



全国高职高专教育精品规划教材

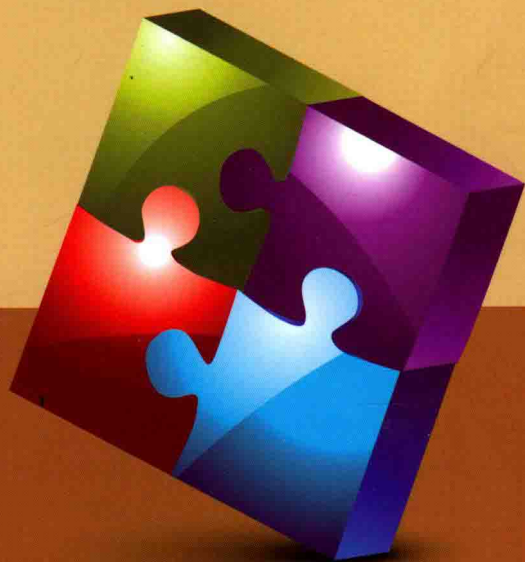
# 连锁企业

# 门店开发与设计

LIANSUO QIYE

MENDIAN KAIFA YU SHEJI

杨晓凌 主编



赠送配套电子课件



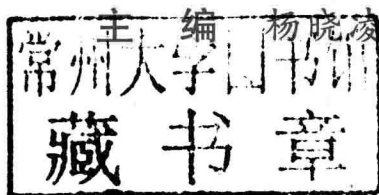
北京交通大学出版社

<http://www.bjtu.com.cn>

全国高职高专教育精品规划教材

---

# 连锁企业门店开发与设计



北京交通大学出版社

· 北京 ·

## 内 容 简 介

连锁经营已经成为美国等西方发达国家的商业及服务行业普遍采取的经营方式,中国经济增长带动零售业整体迅速发展,中国正成为世界第二大零售市场。连锁经营业逐渐在各种业态中应用,成为我国市场上最为流行的经营方式。

本书是以连锁经营管理专业就业面向零售企业企划部——门店开发岗位工作任务所需的相关专业知识与必要技能为依据设计的。遵循门店开发设计发展规律,选择以连锁门店开发投资可行性分析、连锁门店选址、连锁门店外部设计、连锁门店卖场内部设计、连锁门店商品陈列设计、连锁门店开业6个步骤作为学习情境,每个学习情境均能体现该岗位的典型工作任务。

本书可作为高职高专院校连锁经营管理专业及相关专业学生学习使用。

版权所有,侵权必究。

## 图书在版编目(CIP)数据

连锁企业门店开发与设计/杨晓凌主编. —北京:北京交通大学出版社,2013.8  
(全国高职高专教育精品规划教材)

ISBN 978-7-5121-1578-1

I. ①连… II. ①杨… III. ①连锁店-企业管理-高等职业教育-教材 IV. ①F717.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第191117号

责任编辑:熊 壮

出版发行:北京交通大学出版社

电话:010-51686414

北京市海淀区高梁桥斜街44号

邮编:100044

印刷者:北京泽宇印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:7.5 字数:173千字

版 次:2013年8月第1版 2013年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-1578-1/F·1233

印 数:1~4 000册 定价:18.00元

---

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。  
投诉电话:010-51686043,51686008;传真:010-62225406;E-mail:press@bjtu.edu.cn。

# 全国高职高专教育精品 规划教材丛书编委会

主任：曹 殊

副主任：武汉生（西安翻译学院）  
朱光东（天津冶金职业技术学院）  
何建乐（绍兴越秀外国语学院）  
文晓璋（绵阳职业技术学院）  
梅松华（丽水职业技术学院）  
王 立（内蒙古建筑职业技术学院）  
文振华（湖南现代物流职业技术学院）  
叶深南（肇庆科技职业技术学院）  
陈锡畴（郑州旅游职业学院）  
王志平（河南经贸职业学院）  
张子泉（潍坊科技学院）  
王法能（青岛黄海学院）  
邱曙熙（厦门华天涉外职业技术学院）  
逯 侃（步长集团 陕西国际商贸学院）

