

第一章

连锁经营概述

连锁经营最早是在西方市场经济发达国家兴起和发展的，它的出现使流通产业发生了一场深刻的革命，对推动生产、引导消费、完善有序竞争的流通秩序，起了巨大的作用。本章将重点介绍连锁经营的概念，连锁经营的实质与特征，连锁经营的历史发展。

第一节 连锁经营的基本概念

在介绍连锁经营之前，必须对连锁经营的概念有一个基本的了解。

一、连锁经营的概念

连锁经营是当今世界上许多国家普遍采用的一种现代化的商业经营形式和组织形式。连锁商店则是这种经营形式和组织形式

的存在方式。

连锁商店是指众多小规模、分散的、经营同类商品和服务的零售企业，在核心企业（总部）的组织领导下，采取共同的经营方针、一致的营销行动、实行集中采购和分散销售的有机结合，通过规范化的经营，实现规模经济效益的联合体。

连锁商店在概念上具有四个鲜明的一致性。即：

1 经营理念的一致性。经营理念是企业经营方式、经营构想等经营活动的依据。连锁商店不论其所辖店铺多少，都必须持有共同的经营理念，这一经营理念完全着眼于消费者，从消费者的立场出发来发展企业，即为消费者提供“舒适的购物环境”、“便捷的服务”、“衷心的感谢”、“流行的消费”等。

2 企业识别系统及经营商标的一致性。连锁商店要在众多店铺中建立统一的企业形象。这种统一设计的企业识别系统和经营商标，不仅有利于消费者识别，购买连锁店的商品，更重要的是有利于让消费者认同本企业，对企业产生依赖感。

3 商品及服务的一致性。连锁店中各店铺经营的商品是经过精心挑选的，即按照消费者的消费需求作最佳的商品组合，并不断更新换代；提供的服务也经过一致的规划，对所有店铺的服务措施进行统一规范，使消费者到任何一家店铺，都保证可以享受到连锁店所提供的一致商品和一致的服务。

4 经营管理的一致性。连锁店在经营战略、经营策略上实行集中管理。即由总部统一规划，制定规范化的经营管理标准，并下达给各店铺认真执行。

连锁商店就是在上述四个一致性的前提下，形成专业管理及集中规划的经营组织网络，利用协同效应的原理，使企业资金周转加快、议价能力增强、物流综合配套，从而取得规模效益，形

成较强的市场竞争能力，促进了企业的快速发展。

二、连锁商店与传统商业企业经营方式的区别

连锁商店与传统商业企业在经营方式上有着重大的区别。

（一）连锁商店不同于商业企业集团。连锁商店是一种集团化的经营，它是在一个总公司控制之下的若干零售商店的集团组织形式。在从事商业活动，实行分散经营、集中管理上，二者有着许多相似之处，因此许多企业集团的管理方法都可以在连锁经营中得到运用。但二者的区别又是十分明显的。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，不象连锁店那样有标准化的设计，有相同的商品结构和服务规范。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企业都是独立的法人，可以独立地从事经营活动。连锁商店则不同，连锁店总部与店铺在专业职能上有明确的分工，如总部专门负责采购、营销、人事安排等经营管理活动，而各店铺则主要从事销售活动，所以店铺与总部的联系十分紧密，如果脱离总部，店铺将无法从事经营活动。

（二）连锁商店不同于分店式经营。连锁商店是采用统一进货、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范标准的经营形式。而分店一般是由总部投资，各分店独立经营，尽管各店的招牌相同，但并不要求都实行统一管理。分店具有较大的自主权和灵活性。但是，分店发展到一定的程度，就要受到资金、人员等的制约，扩展难度较大，规模效益也不明显。所以不少分店式经营企业在发展到一定程度以后，最终都采取规范化的连锁经营形式。

