

高职高专连锁经营管理专业规划教材

孙前进◎主编

连锁企业 经营管理

孙前进 孙静◎编著

 中国发展出版社

高职高专连锁经营管理专业规划教材

孙前进◎主编

连锁企业 经营管理

孙前进 孙静◎编著



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

连锁企业经营管理/孙前进主编;孙前进,孙静编著.
北京:中国发展出版社,2010.10

(高职高专连锁经营管理专业规划教材)

ISBN 978-7-80234-570-6

I. 连… II. ①孙… ②孙… III. 连锁商店—企业管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 161515 号

书 名: 连锁企业经营管理

主 编: 孙前进

著作责任者: 孙前进 孙 静

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-570-6

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京瑞哲印刷厂

开 本: 787×1092mm 1/16

印 张: 17.75

字 数: 335 千字

版 次: 2010 年 10 月第 1 版

印 次: 2010 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

咨询电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮箱: fazhanreader@163.com

fazhan02@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



总序

P R E F A C E

由北京物资学院北京现代物流研究基地编著的“高职高专连锁经营管理专业规划教材”紧贴我国现代流通业、连锁经营的发展方向与企业动态,具有现代流通理论、国际先进理念、企业实践案例等融为一体的鲜明特色,主要供高职高专连锁经营管理专业师生使用,同时也可作为物流专业师生的教学用书以及从事连锁企业相关工作的人员的参考书。

1. 编写本套教材的迫切性

自20世纪90年代以来,连锁经营在我国显示出了强大的生命力和发展潜力。2002年10月10日,原国家经贸委办公厅制定印发的《全国连锁经营“十五”发展规划》中明确指出,“推进连锁经营是我国流通领域带有方向性的一项改革”。2005年2月1日起施行《商业特许经营管理办法》,2007年5月1日起施行《商业特许经营管理条例》。2007年3月9日,国务院下发的《国务院关于加强发展服务业的若干意见》中明确指出,“提升改造商贸流通业,推广连锁经营、特许经营等现代经营方式和新型业态”。随着我国连锁经营业法规制度的不断完善,我国已涌现出了一批管理规范、效益显著的大型企业集团,同时,良好的投资环境吸引了国外多家连锁业巨头进入中国市场,使就业需求与空间不断扩大。所以,培养一批掌握连锁经营管理基本理论知识和职业技能,面向现代服务业,能在生产、建设、管理、服务第一线胜任连锁经营管理工作的高素质、高技能的优秀管理人才成为该行业的迫切需要。

2. 参考日本连锁企业经营管理的必要性

本套教材结合我国连锁经营的综合环境及具体经营现状,并汲取了日本连锁经营的最新动态及发展经验。日本是一个流通产业非常发达的国家,是全球零售业发达国家之一,其流通产业在战后经济发展过程中重建、发展、成熟和体系化,并成为现代日本经济发展的重要支柱。这对我国零售连锁企业的经营管理有很好的指导与借鉴作用。因此,本套教材参考、引用的相当一部分资料直接来自于日本及其他连锁业发达国家的实践经验、企业网站及教材专著,是一套较为完整、紧贴连锁企业经营活动、紧跟我国流通市场变化的连锁企业经营管理教材。

3. 注重实践性与应用性

本套教材的编写力求突出实践性与应用性,除介绍连锁经营管理的基本原理和方法外,重点介绍了连锁企业经营管理所涉及的具体内容。编者充分考虑到高职教育对实训教学以及学生实践能力培养的要求,结合行业特点,提炼出了连锁经营的知识和技能点。

此外,本套教材的各模块根据教学内容和要求,设计编写了相关案例及思考题、开拓视野等内容,强调实用性和针对性,较好地体现高等职业教育改革对课程教学内容和教材的要求。通过本套教材的学习,为学生从事连锁企业实际管理工作打下基础。

4. 结构合理,内容丰富

本套教材设计新颖,结构合理,内容丰富。《连锁企业经营管理》、《连锁门店开发与选址》、《连锁企业信息系统与管理》、《连锁企业采购与配送管理》和《连锁企业门店管理》自成体系,又相互支撑,从不同的角度讲述了任何一个从事连锁企业经营的管理者都必须要了解 and 掌握重要环节。

本套教材在编写过程中,参考、引证了大量国内外专家学者的宝贵学术成果和资料,浏览了许多国内流通及零售业的门户网站,从而得到了丰富、翔实的资料,在此向各位原作者表示深深地敬意和感谢!