委 员：黄盛兰（石家庄职业技术学院）  
张小菊（石家庄职业技术学院）  
邢金龙（太原大学）  
孟益民（湖南现代物流职业技术学院）  
周务农（湖南现代物流职业技术学院）  
周新焕（郑州旅游职业学院）  
成光琳（河南经贸职业学院）  
高庆新（河南经贸职业学院）  
李玉香（天津冶金职业技术学院）  
邵淑华（德州科技职业学院）  
刘爱青（德州科技职业学院）  
宋立远（广东轻工职业技术学院）  
孙法义（潍坊科技学院）  
颜 海（武汉生物工程学院）

# 出版说明



高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，其根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基础知识和职业技能，因此与其对应的教材也必须有自己的体系和特点。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教育改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全中国范围内组织并成立了“全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员所在单位皆为教学改革成效较大、办学实力强、办学特色鲜明的高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证精品规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“全国高职高专教育精品规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师和专家。此外，“教材编审委员会”还组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所列选教材进行审定。

此次精品规划教材按照教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”而编写。此次规划教材按照突出应用性、针对性和实践性的原则编写，并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必需、够用为尺度；尽量体现新知识和新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们真心希望全国从事高职高专教育的院校能够积极参加到“教材研究与编审委员会”中来，推荐有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践的意见和建议，及时反馈给我们，以便对出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有精品规划教材由全国重点大学出版社——北京交通大学出版社出版。适应于各类高等专科学校、成人高等学校、高等职业学校及高等院校主办的二级技术学院使用。

全国高职高专教育精品规划教材研究与编审委员会

2013年8月

# 总 序

历史的年轮已经跨入了公元2013年，我国高等教育的规模已经是世界之最，2010年毛入学率达到26.5%，属于高等教育大众化教育的阶段。根据教育部2006年第16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》等文件精神，高职高专院校要积极构建与生产劳动和社会实践相结合的学习模式，把工学结合作为高等职业教育人才培养模式改革的重要切入点，带动专业调整与建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革。由此，高职高专教学改革进入了一个崭新阶段。

新设高职类型的院校是一种新型的专科教育模式，高职高专院校培养的人才应当是应用型、操作型人才，是高级蓝领。新型的教育模式需要我们改变原有的教育模式和教育方法，改变没有相应的专用教材和相应的新型师资队伍的现状。

为了使高职院校的办学有特色，毕业生有专长，需要建立“以就业为导向”的新型人才培养模式。为了达到这样的目标，我们提出“以就业为导向，要从教材差异化开始”的改革思路，打破高职高专院校使用教材的统一性，根据各高职高专院校专业和生源的差异性，因材施教。从高职高专教学最基本的基础课程，到各个专业的专业课程，着重编写出实用、适用高职高专不同类型人才培养的教材，同时根据院校所在地经济条件的不同和学生兴趣的差异，编写出形式活泼、授课方式灵活、引领社会需求的教材。

培养的差异性是高等教育进入大众化教育阶段的客观规律，也是高等教育发展与社会发展相适应的必然结果。也只有使在校学生接受差异性的教育，才能充分调动学生浓厚的学习兴趣，才能保证不同层次的学生掌握不同的技能专长，避免毕业生被用人单位打上“批量产品”的标签。只有高等学校的培养有差异性，其毕业生才能有特色，才会在就业市场具有竞争力，从而使高职高专的就业率大幅度提高。