（三）连锁商店不同于传统的单店经营。单店是独立经营管

理的店铺，大多具有一定的经营特色，偏向于特色经营；连锁商店是从单店向多店铺发展的，但由于连锁店实行分散经营和集中决策的管理体制，经营业务由总部集中决策，统一控制，分散销售，因而连锁店兼有大企业与小店铺两方面的优势。一方面，连锁商店整体作为一个大企业，有规模经营的各种优势；另一方面，由于其所属的店铺，实行分散经营，深入到居民区与消费者中间，它又具有小店的渗透优势。总起来说，连锁商店各店铺不同于一般独立的小店，由于它属于某一家大企业，并借助其在社会上知名度高和商业信誉高的优势，易被消费者接受。

第二节 连锁经营的实质与特征

连锁经营在发展中所表现出来的强大的生命力，除了受经济发展和社会进步等因素影响外，主要是由它的本质和特点决定的。

一、连锁经营的实质

连锁经营是现代大工业发展的产物，是与大工业规模化的生产要求相适应的。其实质就是通过把社会化大生产的基本原理应用于流通领域，达到提高协调运作能力和规模经营效益的目的。

（一）连锁经营与现代化生产相适应的第一个表现，在于它把专业化经营与分散化开店结合起来。规模经济的理论表明，由于大批量地重复生产，增加了学习掌握生产技术的机会。熟能生巧，工人操作的熟练程度大为提高，经验不断丰富，这将会降低单个产品中分摊的学习成本，即当产品增加或翻番时，产品成本并不随之增加或翻番。这就是所谓学习曲线规律。受这一规律的影响，生产企业可以找到一条较为成功的提高利润的途径：高学习曲线——降低了生产成本——可以降低价格——有利于提高市

市场占有率——达到提高利润的目的。由于经济发展水平的不断提高，在市场经济特别是买方市场的条件下，市场机制、消费者和消费需求对整个经济运行的影响越来越重要。因此，零售商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与其商品经营、销售服务和企业管理标准化的统一，实现了现代化大生产与商业经营规模化及消费需求多元化的有机结合。

（二）连锁经营与现代化生产相适应的第二个表现，在于将集中化进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。连锁店则将这两种职能分开，而由总部和店铺分别承担各自的职能。总部集中进货，一方面连锁经营企业汇总多店铺的经营数量，形成相当需求规模，这种较大批量的订货，有利于生产企业安排生产；另一方面由于集中采购，总部采购者的专业化水平得到提高，使连锁商店在与生产企业交往时处于较为有利的位置，为购进廉价商品提供了竞争力和吸引力，从而使连锁商店的购货职能在总体上与现代化的社会生产相适应。各成员店铺的分散销售，一方面使其享受到集中进货所获得的低成本优势，并在此基础上，根据市场竞争状况及消费者偏好，制定较为灵活的市场战略，以便在与其它类型的零售企业的竞争中取得主动；另一方面，由于成员店贴近消费者，与消费者有较为密切的“便利关系”，可以通过近距离的促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心理联系。这种买卖职能的分离，固然对连锁商店内部经营管理提出了新的课题，但如果正确地处理好集中化进货与分散化销售的关系，就会为连锁商店在市场中发挥优势，开拓渗透打下坚实的基础。

（三）连锁经营与现代化大生产的适应关系不仅表现在它使

商业流通实现了规模化经营，还因为它体现了商业经济增长方式转变的要求。

1、连锁经营促进了经济结构的优化。连锁经营通过企业经营管理网络系统的建立，实现了市场、信息、技术、人才、管理、信誉等资源的共享，为企业内部资源的优化配置提供了经营基础。同时，又促使社会上其它商业企业采取相应的经营对策，或寻求机会加入连锁商店，分享其资源优势；或组建新的有竞争力的商业经营组织，通过技术进步获取新的竞争优势，从而为社会资源的优化配置提供了经营基础。