由于编者水平有限,加上时间仓促,教材中难免存在遗漏和不足的地方,恳请广大读者批评指正,也欢迎交流切磋。

联系邮箱: Bw1047@hotmail.com

北京物资学院副教授、商学博士 孙前进
北京现代物流研究基地首席专家

2010年8月



前言

FOREWORD

连锁经营是在流通领域中若干同业商店以统一的店名、统一的标志、统一的经营方式、统一的管理手段连结起来，共同进货，分散销售，共享规模效益的一种现代组织形式和经营方式。其实质是把现代化工业大生产的原理应用于商业流通领域，达到提高协调能力和规模效益的目的。连锁经营在我国沿海地区和部分大、中城市的发展速度逐步加快，日益显示出其经营优势。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》明确提出，要积极发展连锁经营、特许经营、物流配送等现代流通方式和组织形式，要把扩大内需作为推动经济发展的重要方针。在政府的大力支持下，近几年来，连锁经营行业发展迅猛，

目前，我国的连锁商业处于快速发展的阶段，又面临着激烈的国际竞争，加之受经济体制、市场环境、经济实力及经营管理水平等方面因素的制约，使其在发展过程中遇到了不少问题和困难。由于管理水平不能适应连锁经营的发展，使得很多连锁企业虽然在组织形式上实现了连锁，但在经营方式上却没有达到统一的标准，职能分工不合理，缺乏标准化。此外，连锁总部对连锁经营在进货、财务、物流、形象设计等方面的基本要求和内在规律还缺乏深入的研究，因而没有充分发挥连锁经营内在的优势。

经过几年的实践，许多连锁企业已经形成了较完整的营运体系，在店铺发展、配送中心运作、采购系统有效控

制、统一的销售体制推行等方面，都积累了许多适合中国特点的经验，并培养和造就了一些连锁经营方面的管理人才。但是，就整个连锁经营对连锁管理人才的需求来说，这些人才还只是杯水车薪。

连锁行业在管理与运营上的升级，迫切需要一批懂经营、会管理并掌握现代技术装备、有较高素质的管理人才和一大批素质较高的员工。本教材紧紧围绕连锁人才培养目标，将最新的专业理论与实践内容充实进来，具有如下特点：

(1) 涉及面广、内容较为丰富。本教材是对连锁经营的总体性介绍，根据连锁经营企业从业人员的素质模式构建满足企业需求的连锁经营人才能力和知识结构体系。涉及连锁经营概述、连锁企业经营原则与管理策略、商业网络与连锁门店选址、连锁企业特许经营、连锁企业采购与仓储、配送中心管理与配送、连锁企业信息系统及其管理、企业总部业务督导与指导、人力资源管理、企业发展战略等内容。

(2) 以工作过程为导向的编写思路。按照基于实际工作过程的设计思想，以工作过程为载体，培养学习者的综合能力。

(3) 操作技能与管理知识相结合。本教材以高职学生为主要对象，内容既包括连锁企业运营过程中的有关操作技能，也涵盖了连锁企业运营与管理方面的理论知识，为学习者今后承担连锁门店运营与连锁企业总部管理打下了基础。