北京交通大学出版社出版的这套高职高专教材，是在教育部“十一五规划教材”所倡导的“创新独特”四字方针下产生的。教材本身融入了很多较新的理念，出现了一批独具匠心的教材，其中，扬州环境资源职业技术学院的李德才教授所编写的《分层数学》，教材立意很新，独具一格，提出以生源的质量决定教授数学课程的层次和级别。还有无锡南洋职业技术学院的杨鑫教授编写的一套《经营学概论》系列教材，将管理学、经济学等不同学科知识融为一体，具有很强的实用性。

这套系列教材是由长期工作在第一线、具有丰富教学经验的老师编写的，具有很好的指导作用，达到了我们所提倡的“以就业为导向培养高职高专学生”和因材施教的目标要求。

教育部全国高等学校学生信息咨询与就业指导中心择业指导处处长

中国高等教育学会毕业生就业指导分会秘书长

曹 殊 研究员



## 前 言

连锁经营是一种现代流通组织形式和经营方式，是现代商业和服务业发展的基本方向。美国等西方发达国家的商业及服务业普遍采取连锁经营的方式，连锁经营的方式不仅扩展到零售业、餐饮业和服务业等各种行业，还渗入到零售业的各种业态中。中国经济增长带动零售业整体迅速发展，中国正成为世界第二大零售市场。国家统计局公布的数据显示，2011年中国消费平稳较快增长，热点商品销售旺盛。全年社会消费品零售总额181 226亿元，同比名义增长17.1%，扣除价格因素实际增长11.6%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额156 908亿元，增长17.2%；乡村消费品零售额24 328亿元，增长16.7%。按消费形态分，餐饮收入20 543亿元，增长16.9%；商品零售160 683亿元，增长17.2%。其中，金银珠宝类增长42.1%，日用品类增长24.1%，家具类增长32.8%，石油及制品类增长37.4%，建筑及装潢材料类增长30.1%。

连锁经营产业的快速发展给商品流通管理和服务业带来了大量的人才需求，由于行业发展过快，连锁经营行业正在面临人才荒，其中尤为稀缺的是管理型人才。导致人才缺乏的原因，一方面是连锁经营人才储备严重不足；另一方面是人才培养机制不足，企业内训耗时长、花费大，跟不上企业发展的步伐。一般说来，培养一个部门经理级中层管理人员需要好几年时间，而一个经理要培养成店长至少又需要3年左右的时间。因此，目前福建省实际培养总能力还不足人才需求的1%。福建连锁批发和零售、餐饮业不断向集约化、组织化、现代化方向发展，形成了多种所有制、多种业态、多种连锁方式并存的格局。因此对连锁经营管理专业人才的要求主要如下：掌握连锁经营管理的基本理论、基础知识和基本技能，能在各行业的连锁工商企业从事市场调查研究、连锁推广、商务谈判、商品购销业务、连锁店营销策划与管理、店面运营管理、连锁店电子商务运营与管理、连锁店物流与配送管理、公关与广告策划等经营管理工作，具有经营策划能力、运营管理能力、公共关系能力、商务谈判能力，熟悉国际、国内市场，懂得商品知识，能胜任营销管理与策划工作。

2006年国家启动了示范校建设项目，教育部教高〔2006〕16号文明确提出：“要积极推行与生产劳动和社会实践相结合的学习模式，把工学结合作为高等职业教育人才培养模式改革的重要切入点，带动专业调整与建设，引导课程设置、教学内容和教学方法改革”。“加大课程建设与改革的力度，增强学生的职业能力。课程建设与改革是提高教学质量的核心，也是教学改革的重点和难点。高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内

容”。

因此，本书在深入行业企业调研，分析连锁企业门店开发与设计的工作过程，了解企业的岗位设置和人才需求情况，探讨连锁企业门店开发岗位的理论基础，分析具体工作任务，汲取连锁门店的实务精髓、并突出以下几个特点。