2、连锁经营有利于向规模经济要效益。连锁经营是与现代化大工业、大生产相适应的商业经营方式，是由大规模的生产方式决定的，是大流通具有代表性的形式。现代的工业化生产，要求生产和经营活动都达到一定的规模，以降低成本，提高效益。商业经营活动有其自身的特点，一般来说，商业的一头是分散的单个消费者，经营机构需要尽可能地接近他们；另一头是现代化、社会化的大生产，经营机构要努力地适应大规模的生产要求。连锁经营正是在解决“分散”与“集中”的矛盾中产生的。它是把资本生产、经营的规模化要求同现代消费的分散化特点有机地结合起来的最好方式，以新的流通组织形式来与规模化、现代化的生产方式相适应，从而创造了既不违背商业经营本质要求，又能实现规模经营的现代商业经营形式，推动了商业向现代产业的转变。

3、连锁经营有利于科技成果在商业领域的运用。连锁经营大大提高了商业服务业的组织化程度，使计算机、收款机、条形码的大面积应用成为可能。作为一种现代化的经营方式，必须采用与其相适应的现代化经营手段，运用现代化的通讯和其它流通技术来管理商流、物流，管理资金、信息等；同时，适应连锁经营

的特点，还需要改进传统的采购方式，通过建立商品配送中心和运输系统，采用先进的流通经营管理方式，以保证商品及时采购、配送，使商品在流通过程中，实现“最少的环节、最短的运距、最低的费用、最高的效率”。

4 连锁经营有利于商业企业的科学管理。连锁经营通过店名、店貌、商品、服务的标准化，采购、送货、销售、决策、经营的专业化，商品购销、信息汇集、广告宣传、员工培训、管理规范的一致化等，把复杂的商业活动分解为象工业生产流水线上每一个环节那样相对的简单，特别是普遍采用自选式售货服务，消除了传统零售经营中，柜台式面对面销售的不确定因素，有利于现代化管理手段的运用，使商业经营转变成一种可管理的技术密集型的经济活动。这是比获取规模经济效益更有意义的零售经营技术的革命。世界连锁商店的发展，一个重要的方面是得益于商业经营技术的发展；未来连锁经营的发展仍将依赖于商业经营技术的进步。这是不以人们的意志为转移的。从目前的情况看，连锁经营在今后的发展中可运用的经营技术大致有：柔性销售技术、逆向组合技术、生物工程技术、电子网络技术。

二、连锁经营的基本特征

连锁经营企业之所以在激烈的市场竞争中取得了良好的经济效益，最本质的原因是实现了规模经济效益。连锁经营使先进的营销技术可以在众多的店铺大规模推广而获得技术共享效益；还使投资的成本和风险可以在众多的店铺得到均摊，从而降低单位商品的成本获得较高的比较效益。连锁经营的基本特征主要体现在经营管理的标准化、专业化、集中化和简单化等四个方面。

（一）标准化的经营管理。

连锁商店标准化的经营，是连锁企业适应市场竞争的需要而

采取的新形式。随着市场竞争的加剧，消费者已由在任意的商店中寻找自己中意的商品，转变为寻找自己信任的商店，并只在这些商店中购物。因此，标准化的经营对树立店铺的形象进而赢得更多的消费者尤为重要。连锁商店在经营中的标准化，主要表现在商品、服务的标准化和企业整体形象的标准化上。

商品、服务的标准化。在商业连锁经营中，商店的开发、设计，标准化的设备、陈列、产品、操作程序、技术管理、广告设计等等，都由总部统一组织。从连锁店的选址至连锁店开业前的培训，统一由总部提供一揽子的经营服务方案；从商品的订货、采购、验货，到按统一的流程送货到所属各店铺，均由总部组织完成；从各分部销售方案的制定、销售之前按统一制定的标准把商品摆在指定的位置上，到始终不断地对各连锁店进行监督指导和交流、培训工作，从而保证了各连锁店在商品、服务等各方面的统一性，以满足消费者对标准化的商品和服务质量的要求，吸引顾客，扩大销售。

企业整体形象的标准化。实行连锁经营的企业，各店铺统一店名、店貌；使用统一的标识，进行统一的装饰、装修，并保持其外观、色彩、使用字体、价格标牌等的一致化。在员工服饰、营业时间、广告宣传、商品质量、商品价格等方面也都保持一致性，从而使连锁企业的整体形象标准化。连锁企业整体形象的这种一致性与商品、服务上的标准化结合在一起，使连锁企业既使在不同的地区、甚至不同的国家开办店铺，都可以对消费相同的顾客群体收到相同的效果。以便使消费者对一家企业的信任，延伸到不同的地区和国家，使购物者有一种宾至如归的感觉。