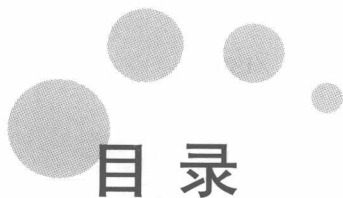
(4) 丰富的案例资料。本教材各模块首先以案例导读引入该模块的内容，通过一个模块的学习，最后以案例分析对该模块进行总结。文中所列举的案例都连锁经营管理方面最新的，供学生参考、运用，提高其分析问题、解决问题的能力。

在编写过程中，编者参考、引用了大量同行、企业界同仁的宝贵资料，在此表示衷心的感谢。本教材不仅可以作为高职高专院校连锁经营管理专业师生的教学用书，也可以作为理论研究者及实际工作者的参考文献。

由于编者学识所限，加上时间仓促，文中难免遗漏和不足之处，恳求读者提出宝贵意见。

编者

2010年8月



目录

CONTENTS

模块一 连锁经营

- 项目一 连锁经营概述 /3
- 项目二 连锁经营的类型及特点 /10
- 项目三 我国的连锁经营现状及发展 /18

模块二 连锁企业经营管理

- 项目一 连锁企业经营管理概述 /28
- 项目二 连锁经营管理与策略 /33
- 项目三 连锁企业门店的管理运营 /43

模块三 商业网络与连锁门店选址

- 项目一 城市商业网络规划 /61
- 项目二 连锁企业分销网点分布及门店选址 /66
- 项目三 典型连锁企业门店选址案例 /75

模块四 连锁企业特许经营

- 项目一 连锁企业特许经营概述 /85
- 项目二 连锁企业特许经营管理 /89
- 项目三 特许加盟的风险规避 /98
- 项目四 我国特许经营的发展现状 /101

模块五 连锁企业采购与库存

- 项目一 连锁企业采购管理 /118

- 项目二 连锁企业库存控制 /125
- 项目三 连锁企业采购与库存成本控制 /130

模块六 配送及配送中心管理

- 项目一 配送及配送中心概述 /141
- 项目二 配送中心建设与管理 /149
- 项目三 典型企业配送中心建设模式 /157

模块七 连锁企业信息系统及其管理

- 项目一 连锁企业信息系统概述 /169
- 项目二 连锁企业信息系统的构建 /179
- 项目三 连锁企业信息系统开发与实施 /186

模块八 连锁企业总部业务督导与外包

- 项目一 连锁企业组织结构与职能 /200
- 项目二 连锁企业总部的业务管理与督导 /206
- 项目三 连锁企业业务外包 /214

模块九 连锁企业员工聘用及培训体系

- 项目一 连锁企业培训体系概述 /225
- 项目二 连锁门店店长培训 /230
- 项目三 连锁门店店员的聘任与培训 /238

模块十 连锁企业发展与供应链管理战略

- 项目一 连锁企业发展战略管理 /250
- 项目二 企业连锁经营的主要战略 /257
- 项目三 连锁企业供应链管理战略 /265

参考文献

模块一

连锁经营

>>学习目标

1. 连锁经营的基本概念与功能
2. 连锁企业的类型及其经营方式
3. 连锁经营在零售业中的重要地位及作用
4. 目前我国连锁经营的现状
5. 连锁经营对我国国民经济的重要意义

【案例导读】

以“麦当劳化”征服世界

“我们用汉堡包和炸鸡腿敲开了中国的大门!”这是美国《时代》周刊对麦当劳和肯德基在华业务迅猛发展的形象评价。

恐怕连麦当劳特许经营店的缔造者——雷克罗克(RayKroc, 1902—1984)自己也没有想到连锁经营所产生的巨大影响。自1955年首家麦当劳店开业,店铺规模连续46年间保持了年平均增长率为11.32%,企业规模达到31667家,企业扩展到全球120多个国家和地区。甚至有社会学家将连锁快餐店的规则逐步主宰美国社会的诸多方面乃至世界其他地域的过程称之为“麦当劳化”。

