

第一章 连锁经营概述

第一节 连锁经营及其类型

连锁经营是现代国际上普遍采用的一种企业经营体制。一百多年来，连锁业在世界范围内获得了巨大的发展，已经成为当代经济发达国家或地区商业、服务业的重要组织形式。目前，连锁经营应用的行业领域越来越广，已从最初的快餐、零售业逐步扩展到整个第三产业。在零售商业中，连锁商店已经成为包括百货公司、超级市场在内的三种主要零售商业形式之一。

一、连锁商店的概念

自从 19 世纪中叶，第一家连锁店“大西洋和太平洋茶叶公司”在美国诞生以来，对什么是连锁商店并没有一个完整统一的定义。美国经济学家吉斯特认为，连锁商店是包括两个或者更多的共同所有和共同经营的商店，这些商店销售类似的商品，实行集中采购和分销，并利用相似的建筑风格。英国确定的连锁店标准是：必须单一所有，即该系统的所有店铺必须归一个公司或一个联合组织所有。同时，还要实行集中领导、统一管理，公司或联合组织所设立的店铺要相同，要有十个以上的成员店。日本通产省则规定，连锁店是“处于同一流通阶段，经营同类商品和服务，并由同一个总部集中

领导，进行共同经营活动（由二个以上成员店铺组成）的零售企业集团”。国际连锁店协会规定，连锁店是：“以单一资本直接经营十一家商店以上的零售企业集团”。由此可以看出，在西方普遍认为连锁店是大商业集团统一开办的若干个商店组成的经营体系，在这个经营体系内实行统一的领导和管理、统一集中进货、各成员店实施分销的经营方式。

随着连锁经营的不断发展，人们对连锁店这一概念的内涵也进行了不断的充实和扩展。目前，绝大多数学者认为，连锁商店不仅包括西方学者所讲的正规连锁，而且还包括后来发展起来的自愿连锁和加盟连锁。无论是何种类型的连锁店，它们的共同点是：首先，在经营目的上都在于取得规模效益，即通过批量的统一进货、批量分销，达到规模效益；其次，确定了有效开展连锁经营的基本功能标准化，即实行总部负责统一进货，各连锁分店负责销售的分工体制；再次，实行总部统一的集中化的领导与管理，即实行标准化、规模化的经营与管理。

我国国内贸易部 1997 年 3 月颁布的《连锁店经营管理规范意见》中规定，“连锁店是指经营同类商品、使用同一商号的若干门店，在同一总部的管理下，采取统一采购或授予特许权等方式，实现规模效益的经营组织形式。”并规定，“连锁店应由 10 个以上门店组成，实行规范化管理，必须做到统一采购配送商品，统一经营、管理规范、采购与销售分离”。

综上所述，连锁商店可以概括表述为：是由众多小规模、分散的、经营同类商品和服务的企业，在同一总部（总公司）的统一领导管理下，采取共同方针，一致行动，实现规模经济效益的商业联合体。

二、连锁商店的基本类型

从不同的角度考察，连锁商店可以分为各种不同的类型。按照成员店的分布地区，连锁店可以分为地区性连锁、全国性连锁和国际性连锁；按照行业标识划分，可以分为商业连锁、饮食业连锁和服务业连锁；按照所有权构成划分，可以分为正规连锁、自由加盟连锁和特许加盟连锁三种形式。

由于连锁商店的基本特性与所有权及经营权的集中程度紧密相关。因此，本节对连锁店类型的考察，将主要集中于正规连锁、自由加盟连锁、特许加盟连锁三种基本的连锁形式。

1 正规连锁商店。正规连锁又称联号商店、直营连锁商店。它是指同属于同一资本的统一经营的店铺。即连锁店的各分店均由总部全资或控股开设，在总部的直接领导下统一经营。正规连锁商店的主要特点是所有权和经营权集中统一。表现在：所有成员企业必须是单一所有者，归一个公司、一个联合组织或单一个人所有；由总部或总店集中领导、统一管理。如人事、采购、计划、财务、广告、经营方针等方面都集中统一；实行统一核算制度；各成员店经理是雇员，而不是所有者；各分店实行标准化经营管理，外观相仿，品种相同，陈列一致。正规连锁的经营标准化，具体表现在：