（二）专业化的经营管理。

专业化是指连锁经营的各个环节根据不同的生产经营过程而

分成各个业务部门，并使其固定下来。在连锁经营中，所有的商业活动都具有详细而具体的分工，以保证连锁经营的正常运转。

无论是正规连锁，还是自由连锁、特许连锁，在其内部都有总部和店铺两个层次。从职能分工上看，总部的职能是管理，店铺的职责是销售。表面上看，连锁经营这种职能的分离并无独到之处，无异于单个企业管理层与经营层的分离。但不同的是，单个企业的管理层与连锁经营总部在职能上有很大的区别。连锁经营总部的重要职责之一就是研究企业的经营技巧，包括货架的摆放、商品的陈列、店容店貌的设计、经营品种的调整等等，直接用于指导店铺的经营，这就使店铺摆脱了传统零售业那种靠经验操作的影响，转而向科技进步和专业技术要效益。并且，由于连锁是同行业、多店铺的经营，总部统一开发的经营技巧可以广泛应用于各个店铺，使店铺的经营水平普遍提高，获得技术共享效益（相对其他企业来说是一种超额利润），同时分摊了技术开发的成本。这是单个企业无法做到的。因为，在单个企业内部，经营技术开发的广度和深度，往往要受到其效益与成本比较结果的制约。

（三）集中化的经营管理。

连锁经营的同业性，使各个店铺的一些共同性活动，如采购、储运、广告宣传、会计核算等，可以集中起来由总部统一操作。这样，众多的店铺共用同一套采购配送设施，共享同一套经营管理系统，各个店铺无需设置繁琐的管理机构，无需配备相应的管理人员，这就从总体上降低了企业的管理成本。同时，集中操作所带来的经营成本的降低也是显而易见的。如进货，由于多店铺创造了大量销售的条件，总部可以通过大批量采购，从厂家获得较低的价格即批量价格。又如，由于有总部送货，各个店铺用于库

存的面积及库存量都很小，可以扩大销售面积，减少资金占压。集中统一经营通过节约管理成本和经营成本，扩大了企业的经济效益。

连锁经营在经营管理上的集中化，主要体现在以下方面：

一是集中制定规划。连锁企业总部根据企业发展的方向、目标和趋势，集中制定连锁企业的发展规划，并通过连锁经营的集中化管理，从而使发展规划分期、分批得到实现。

二是集中营销计划管理。连锁企业总部集中制定具体的营销计划，各店铺按统一计划组织销售。

三是集中商流管理。连锁企业总部集中商流管理和进货管理，各店铺没有独立的进货权，所有店铺的商品均由连锁总部集中统一组织采购配送，统一制定销售价格。各店铺按总部的销售计划完成销售任务。

四是集中物流管理。总部设立集中的商品配送中心，实行统一的进货、分货、加工、送货。集中管理商品库存和配送，以减少各店铺的库存和费用，降低经营成本。

五是集中信息管理。为实现企业的统一管理，取得规模经济效益，连锁企业都建立统一的信息管理系统。各店铺是信息的主要来源，由其将各类市场及经营信息传向总部，总部将信息进行加工处理后，形成科学的决策指令，指导下属机构和各店铺的经营活动。与此同时，总部还将市场信息反馈给生产商或供应商，由其组织生产和经营。

六是集中人事管理。连锁企业总部集中管理连锁商店的人事权，任免总部各有关机构的负责人、各店铺店长，决定所有员工的奖惩及升迁。

（四）简单化的现场作业。

首先，连锁经营要求各个环节的现场作业简单化。即指连锁企业的作业流程、工作岗位上的商业活动尽可能简单，以减少经验因素对经营的影响，由于连锁系统体系庞大，在各个环节的控制上都需有一套特定的运作规则，要求精简不必要的过程，达到事半功倍，以最少的资源付出获取最大的经济利益。为了实现现场作业简单化连锁店一般按整个作业流程中的各工作程序，相应制定一个简明扼要的操作手册，使所有员工均依手册的规定来运作。这种手册对各个岗位均有详尽的规定，掌握和操作非常简单，任何人均可以在较短的时间内驾轻就熟，即使有人员的频繁变动，也能借此手册迅速掌握要领，步入正轨。