众多高度麦当劳化的非快餐业公司也在全球性扩张中取得了成功。沃尔玛是世界最大的零售商,在2006年(《沃尔玛年报》统计日期为2006年2月1日至2007年1月31日)的销售额达到3449.92亿美元,营业利润达121亿美元。截至2007年5月11日,沃尔玛已在全球范围内拥有门店6956个(其中美国本土4058个),所雇用的员工超过190万人(其中美国本土超过136万人)。1991年,它在墨西哥建立了第一家国外分店,如今,其国外分店分布在墨西哥、波多黎各、加拿大、阿根廷、巴西、中国、英国等众多国家和地区。在全世界,每周至少有1亿消费者光顾沃尔玛。

同样,一家以瑞典为生产设计基地的家装用品公司——宜家,也通过连锁经营方式在29个国家开办了150余家分店,拥有超过2.86亿的顾客(相当于美国人口总数)。人们可以通过产品目录邮购宜家产品,这些宣传册的印量高达1.18亿册,使用45种语言印刷,印刷量位居世界第二,仅次于《圣经》的印量。

任何一种零售业态的发展变化都是由经济、人口、社会、文化、法律、生产技术等环境条件的变化决定的。例如,百货店是随着城市交通系统的发展,电梯、厚板玻璃的发明,以及愿意接受定价销售的消费者的存在而产生的;超级市场是随着经济危机、汽车和电冰箱的普及,以及食品包装、加工技术和销售方式的革新而产生的。

资料来源: <http://www.chinavalue.net/Article/Archire/2008/1/18/96272.html>。

项目一

连锁经营概述

推进连锁经营是我国流通领域带有方向性的一项改革。自 20 世纪 90 年代以来,连锁经营在我国显示出强大的生命力和发展潜力。特别是“九五”期间,连锁经营在开拓市场、扩大销售、促进产销结合、规范流通秩序、满足消费需求、吸纳就业等方面,发挥了重要作用。“十五”时期是我国国民经济和社会发展的重要时期,加快推进连锁经营的发展,对于改善流通结构,进一步提高流通产业的组织化程度和现代化水平,适应我国加入世贸组织的新形势,促进国民经济健康发展,具有重要的作用和意义。“十一五”时期,基本确立连锁经营组织在流通业中的主体地位。通过引入多元化投资主体、直接融资、加快国有流通资本退出来等途径实现了连锁规模的较快扩张,形成具有较强竞争实力的大型连锁企业。政府鼓励优势连锁企业、批发企业以及优势生产企业采取加盟、特许等方式发展连锁经营,以吸收和整合众多分散经营、传统小型的流通主体。

一、连锁经营的基本概念

1. 连锁经营的定义

连锁经营是一种商业组织形式和经营制度,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,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。

2. 连锁经营的实质

连锁经营是一定时代下的产物,现代大工业的发展、物品的极大丰富、消费者消费理念的转变及流通业的整合,是连锁经营这种经营方式大放异彩。而连锁经营的实质是将社会化大生产的基本原理运用于流通领域,达到增强合作能力和获取规模效益的目的。同时,信息技术流通业的发展应用对连锁经营注入了新的内容。

(1) 网点分散化与服务标准化的统一。连锁经营把专业化经营和分散化开店结合,零售业在适应生产专业化的同时,必须使经营活动适应分散化、多元化的消费特点。连锁商店正是通过众多网点的分散化和其商品经营、销售服务和企业管理标准化的统一,

将现代化大生产与商业经营规模化及消费需求多元化、个性化的有机结合。

(2) 连锁经营与现代化生产相适应。连锁经营与现代化生产相适应表现在于将集中化运货与分散化销售结合起来。传统的零售商业同时承担买卖两种职能，而连锁商店则将两种职能分开，总部集中进货，一方面最大降低成本，另一方面总部采购专业水平的提高。而各成员点分散销售，能享受到集中进货的低成本优势，并在此基础上根据市场竞争状况和消费者的偏好，制定较为灵活的市场战略，可通过近距离经销和服务建立感情纽带，增强消费者对成员企业及整个连锁店系统的信心；还可把商品销售情况及市场信息及时传给总部，有利于总部做出相应的决策。