(1) 根据工作导向划分学习情境。打破连锁经营管理专业传统学科课程模式，采用以行动为导向的项目式教学课程模式。根据连锁经营企业的实际工作过程，开展广泛调研，在传统教材内容的基础上，采用工作过程系统化的课程开发技术，遵循工学结合、培养高端技能型专门人才的职业教育理念，确定本课程学习目标和学习情境设计。让学生在情境中学习并掌握相关知识和技能，培养学生实际操作能力、解决问题的能力，发挥学生的创造力。

(2) 突出培养学生的综合素质和可持续发展能力。在每一个学习情境中，根据学习内容的多少，按每个工作任务的具体工作步骤，可设计若干学习子情境，由浅入深，由易及难，循环上升。理论知识的选取则紧紧围绕项目任务完成的需要来进行，重视对学生职业能力的训练。通过校企合作和工学结合，充分开发教学资源，给学生提供丰富的实践机会，突出培养学生的综合素质和可持续发展能力。

本书主要编者杨晓凌目前就职于福建信息职业技术学院，多年来担任连锁经营管理专业专业课程的教学工作，并具有丰富的连锁经营企业实践的经验。本书结合编者多年来的教学成果和实践案例编写而成，在此诚挚感谢参与课程调研的各位往届学生，感谢他们提供了翔实的数据和分析作为参考模板。

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。

杨晓凌

2013年6月



# 目 录

学习情境一 连锁门店开发投资可行性分析.....	1
学习情境二 连锁门店选址 .....	12
学习情境三 连锁门店外部设计 .....	31
学习情境四 连锁门店卖场内部设计 .....	50
学习情境五 连锁门店商品陈列设计 .....	73
学习情境六 连锁门店开业策略 .....	93
参考文献.....	110

## ◎ 学习情境一

# 连锁门店开发投资可行性分析



### 【知识目标】

- 对门店开发投资的可行性研究有一个全面的认识；
- 掌握门店开发投资可行性研究的主要研究内容；
- 掌握门店开发投资可行性研究的技术方法。



### 【能力目标】

- 学会撰写简单的门店开发投资可行性分析报告；
- 进行门店开发投资的不确定性分析。



### 【任务布置】

任务：结合本地连锁企业的开店案例，分析开店的可行性，并撰写门店开发投资可行性分析报告。



## 【知识准备】

# 一、连锁门店开发投资项目可行性研究的基本概念

## 1. 门店开发投资项目可行性研究的概念

所谓可行性研究，是指在建设项目投资决策前对有关建设方案、技术方案和生产经营方案进行的技术经济论证，判断其可行或不可行的一种科学方法。是项目投资建设的重要环节，是项目投资决策中必不可少的工作程序。

门店投资项目的可行性研究是指投资者在开设一家门店前，对开设所需的资金、商业业态、建设规模、店址的确定等可能的投资方案，进行全面的分析，论证项目投资的必要性、财务上的营利性和经济上的合理性，从而为投资决策提供科学的依据。

## 2. 门店开发投资项目可行性研究的作用

对于门店开发投资项目进行可行性研究的主要目的在于为投资决策从市场、社会、技术、经济等多方面提供科学依据，以提高投资决策的水平，提高项目的投资经济效益。具体来说，有以下作用。

(1) 作为门店投资决策的依据。开设一家门店成功与否及效益如何，会受到社会的、自然的、经济的、技术的诸多不确定因素的影响。而项目的可行性研究，有助于分析和认识这些因素，并依据分析论证的结果提出可靠的或合理的建议，从而为项目的决策提供强有力的依据。

(2) 作为向银行等金融机构或金融组织申请贷款、筹集资金的依据。一家门店，尤其是大型门店开发需要的投资数额较大，资金的筹集往往要借助于银行等金融机构。而银行等金融机构给一个项目融资的依据就是项目的可行性报告，根据对其可行性研究进行细致全面的分析评估后，才能确认是否给予贷款。

(3) 作为编制设计和进行建设工作的依据。在项目可行性研究报告中，对项目的建设方案、经营方案、建设规模、场址、流程、主要设备和总图布置等作了较为详细的说明，因此，在项目的可行性研究得到审批后，即可以作为项目编制设计和进行建设工作的依据。