- (1) 选址标准化。以典型的标准模式，力求选址标准统一；
- (2) 顾客层次标准化。以满足什么样层次的顾客为目标，制定指导方针和进行商店的经营活动；
- (3) 销售效率标准化。决定商店所平均经营面积的销售额标准，明确制定每一个从业人员劳动生产率的标准；
- (4) 陈列规模、方法标准化；
- (5) 商店票据、设施、容器规格等方面尽量统一，以降低成本；

(6) 商店内外装修形式色调统一化，使消费者对商店有一个统一的印象。

正规连锁经营的组织形式。大体上有两种：一种是由母公司直接管理，不另设总部；另一种是设立总部，由总部管理连锁商店。大型正规连锁商店的组织体系，一般分为三个层次：上层是公司总部，负责整体事业的组织系统；中层是负责若干个分店的地区性管理组织和负责专项事业的事业部组织；下层是销售分店或成员店。

正规连锁店的优势在于：它可以统一调动资金，统一经营战略，统一开发和运用整体性事业，易于发展整体性优势，扩大销售，降低经营成本，实现规模效益。目前，国外的综合超级市场、自选商场多采用正规连锁方式。如美国的沃尔玛公司、日本的八百伴集团。这种方式和其它形态的连锁商店相比，因为所有权同属于一个公司，因此推行力量最强。在国内随着商业体制改革的不断深入，一些国有商业公司企业在原有体制不适应现实的情况下，面向市场，更新观念，借鉴国外的经验，建立了不同行业特色的正规连锁商店。比如北京的好邻居连锁商店、上海的宏良便利连锁商店、石家庄的家家惠国粮连锁店等。

正规连锁商店以规模大型化、经营商品经济化、价格低廉给流通产业带来了深层次的革命。在销售方式上采取开架售货、顾客自选的方式；在价格体系上实行低价格、低利润、高周转经营，发挥了流通业的规模效应，是一种适应大量消费、大量销售、大量流通的新手段，是促进零售商业和流通体制现代化的一次流通革命。正规连锁也有其不足的一面，主要是成员店自主权相对较小，利益关系不密切，积极性、创

造性和主动性受到限制。另外，大规模的正规连锁商店管理系统庞杂，容易产生官僚经营，使企业的经营成本提高。

2、自由加盟连锁商店。自由加盟连锁商店又称自愿连锁店。它是由许多零售企业自己组织起来，在保持各自独立经营的前提下，联合一个或几个批发企业，并以此为主导建立强有力的总部组织，在总部的指导和统制下，实行共同经营。通过大量集中采购，统一经销，获取低成本、高效益的零售商业组织。

自由加盟连锁的兴起，是商家竞争的必然结果。从国外连锁店发展的历史来看，由于正规连锁商业的不断发展，形成了一些规模庞大，实力雄厚的商业公司，它们数量不多，但处于市场主导地位，占有很大的市场份额，而众多的中小商业企业，由于势单力薄，竞争力下降，市场份额日益萎缩，为摆脱困境，若干零售商共同投资设立一个中央机构，负责共同进货、促销和广告等工作，以降低成本，提高利润。所以，自由加盟连锁是零售商为对抗大型连锁商店适应市场竞争需要而形成的。

自由加盟连锁的最大特点是：成员店的所有权、经营权和核算权都是独立的。连锁店各分店均为独立法人，各自的资产所有权关系不变，在总部的指导下共同经营。成员企业在保持自己独立性的前提下，通过协商自愿联合起来，共同合作，统一进货，统一管理，联合行动。具体讲，自由加盟连锁商店有四项基本原则：

(1) 共同原则。在自由加盟连锁中，本部及加盟店必须积极开展共同行动，在本部全心全意对加盟店进行支援、指导的同时，加盟店也应积极与其配合，确保共同行动的进行。

(2) 利益原则。总部依靠与加盟店结合获得组织利益，本部的责任在于确保连锁组织成员的利益。本部以组织形式获得的利益，并以培养人材、加强物流系统、信息系统等战略性再投资的形式，向加盟店偿还，以繁荣加盟店，强化连锁系统。