其次，连锁企业开办新的店铺相对简单。连锁企业由于实现了包括经营思想、经营方向、经营作风、管理思想和物质设备、员工形象、产品形象、品牌商标形象和公关活动等企业形象的规范化；实现了商品进、销、调、存、加工和服务、促销活动等的集中化；实现了从商圈调查、信息处理到各项管理活动的统一，就使开办新的店铺从单店经营的逐一落实，变成了统一规范的复制，从而实现了开办过程的简单化。这也正是连锁企业一旦完成了自身建设的规范化之后，便可以迅速开新店的原因。

三、连锁经营的优势

连锁经营具有多店铺的特点，它把分散的、经营同类商品或服务的企业组织起来，成为规模经营的经济联合体。因此，连锁经营企业可以以低于社会平均成本获取高于社会平均利润的经营结果。这主要体现在以下四个突出的优势上。

1 连锁经营的规模优势。连锁经营顺应社会化大生产的要求，把分散的流通经营主体组织起来，形成统一管理、统一运营的群体。它一头连着一大批的生产厂家，一头连着广大的消费者，这

就使流通的规模得以扩大。连锁经营通过把市场的销售情况及时地反馈给生产厂家和大批量的订货，便于厂家按需求组织大批量生产。连锁经营通过商品配送中心的集配，在很短的时间内，将商品送到连锁经营网点，投放市场，满足消费者的需要。这样，就使商业网点分散的特点与社会化大生产的要求结合起来，使集中生产和分散经营的矛盾得到统一。

2、连锁经营的价格优势。连锁经营可以通过大批量进货，取得比单店小批量进货的价格优势。连锁经营由于运用先进的科学技术，完善的专业化分工，科学合理地组织商流、物流，把批发和零售环节有机的结合在一起，从而使商品在流通过程中，实现了“最少的环节、最短的运距、最低的费用、最高的效率”，并取得减少流通费用的优势。以上两个优势的结合，便有可能降低商品的零售价格。

3、连锁经营的管理优势。连锁经营密切了生产与消费的联系，增强了市场经济条件下企业的计划性和预见性，可以最快的速度反馈市场信息，从而使生产厂家和商业企业可以按照市场需求对财力、物力和人力资源进行优化配置，以克服产销间的盲目性、自发性和滞后性，更好地促进生产满足消费。同时连锁经营改变了传统商业经营主要依赖经营者个人经验和技巧的小商业经营模式，把复杂的商业活动分解为象工业生产流水线每一个环节那样相对简单，而在各个环节推行规范化、标准化所运作，使有效地强化企业管理得以实现。

4、连锁经营的企业形象优势。连锁企业通过建立统一的企业识别系统，向社会公众宣传自己。这除了可以让消费者识别外，还有助于消费者肯定本店，产生信赖感，让更多的顾客了解企业，提高企业的知名度，扩大市场占有率。

可以说，上述特点也恰恰是连锁经营具有强大生命力和巨大发展潜力的精髓所在。

第三节 连锁经营的历史发展

连锁经营已有 130 多年的历史，它经历了不同的发展阶段，在全世界范围内获得了成功。可以说，连锁经营是伴随着近代世界经济发展和进步而产生、发展和演变的。

一、连锁经营的产生

近代世界零售商业的经营形式，曾经出现过三次大的变革，它们构成了近代世界零售商业的历史。

第一次大的变革是 1852 年在法国出现了第一家百货店“邦·马尔谢商店”，开始了对旧的商业的重大改革。百货商店的产生是经营品类扩充的革命，它摆脱了小生产的经营方式，消除了零售店的许多陋习，适应了经济发展的需要。由于它比传统的经营方式有许多进步，很快便在欧美等经济发达的国家产生了影响。在后来的发展过程中，随着经济状况的变化，百货店这种业态虽经历过一些波折，但一直是零售领域一种基本的营业形态，至今仍占有重要的市场地位。

