	209
复习思考题	210
实习链接	210
案例分析	210
项目 7 连锁门店商品陈列设计	218
任务 7.1 连锁门店商品配置策略	219
7.1.1 连锁门店商品布局的原则	219
7.1.2 连锁门店商品布局的影响因素	219
7.1.3 连锁门店商品布局的重要理论	220
7.1.4 连锁门店商品布局的方法	222
任务 7.2 连锁门店商品陈列原则与区域	225

7.2.1 商品陈列的原则与程序·····	225
7.2.2 商品陈列区域设计与货架分段·····	230
任务 7.3 连锁门店日杂货陈列技巧·····	232
7.3.1 日杂货陈列设计·····	232
7.3.2 日配品陈列设计·····	235
任务 7.4 连锁门店生鲜品陈列技巧·····	237
7.4.1 水产品陈列技巧设计·····	237
7.4.2 蔬菜、果品陈列技巧设计·····	239
任务 7.5 连锁门店电器陈列技巧·····	244
7.5.1 电器知识与陈列原则·····	244
7.5.2 电器产品陈列技巧·····	246
项目小结·····	248
复习思考题·····	248
实习链接·····	249
案例分析·····	249
项目 8 连锁门店开业、庆典、创新策略 ·····	252
任务 8.1 连锁门店的营建策略·····	253
8.1.1 连锁门店开业前的相关法律手续·····	253
8.1.2 开业前必备的检查工作·····	255
8.1.3 开业时管理思想的确定·····	256
8.1.4 试营业·····	257
任务 8.2 连锁门店的开业策略·····	263
8.2.1 连锁门店开业的内涵·····	263
8.2.2 连锁门店开业的策略·····	265
任务 8.3 连锁门店的庆典策略·····	276
8.3.1 连锁门店店庆设计的认识·····	276
8.3.2 连锁门店店庆的原则·····	277
8.3.3 连锁门店店庆策略·····	278
任务 8.4 连锁门店调整策略·····	283
8.4.1 连锁门店业务调整·····	283
8.4.2 门店业务调整策略设计·····	285
项目小结·····	290
复习思考题·····	290
实习链接·····	291
案例分析·····	291
参考文献 ·····	299



连锁门店开发与设计概述

教学指导

项目知识目标

- 对连锁以及连锁经营有基本的认识;
- 明确连锁经营的特点;
- 了解连锁经营的各种业态的特点;
- 能够准确描述样板店和旗舰店的功能。

项目技能目标

- 能够初步进行店面业态的选择;
- 掌握设计样板店的技术。

对于一个连锁体系而言，连锁门店的开发与设计是其经营环节中的重要一环。门店承担着连锁企业规模扩大、效益提高、竞争力提升的重要责任。一个连锁企业能否取得成功，与连锁门店的数量、连锁门店运营质量密切相关。门店数量多，可以给连锁企业带来规模上的提高，进而才能谈得上规模效益；门店运营质量高，连锁企业的单店盈利能力强，进而就可以提升连锁企业整体的盈利能力。因此，连锁企业一方面要加快开发门店的步伐，并进行良好的设计；另一方面还应保证所开设的每家门店的运营质量。