3. 连锁经营与传统商业经营方式的区别

连锁经营在改造传统商业模式、促进流通现代化、推动现代流通业的发展方面发挥了重要作用，其区别在于以下方面。

(1) 连锁企业不同于商业企业集团。在经营体制上，一般商业企业集团往往并不要求各成员企业实行统一经营，也不像连锁店那样标准化设计——相同的商品结构和服务规模，相反，它们往往依靠差别化的经营，使各个成员企业有不同的经营范围和方式，形成优势互补。在企业管理上，企业集团的每个成员都是独立的法人，可以独立地从事经营活动，连锁企业则不同，连锁商店总部和店铺在专业职能上形成明确的分工，如总部专门负责采购、营销、人事安排与经营管理活动，各店铺则主要从事销售活动，所以店铺与总部联系十分紧密，如果脱离总部，店铺将无法独立运营。

(2) 连锁经营不同于分店式经营。连锁企业采用统一进货、统一经营、统一管理，所辖店铺都执行总部统一制定的经营管理规模标准。而分店一般靠总部投资，各分店独立经营，尽管各店牌子相同，但不一定要求都实行统一管理。分店具有较大的自主权和灵活性。

(3) 连锁经营不同于传统的单店经营。单店指独立经营的店铺，偏向于特色经营，一般规模较小，经济实力较弱，抗风险能力较差。而连锁企业则兼有大企业和子店铺的两方面优势，通过总部把各个店铺联合在一起，实现规模经营。

【开拓视野】

三个重要的概念

1. 业种

业种指所涉及的行业，如零售业，餐饮业，美容美发、洗染等社区服务业，教育培训等其他服务业。

2. 业态

零售业态指零售企业的经营形态,如:食杂店、便利店、折扣店、超市、大型超市、仓储会员店、百货店、专业店、专卖店、家居建材店、购物中心、厂家直销中心、电视购物、邮购、网上商店、自动售货亭、电话购物等。

3. 标准化

在经济、技术、科学及管理等社会实践中,对重复性事物和概念,通过制定、发布和实施标准,达到统一,以获得最佳秩序和社会效益。

二、连锁经营的产生与发展

从 1859 年的第一家颇具规模的连锁商店到 2008 年最大零售连锁集团的沃尔玛以 3780 亿美元的年营业收入占据《财富》杂志世界 500 强之首,连锁经营模式已成为国际商业领域较为成熟、先进的一种经营活动。

1. 连锁经营的产生

具有现代意义的连锁经营产生于美国,至今已有 150 多年的历史,并逐步形成了直营连锁、特许连锁和自愿连锁三种主要形式。

第一家颇具规模的连锁商店是由乔治·F·吉尔曼和乔治·亨廷顿·哈特福特于 1859 年在纽约创办的大美国茶叶公司。在以后的 6 年时间内,该公司发展了 26 家正规店,全部经销茶叶。1869 年,它更名为“大西洋和太平洋茶叶公司”,到 1880 年时已经发展到 100 多家分店的规模了。

在同一时期,另一家通过连锁经营取得成功的公司是“胜家缝纫机公司”,它于 1865 年开始采用“特许经营”分销网络的方式进行产品销售,收到了很好的效果,迅速打开了产品销路,成为该行业的领导者。

2. 连锁经营的发展

20 世纪 50 年代,麦当劳、肯德基引入连锁经营体系,公司得到迅速发展。同时,它们也完善了连锁经营业态。

20 世纪 60~70 年代,连锁经营以其特有的生命力,冲破贸易保护主义的篱笆,从美国向世界各地蔓延。1963 年,日本成立了第一家连锁经营性质的连锁店——“不二家”西式糕点咖啡店,开始抛弃传统的直营式连锁经营业态。20 世纪 70 年代以后,日本的连锁经营以零售业和饮食业为中心迅速发展起来,并形成了自己的连锁经营体系。