(3) 调整原则。在自由加盟连锁中，应尊重、重视各加盟店的营业范围，但这并不否认营业范围内的加盟店彼此之间的有效竞争。因为有效竞争会给加盟店带来活力，但是要尽可能调整加盟店的过分竞争，避免“两败俱伤”，影响整体利益。

(4)* 为社区做贡献原则。努力满足顾客需求是自由连锁组织的战略。加盟店要有“商店是为顾客而存在的”店客共荣的经营原则，加盟店要有为其商店所在地区居民服务的思想，确保自己商店的发展与繁荣。

自由加盟连锁的优点是：成员店利益直接，自主权大，有利于调动成员店的积极性和创造性，管理民主，又有统一集中经营带来的整体优势和效益。其缺点为，统一性差，决策迟缓，组织不稳定，受地域限制较大等。

3 特许加盟连锁商店。特许加盟连锁商店是大型商业资本扩张的一种形式。一些大企业试图在节省资本投入的前提下，达到不用自建销售机构就可以通过扩大外围销售组织来实现商品价值的目的，而特许连锁正是实现这一目标的最佳形式。美国商务部对特许加盟连锁的定义为：主导企业把自己开发的、商品、服务和营业系统（包括商标、商号等企业象征的使用、经营技术、营业场合和区域），以营业合同的形式授予加盟店在规定区域使用。加盟店则需交纳一定的营业权

使用费，并承担规定的义务。国内贸易部对特许加盟连锁店的解释是，“连锁店的门店同总部签订合同，取得使用总部商标、商号、经营技术及销售总部开发商品的特许权，经营权集中于总部。”

特许加盟连锁的最大特点是：有一个盟主，成员店在财产和法律上是独立的，但在经营管理上自主权较少，一切要按照盟主规定的条件办，双方以特许合同为连锁纽带的基础。具体讲，特许加盟连锁商店具有以下一系列鲜明的特点：

(1) 一个特许连锁系统，包含一个总部和许多加盟店，其连锁经营的核心是特许权的转让。总部是转让方，加盟店是接受方，通过总部和加盟店一对一地签订特许合同而形成。

(2) 特许加盟连锁的所有权是集中的，各加盟店对自己的店铺拥有所有权，经营权则高度集中在总部。各加盟之间没有横向的联系，只与总部保持纵向的联系。

(3) 总部依据契约规定，在特定的时间内提供加盟店完成事业所必要的信息、知识、技术和训练等；同时，还要授予店名、商标、服务标志等在一定区域内的垄断使用权，对加盟店在经营上有持续控制权。加盟店在特定的时间内，在特定的销售区域内享有使用授予的商标、商号或经营技术，从事经营活动的权力。加盟店必须遵守契约规定，履行应尽的义务。

(4) 加盟连锁的各分店经营及营业利益，以特许合同确定，连锁总部收取权利金，分享连锁分店部分利润，也分担其部分费用。

(5) 按照契约合同，加盟店要保证店内外的设备、装潢与总部要求的一致，不得自行其事，破坏统一。

特许连锁店总部除向加盟店按合同提供有关特许权外，还负责审查加盟店资格，选择批准加盟店，制定经营方针计划，实施统一管理，包括统一进货、统一资金管理、统一结账、统一业务指导、统一培训、统一促销等。加盟店则按规定实行统一标志、统一店堂设计、统一商品陈列、统一执行规定的管理经营方式以及统一着装等。

特许连锁经营具有很多优点。就连锁总部而言，在资金和人力有限的情况下，不用自己的资金设置商店，也能迅速扩大经营、占据市场，获得效益；同时，还提高了知名度，有利于巩固和扩大商品销售网络。从加盟店来看，可以减少经营风险，可以用较少的资金开展经营活动，能够借助于盟主的影响力，开展各种促销活动。

特许连锁经营存在的不足之处主要表现在：在连锁店急速增长的情况下，如果总部的指导力和物流体制不能及时跟上，就会削弱统一性；加盟店容易增强依赖性，放松经营和销售的努力；如果有些加盟店经营失败，脱离连锁经营体系，也会对盟主的形象造成不良影响。