(4) 作为签订有关合同、协议的依据。项目的可行性研究是项目投资者与其他合作单位进行谈判，签订承包合同、购销合同、原材料供应合同、销售合同的重要依据。

(5) 作为项目完成后进行评价的依据。项目可行性研究作为项目完成后全评估的参照物、对照标准，尤其是其中有关效益分析的指标，无疑是项目完成后评价的重要依据。



(6) 作为组织管理、机构设置、劳动定员的依据。

(7) 作为向政府和规划部门申请建设执照的依据。

### 3. 门店开发投资项目可行性研究的基本内容

(1) 宏观投资环境分析。任何投资活动都是在一定的环境中进行的，应不应该投资、如何投资、投资效果如何都要受到环境中各种因素的影响。因此，投建一家门店首先要对投资环境进行深入透彻的分析，通过分析找出不利与有利因素，寻求投资机会，以便决定是否进行下一步。宏观投资环境分析包括国内相关行业发展现状分析、未来几年影响行业发展的宏观因素分析、未来几年影响行业发展的国际环境分析。

(2) 地区行业概况分析。其中包括该地区的商业特点、整体发展状况和趋势、商业网点布局及规模、各种零售业态的优势及劣势比较、外商进入情况等。

(3) 地区市场需求情况调查和预测、包括投资地区人口数量、人口结构、收入水平、消费习惯、对各种商品的需求量等情况的调查和预测。

(4) 地区主要门店的竞争状况调查分析。俗话说“知己知彼，百战不殆”，对拟建设地区的竞争情况进行深入的调查研究是项目可行性研究的一项重要内容，也是决定门店能否成功的关键因素。

(5) 门店业态选择和经营规模分析。如果是直营连锁，连锁总部可以根据上述的调查结果，结合自己的资金实力及经营能力等因素，来确定拟建门店的经营业态和门店规模。

(6) 门店选址分析。门店的选址是一项大的、长期的投资，关系到店铺的发展前途，是门店经营目标和制定经营策略的重要依据；店址选择是否得当，是影响门店经济效益的重要因素，是门店市场形象的表现和基础。

(7) 门店卖场布局策划方案的分析。门店卖场布局策划是指对门店实体的内部和外部进行科学、合理、艺术的设计，从而形成一种巨大的商业活动氛围。门店的布局是否科学、合理、艺术将对门店日后的经营效果产生重大影响。

(8) 门店经营策略分析。其中包括组织机构的设计、商品组合策略、价格策略、促销策略、服务策略等。选择好各种策略是门店今后经营成果的基本保障。

(9) 投资估算和筹资方案分析。准确地估算项目所需投资额及选择合适的筹资渠道，是影响门店经济效益的重要因素。

(10) 经济评价。门店投资的主要经济评价是财务评价，通过财务评价，分析测算项目的效益和费用，考察项目的获利能力、清偿能力等财务状况，据以判断项目在财务上的可行性。

(11) 门店开发可行性结论。在上述综合分析评价的基础上，对项目进行综合分析和论证，提出综合性的分析评价意见。包括门店是否有开发的必要；门店开发的物质条件、基础条件和资金条件是否具备，店铺规模；所选技术、设备是否先进、安全、适用、配套、可靠；项目投资后的财务效益等。

总之，可行性研究就是通过对建设方案的综合分析评价与方案选择，从技术、经济、社



会及项目财务等方面论述建设项目的可行性，推荐可行性方案，提供投资决策参考，指出项目存在的问题、改进建议及结论意见。

## 二、连锁门店开发投资可行性环境分析

### 1. 门店开发投资环境的概念

门店的投资环境是指对投资在某一区域内的门店的投资项目所要达到的目标产生有利或不利影响的外部条件。它包括区域范围内的社会政治、经济、法律、文化、自然地理、基础设施、服务等综合条件。