从 20 世纪 80 年代开始,全球连锁经营飞速发展,美国几乎每 6.5 分钟就有一家连

锁店开业；在马来西亚、新加坡等国，连锁经营已上升为这些国家的国策。

经过 100 多年的发展，这一经营形式在世界各地得到迅速推广，尤其是日本的连锁店的发展速度更为惊人，以 7-11 为例，1974 年 5 月，日本的 7-11 第一家本土便利商店在东京都江东区开张，根据 7-11 官网的公布，到 2008 年 3 月底，7-11 的本土商店的总店数达到 12105 家，在中国大陆地区拥有 1512 家店铺，并在全世界 18 个国家和地区共拥有门店 35545 家。

【开拓视野】

美国连锁经营的发展

1859 年，美国产生第一家现代连锁企业（太平洋和大西洋茶叶公司）之后 100 多年的发展历程中，连锁经营从零售业拓展到餐饮业、酒店业、汽车业等，带来了零售业的“第三次革命”。从全球范围来看，美国在连锁经营的发展中始终扮演着“领头羊”的角色。迄今为止，美国仍是世界上最发达的连锁经营大国。美国连锁经营的发展大致划分为四个阶段。

1. 创始时代（19 世纪中叶至 20 世纪 50 年代）

第一家连锁店成立之后，就有不少企业相继开业。到 20 世纪 20 年代，连锁经营开始进入快速发展阶段，连锁销售额占到美国零售业比重的 1/4，在 30 年代后进入成熟期。在这一时期，美国连锁经营以“商标商品连锁”为主要方式，而在经营制度上没有统一。

2. 黄金时代（20 世纪 50 年代至 80 年代）

二战后，美国人口大量增长，城市迅速扩大，消费水平大幅度提高，这为连锁经营的发展提供了前提条件。特别是 70 年代以后，美国的铁路、航空、公路运输发展迅猛，高速公路贯通美国，保证了在全国范围内及时、快捷的货物配送。又由于现代高科技日新月异的发展，计算机的普及和运用，为连锁经营的发展插上了腾飞的翅膀。另外，计算机技术的普及，自我服务的销售方式，以及多种营销策略的兼容并蓄，都促成了美国连锁经营在这一时期的高速发展。因此，这一阶段可称之为连锁经营的黄金时代。

3. 发展时期（20 世纪 80 年代）

这是连锁经营进入一个全面开拓和渗透的时期，也称为第三代现代连锁加盟店发展时期。相对于第一代的“传统”和第二代的“现代速食”，第三代的特点是“形式”连锁加盟系统，其特点是将第二代的经营手法多元化，利用连锁经营的优势向其

他行业渗透。这样，不但扩展了加盟业领域，而且将服务业的巨大潜能发挥了出来，特别是商业性服务业连锁崛起，针对企业的各项需求应运而生的服务业成为连锁界的生力军。

4. 全球化时代（80年代后）

这一时期，随着科学技术的发展、信息的迅捷、国家同行业间的经济往来日益密切，连锁经营进入了全球化时代。美国连锁业凭借其雄厚的资金、成熟的技术，进行着海外扩张。

可见，美国的连锁经营是伴随美国社会的发展而发展的，是以消费的增长、交通的发达、科技的进步和市场的竞争为条件的。

三、连锁经营的功能

连锁经营是适应市场经济条件的零售业，是服务实现社会化、现代化和国际化的有效经营方式，是社会经济发展的产物。连锁经营之所以能在竞争激烈的现代市场中占有重要的地位，是与其自身的功能密不可分的。连锁经营的功能主要表现在：扩大规模效应、衔接生产和消费、扩大流通、最大限度地共享资源、创造新的消费点五个方面。