第二次大的变革是 1930 年美国麦克·加伦建立了世界上第一家超级市场，开始了商业经营方式的又一次革命。以运用现代化经营手段为主要特点的超级市场是采取自动售货、一次结算经营方式的综合食品商场。它以“薄利多销”，雇佣员工少，利用电子设备，采取自动化售货，使工作效率有了很大的提高。二次大战以后，便流行于西方各国，并在 50 年代得到迅速发展。

如果说，零售商业第一、第二次变革是以零售业专业化经营

和运用现代技术来推动商业的进步的话，那么，以连锁经营为主要内容的零售业第三次革命，则是在更大的范围内和更高的层次上，影响了整个社会的生产和经营格局，推动零售商业向现代化产业转变。美国未来学家托夫勒在《大趋势》一书中曾经预言，连锁经营将是今后商业最有前途的发展形式。

“大西洋及太平洋茶叶公司”是 1859 年在美国纽约出现的世界第一家连锁商店。这家由同一资本所有者在全国各地开办分店，实行统一管理、统一经营，依靠薄利多销在竞争中获得快速发展的企业，开世界正规连锁经营的先河。作为零售商业第三次划时代变革的连锁经营，是世界经济进入工业化时代以后出现的新的零售业经营形式和组织形式，是与大生产相适应的大流通的最具代表性的形式。

但是，正规连锁的发展，在造就了一些规模庞大、实力雄厚的大型连锁企业的同时，也使众多分散、独立经营的零售商陷入了困境。为了对抗正规连锁商店和大型百货商店的垄断排斥，1887 年，美国 130 多家食品零售商共同投资，创办了一家联合批发企业，为出资的成员企业服务，实行联购分销，统一管理，而各成员企业仍然保持各自的独立性。这就是后来被美国政府和经济界公认的第一家自由连锁店。自由连锁是作为中小零售企业联合对抗大型零售商业垄断资本而产生的经营形式，经过几十年的竞争较量，到 1955 年，美国自由连锁的销售额终于超过了正规连锁。

为了适应近现代工业发展对企业销售渠道和方式的特殊要求，第一个开展特许连锁经营的企业是美国“胜家”缝纫机公司。1865 年美国南北战争结束后，该公司为了推展其缝纫机业务，在全美各地设置拥有其销售权的特约经销店。1900 年以后，这种通过合同契约，有偿转让经营特许权的连锁经销网络迅速在全美国

及，并逐步扩展到其他的零售、饮食、服务等领域，成为连锁经营的第三种形式。本世纪 80 年代，特许连锁的发展速度在一些发达国家相继超过了其他两种形式。

由此可见，连锁经营同任何经济现象一样，不是凭空出现和发展起来的，是有其深刻的经济背景和历史原因的。它是社会经济发展到工业化时代的产物。连锁经营使流通产业发生的革命性变革及所带来的流通结构的重组、流通方式的调整，不仅对促进商业流通自身的现代化具有革命性的意义，从根本上改变了流通在整个社会再生产过程中的位置，而且对推动生产、提高技术质量、降低成本、转向现代化的大生产都具有巨大的作用，是推动大生产发展的动力。

二、连锁经营的发展阶段

迄今为止，连锁经营从出现到取得较大的发展，大致经历了四个阶段。

第一阶段是传统的连锁店。美国“大西洋及太平洋茶叶公司”创建以后，在短短 6 年的时间里，这家公司便发展了 26 家正规连锁店。到 1880 年已发展了 100 多家分店，经营范围也有了扩大。它的成功，引起了很多企业的效仿。进入 20 世纪以前，类似的连锁商店开始在药品、鞋帽、珠宝、家俱等行业发展起来，不仅成为美国各大城市大街上主要的固定商店，而且也控制了城镇的大部分零售公司，排挤掉了成千上万的杂货店和小商贩。这一时期，正是美国由自由资本主义向垄断资本主义转变的时期。正规连锁商店实质上是作为零售商业的垄断组织而产生和发展起来的，是商业竞争带来的商业资本集中扩张的结果。