### 2. 门店开发投资环境的类型

#### 1) 按投资环境存在的物质形态进行划分

(1) 硬环境。是指有具体的物质形态的外部物质条件，如交通运输系统、邮电通信、动力能源、环境保护、住宅、商业网点、文化教育、医疗卫生、娱乐旅游、服务设施、自然地理条件等。

(2) 软环境。是指没有具体物质形态，无形的条件，如政治环境、经济条件、管理条件、人口素质、政策优惠等。

#### 2) 按投资环境存在的范围不同进行划分

(1) 宏观环境。是指从整个国家角度考察的环境，如国家的政策、发展、生产力、思想文化、国外的形势等。

(2) 中观环境。是指从地区和行业考察的投资环境，如地区经济水平、地区生产力水平、地方政府的管理水平和办事效率、地区基础设施状况、自然资源、行业发展规模及水平、行业竞争状况、行业法规、行业发展趋势、相关行业情况等。

(3) 微观环境。是指企业内部环境分析，如经营场地、库房、设备、供应商情况、资金状况、门店管理水平、员工状况等。

### 3. 门店开发投资环境的特征

#### 1) 综合性

投资环境是由众多因素以一定的结构和方式相互联系、相互制约、相互作用，构成的多维、多元、多变量、多层次的综合性系统。在这个系统中有的因素起决定作用，有的起次要作用。因此，在分析利用投资环境时，必须从整体出发，根据整个环境状况进行决策。

#### 2) 区域性

由于各地区发展生产的有利条件不同，逐渐形成了具有不同主导产业的区域经济。这就



导致在不同区域内进行投资，其投资环境必然体现该区域的特点。

### 3) 动态性

投资环境本身处于不断运动和变化之中，构成投资环境的诸因素也都不是一成不变，而是随时间推移不断发展变化的，这种动态性，要求投资者不仅要全面考虑投资环境的现状，而且要分析和预测未来的可能变化。

### 4) 差异性

同一投资环境，对不同的投资项目会有不同的影响，产生不同的吸引力，了解这种差异性，便于投资者根据一定地域投资环境的特点，有针对性地安排投资项目，最大限度地发挥各地的优势，以取得最大的投资效益。

## 三、连锁门店开发投资构成分析

### 1. 固定资产投资

固定资产投资主要是指项目从开始建设到建成为止这段时间里，用于购置和形成固定资产的投资额。门店的固定资产投资金额较大，一般要占总投资额的80%左右，因此固定资产投资管理得如何对门店财务成果影响较大。而且固定资产一般使用年限长，一旦投入往往难以改变，投资决策成功与否对门店未来的发展方向、发展速度和获利能力都有重大影响。

连锁门店的固定资产一般分为营业用固定资产和非营业用固定资产。营业用固定资产是指直接参加经营过程或服务于门店经营过程的固定资产，如房屋建筑物、机器设备、电梯、卫生设备、环境设施、货架、空调、收银机等设施设备。非营业用固定资产是指不直接服务于门店经营的固定资产，如职工休息室、食堂、行政设施、办公设备等。

### 2. 流动资产投资

流动资产是指可以在一年或长于一年的一个营业周期内变更或加以运用的资产，一般包括现金、银行存款、短期投资、应收账款和存货等。流动资产投资是指为形成投资项目所需流动资产而垫付的流动资金。流动资产是门店拥有的各项资产中最具流动性、变现能力最强的资产，对其估算准确与否及在经营中运用是否合理和恰当，直接影响到门店的经济效益和经营成败。

(1) 现金。就是货币资金，是门店各项资产中流动性最强的一项资产。作为标准支付手段，门店需要用现金去支付经营过程中发生的各项费用开支。要求在经营中门店必须维持充足的现金量，以保证门店资产的顺利周转，维持正常的经营活动。