1. 扩大规模效应

连锁经营使零售业摆脱了传统形式对其获得规模效益的束缚，创造了零售业更多获得规模效益的机会和途径。规模效益在零售经营上的运用一般指两种情况：一是单位营业面积和劳动时间内经营量越大，每件商品的平均经营费用越低；二是进货批量扩大，进价下降，企业经济效益随之提高。但这两种情况并没有反映连锁经营的本质特征，而是所有零售形式共有的。

连锁经营的集中、统一，不仅要求在进货环节实现，而且要在销售环节实现。实现销售集中统一的一个重要前提是尽量排除每件商品经营上的不确定性。当连锁企业总部开发设计的同一种经营管理技术被广泛地运用到众多加盟店的经营上时，每个店铺、每件商品成交时用于开发这种技术的费用就会大大减少，运用这种技术的加盟店越多，经销量越大，其负担的平均费用就越少。从这个意义上说，连锁企业成员之间的技术共有是连锁企业规模经济效益的一种实现形式。因竞争之需而实行保密的各种现代化经营技术在企业内部的使用，使连锁经营系统加盟店的发展日益具有社会性。连锁经营中技术诀窍的社会性和开发性，使现代连锁经营的技术优势不但转化为连锁经营系统的经济效益，而且还可以转化为零售业的社会经济效益，从而使商业生产力的迅速发展成为可

能。

2. 衔接生产和消费

连锁企业把资本生产经营的大规模要求同现代消费的分散化特点有机会地结合起来,创造了既不违背零售经营本质要求,又能实现大规模经营的现代化零售形式。在衔接生产和消费方面,连锁经营实现了三个突破。

(1) 专业化经营与分散化设点相结合。由于经济发展水平的不断提高,在买方市场条件下,整个经济运行起决定作用的是市场、消费者和消费需求。因此,零售业在适应生产专业化的同时,必须适应分散化、多元化的消费特点。连锁企业在坚持专业化经营的同时,又正是通过其网点的分散化、商品的标准化的,进一步实现了现代化大生产和消费的结合。

(2) 集中进货和分散销售相结合。传统零售业都是同时承担买卖两种职能,而在连锁经营中,两种职能分别由总部和分店承担。总部集中进货,一方面使总部采购者不断提高选购商品的准确性和科学性;另一方面使连锁企业与生产企业交往时处于较为有利的位置,为更廉价地购进商品提供竞争力和吸引力,从而使连锁企业的购货职能在总体上与现代化的社会相适应。

(3) 零售业组合化程度的提高,促进了产销关系的有序化、规范化和现代化。提高流通业的组织化水平,形成有利于企业展开公平、公开、有效的市场秩序至关重要,也是促进生产健康发展、消费有序运行的一个重要条件。

3. 扩大流通

因为连锁企业多层次组合的组织形式,使得企业的扩展能力大大加强,从而加大了商品流通的规模。连锁企业多层次组织形式的组合,使其在市场扩展方面有着其他零售经营形式不具备的技术、联合优势,这使它迅速地将其经营意志、经营战略在全社会范围内实施。

4. 最大限度地共享资源

连锁经营通过连锁商店网络系统的建立,实现了市场、信息、技术、人才、管理、信誉的内部共享,为社会资源及企业资源的充分利用提供了坚实的经营基础。现代商业的发展对商业企业的内在素质和外在扩展能力提出了更高的要求,从商业企业的角度看,拥有一定高水平的硬件设施并不困难,困难的是在拥有高水平的硬件设施的同时拥有同层次(甚至更高水平)的软件——市场、信息、技术、人才、管理和信誉。连锁经营是一个完整的经营系统,因此,连锁企业的市场及相应的软件在企业内部是可分享的。从这个意义上说,连锁经营就是一种分享经济,正是由于这一特性的存在,连锁企业才真正创立了一个崭新的经营方式,促进着资源的合理分配和充分利用,提高了流通