第二阶段是现代连锁店。它崛起于本世纪 50 年代，盛行于 60 年代，以速食业为代表。这一时期，连锁店的规模越来越大，不

仅统一店名、商标、商品，而且将全套营业制度统一起来，实行统一进货，统一管理；在地点的选择、人员的训练、广告促销、服务标准等方面，都提出统一的要求，在经营管理、财务支出、资金融通等方面作出了统一规定，同时，自由连锁、特许连锁等形式也都有了较大的发展，连锁经营进入成熟、规范的发展阶段。

第三阶段是新式连锁店时期。进入本世纪 80 年代，连锁经营发展到了第三个阶段，即新式连锁店时期。其特点是经营的范围不再局限于速食、餐馆等行业，而迅速扩展到非食品零售业、旅馆业、不动产业、租赁业、健身美容业、商业服务业等等，涵盖面几乎扩大到了所有的商业服务业，成为商业服务业的主要经营形式。

第四阶段是国际连锁经营的形式。连锁店在世界范围扩展，成为世界经济国际化的要求。随着国际经济往来的增加，连锁经营开始走向世界。1960 年在美国芝加哥成立了国际连锁加盟协会，不仅为各国带去了商品，推动了商业经营的技术进步，而且在世界范围内传播消费文化，推动了世界文明的发展。

三、连锁经营在海外的的发展

近百年来，连锁经营在世界范围内得到了快速的发展。在连锁商店最发达的美国，从十九世纪五十年代出现第一家连锁店至今，连锁店的经营范围早已从零售、餐饮等行业，扩展到旅店、汽车、印刷、中介、住宅、洗衣、租赁、健身、美容等等十九大类，几乎涵盖了所有的零售业和大多数服务行业，65—70% 的零售额是由连锁经营企业实现的。同时，连锁经营的发展给美国经济生活带来了巨大的变化：形成了新的流通体系格局，改变了传统的产销关系；推动了美国商业的现代化进程；促使“经济权力”从制造商向经销商转移，形成了流通主导型经济；促进了美国农业

生产的发展。

欧洲连锁经营的发展比美国也毫不逊色。1862年伦敦建立起欧洲第一家连锁经营企业——无酵母面包公司。第二次世界大战以后，连锁商店在英国迅速发展起来，尤其是在六七十年代，连锁经营发展很快，逐步形成了巨大的垄断销售网。全国现有连锁店约3万多家，大型连锁系统的营业额占据了整个零售业的80%。此外，德国、荷兰、法国等连锁商店也都比较发达，并在欧洲市场具有相当的势力。

日本称得上是连锁经营发展的后起之秀。连锁经营自本世纪60年代从西方大规模传入日本，并在发展过程中根据本国经济发展的实际需要不断创新，在经营战略、组织形式、经营方式等方面都进行了成功的探索，因而连锁经营在日本出现了自由连锁与特许连锁相互交融、连锁对象由单个店铺向地区性的店铺群发展；特许连锁店中直营店的数量增多；以及区域性连锁店有所发展的趋势。目前，日本的连锁店体系已经颇具规模，在日本国民经济中占有重要的地位。

连锁经营在香港开始出现是在本世纪六十年代。经过三十多年的发展，出现了惠康、百佳两家店铺达500家以上的超级市场连锁店，市场占有率达40%以上，几乎垄断了全港的副食品、个人卫生用品市场。此外，餐饮行业、服装店、眼镜店、中西药店、面包店、书店、面食店、影视器材商店、发型屋，甚至珠宝首饰店和大型百货公司等竞相采取连锁经营的方式。连锁经营已经成为香港商品零售业和服务业的主流。

连锁经营以其强大的生命力和巨大的发展潜力，正在全世界蓬勃兴起，也必将成为我国商业发展的强大的推动力量。