(2) 门店的短期投资。是指门店购入各种能随时变现或转让的债券或股票等有偿证券，获取一定的利息或股利收益的行为。



(3) 应收及预付款项。是指门店所拥有的将来收取货币资金或得到商品和劳务的各种权利。在目前商业经营中为了鼓励消费、同时方便顾客、加强门店的市场竞争力,赊销商品与劳务已成为一种重要业务方式,赊销额在门店日常营业额中占的比重也越来越大。

(4) 存货。是指门店在经营过程中为销售或耗用而储存的商品、各类材料、燃料、包装物和低值易耗品等。

### 3. 无形资产投资

无形资产是指门店长期使用而没有实物形态,能够在门店经营中长期发挥作用的权利、技术等特殊资产,一般包括专利权、商标权、商誉等。

### 4. 递延资产投资

递延资产投资是指在财务管理中不能计入当年损益,应当在以后年度分期摊销的各种费用,包括开办费、装修费、装潢费、以租赁方式租入的固定资产改良支出等。



## 【任务模板】

### ××市××区新盛花园水果超市可行性分析报告

#### 一、筹建项目总述

水果超市是分类商品便利店的一种形式,它的出现能够满足消费者对商品低价、便利、时尚、诚信、高品质的需求,能够与当前综合性超市和水果摊的形式形成竞争,并具备较多优势,可望形成主流消费模式。水果超市在上海等发达城市已经出现多年,而对于××市来说,目前还处在新兴行业的状态,具有发展前景。

本报告将着重于分类商品便利店中的水果便利店为主要研究对象,试图分析和挖掘市场,掌握开设水果连锁超市的可行性方案。从小规模的零售行业特点入手,结合××市近年来的零售业态的发展历程,针对消费者对水果这种别具意义的消费品的购买习惯,并分析针对与竞争对手之间的优劣态势,来说明项目具体的可行性,并对选址、店内布置、人员配比等方面给出建议。

#### 二、筹建目的及意义

超市是超级市场(Supermarket)的简称,属于零售业中一种以实行自助服务和集中式一次性付款为特点的销售方式。超市的出现,便以其综合优势和合理性获得社会的普遍认可,成为一种风行全球的商业业态,被称为零售业的一场革命性变革。

任何一个产业的发展,都离不开自身的正确定位,即恰当地确定其在消费者心中的位置、在市场的位置,以及在产业空间的位置。

社区便利店,是近几年迅速发展起来的一种零售业态。它以连锁店形式开设在社区内,其营业面积不大,商品种类不多,规模相对较小,属于小型简易商店类,但是便利店自有其特点。



一是营业时间长（许多便利店都采用24小时全日制形式），填补超市和一般商店营业时间较短的空缺。

二是供应的商品都是常用的、高回转率的、易消耗的，这既面向最广大消费群体日常的小额消费，也是便利店大量进货、降低成本的关键。

三是满足了消费者就近购物、低价购物、诚信购物的消费需求。社区便利店将是继大型百货超市后，又一种新兴的零售业态，是零售业发展的趋向。

筹建新盛花园水果超市，是作为××市水果连锁超市的一个起点。在方便周围居民的同时，更好、更快地扩大社会影响，做好市场调查、开拓的前期工作。

### 三、筹建计划分析

#### （一）优势分析

##### 1. 区位优势

新盛花园水果超市位于××区新盛花园新村入口处的商住楼，离商业街××商城仅一路之隔，周边是××经济开发区较为成熟成型的城市商业繁华中心及菜市、餐饮、娱乐中心，聚集着较大的市场“财源”和市场开发潜力。且当前商区中，未有主打水果超市的店面存在，具有水果超级市场理念的属独一家。

##### 2. 人气优势

新盛花园周边有公交苑、吴中花园、碧波花园、吴中商城、吴中汽车站、碧波中学等单位。核心商圈常住居民达7 000多户。同时，碧波菜场又具有旺盛的人气，进入菜市及路经超市门前的流动人口较多。人气优势良好。

##### 3. 场地优势

（1）该场地面积50平方米，与商圈的销售前景及预估相吻合。

（2）该场地成规整的正方形，有利于卖场规划布局。

（3）该场地已作装潢商用，无须投入过多的装潢资本，搬入即可开业。

##### 4. 客源优势

目标店商圈范围内常住客源均为收入中上水平的居民，购买力较好。而且，流动性客源也带有一定销售目的，这是影响目标店销售的最直接的利好因素。

#### （二）劣势分析

##### 1. 场地劣势

（1）目标店略偏离主街道。除新盛花园外，离其他居民区有一定距离，对吸引流动性客源多少有些影响。

（2）目标店临街外围均为小商铺，不利于开发广告资源，势必造成营业外收入的相应减少。

（3）目标店租金略偏高（是相对于经营超市而言的，实际上这一地段的租金已属于较低租金）。

##### 2. 竞争劣势

目标店旁是较成熟的碧波菜场及吴中商城华润卖场等，因此，筹建的新盛花园水果超市





应寻找出自身的经营特点，与其实行错位经营才能达到吸引顾客的效果。

### （三）经营定位

综合以上优劣势，经过综合评估，确定目标店的经营运作定位：24小时水果专营超市。

### （四）店面规划与费用投入

#### 1. 店铺的装修与布置

出于成本预算及市场定位的考虑，店铺的装修与布置花费不用盲目过大，可找寻差异性方式进行店面美化。加之店面已有基本装潢，只需稍加整理即可。

（1）色调。店内色调应该按照不同的区域的功能实施不同的色调装修，针对春、夏季的水果陈列区应当以冷色调的中性色为主，多采用粉蓝色、亮绿色、浅紫色为主；而其他区域应该以暖色调为主。再配合水果本身不同的颜色对比，陈列出令人耳目一新的感觉。尽量将色差大的同类水果摆放在一起。

（2）布置。利用藤蔓式、枝节式的装饰植物进行闲置区的装饰，避免给人感觉店内布局轻重不一、形式单一。四周与天花板加装镜面，使水果店看上去品种更加繁多、琳琅满目，吸引顾客眼球。

（3）灯源。适当地利用灯源可以较好地体现水果质感，增强卖相。

#### 2. 店铺的硬件与人员配置

##### （1）硬件建议。

① 电子喷雾器：利用电子喷雾器对某些高端、易氧化、易脱水的水果进行加湿，保持其新鲜程度，并增加店内视觉冲击力，提高销售额。

② 地磅：用于大批量水果称重使用。

③ 水果陈列排挡：针对不同的水果，进行不同的陈列方式，就需要不同的陈列排挡。一般果类水果以倾斜30度左右的排架陈列，而香蕉、芒果、瓜类以分层式排挡陈列。

④ 冷藏陈列柜：冷藏陈列柜的温度通常应控制在 $0^{\circ}\text{C} \sim 4^{\circ}\text{C}$ ，用于不宜保存的、需二次包装陈列或者避免损耗的水果陈列。

⑤ 放心秤：店内除了销售用秤，还要摆放1个放心秤，供大家使用。

⑥ 冷库设备：开辟单独一间作为冷库使用，安置制冷设备严格控制温度，用于储藏水果，延长销售期。

⑦ 收款台：负责为消费者提供结账服务。

⑧ 货运汽车：负责进货、送货等。

⑨ 其他：立式空调机、门面招牌、消防设备。

（2）人员配置建议。一个50平方米左右的水果超市人员配比如下：收银员2人，补货员4人，店长1人，主管1人，维修1人（可兼职），司机1人。

#### 3. 水果超市开业与日常费用

（1）此店面一年租金5万元，办理执照、简单装修、置办水果架、招牌等费用大概需要2万元；买两台冰柜要3000元左右；进货和周转资金1万元左右；人工、水电、税费