通常特许及自愿连锁总部与门店签定的合同，应包括下列事项： 授权使用总部商标、商号的内容； 统一采购、配送商品的内容； 提供经营技术的内容； 设立加盟店地点及目标市场的内容； 门店装潢设计方面的内容； ⑥促销方面的内容； ⑦质量管理方面的内容； ⑧总部对门店实行财务监控及收取加盟费、管理费等方面的内容； ⑨公平竞争和保护知识产权的内容； ⑩合同的期限、更改与解除的内容； ⑪对违反合同的行为进行处罚的内容； ⑫其他条款。

连锁经营的三种类型可在超级市场、便利店、专业店、综

合商场等多种业态中实行。

连锁超市门店营业面积一般在 500 平方米以上，经营商品以肉类、禽蛋、蔬菜、水果、水产品、副食调料、粮油及其制品、日用百货为主，其中经营肉类、禽蛋、蔬菜、水果、水产品及粮油食品的面积占全部营业面积的 30% 以上。开架自选售货，出口处集中收款。

连锁便利店经营商品以食品、速食品、饮料、小百货、副食调料、粮油制品为主。以开架自选售货为主，营业时间在 16 小时以上。

连锁专业店主营类商品及连带商品占全部经营品种的 90% 以上。以开架售货为主。

连锁综合商场门店营业面积一般在 3000 平方米以上。经营商品以日用百货、服装、家用电器、食品为主。

第二节 连锁经营的特点和功能

无论是正规连锁还是加盟连锁，都是在连锁总部的统一组织管理、统一运作下，设立众多店铺，经营相同业务的一种现代商业组织形式。这种经营形式，经过发达国家数百年长盛不衰的历史说明，连锁经营是适应市场经济条件下零售业、服务业社会化、现代化和国际化的有效经营方式，是社会经济发展的必然产物。连锁商店之所以能在竞争激烈的现代市场中占有重要地位，是与其自身的特点和功能密不可分的。

一、连锁经营的特点

连锁经营与大型百货商场的集中经营方式不同，在连锁

总部统一管理下的各分店，遍布城乡各居民区，能直接为当地消费者服务。不仅具有便民特点，而且在连锁总部的统筹兼顾下，还具有统一的经营战略、经营方式、经营内容。既统一又分散，统一与分散相结合是连锁商店的根本特征。有了这种特征，使得连锁经营制度能够在分散经营的中小企业，在众多分支机构散布的广大地域的基础之上，采取现代化工业大生产的经营方式，实现经营过程的标准化、集中化、专业化和简单化。连锁经营的本质特征是通过以下一些特点具体体现出来的：

1 统一集中的经营战略和策略。连锁商店在经营中，发挥了统一与分散相结合的特点。统一集中进行市场调研、战略决策和调整，使得公司既可集中资金和人才，从事开发调查研究与决策，又可将调查研究的成果广泛应用于众多分散的店铺，以达到规模效益的目的。由于这一特点，就能让众多分散的小店，用很少的负担费，得到较多投入才能得到的经营效果。

连锁商店总部所从事的集中统一战略和策略活动，主要包括：商品和服务技术的开发研究；市场调查研究和战略方向的确定与调整；地区发展战略研究和实施；营销策略和进货策略；价格策略；广告宣传与其它促销方面的策略；服务方式的研究和改进等。

2 统一而独特的商品和服务内容。不管是哪一种类型的连锁商店，其经营或服务内容均有整齐划一的特点。连锁商店的商品经过精心的挑选，都以当地消费者的需求作最佳的商品组合，并不断更新换代，以适应消费者需求的变化。各分店均经营同种类型、同种牌号、同样结构、同一价格的商

品，并且商品摆放形式一致。服务也经过统一的规划，对所有的消费者都提供一致的服务。因此，无论到任何一家连锁商店，都能提供一流的商品、消费者能够享受一流的服务。

3 统一的企业形象识别系统。企业形象识别是现代市场竞争中企业形象的重要内容，也是现代企业经营战略和管理手段的重要组成部分。它是运用视觉设计，将企业的理念与特色视觉化、规模化，以塑造具体的企业形象，增进社会的认同。

企业识别系统（简称 CIS）是以商标的造型与色彩为核心，把企业的经营理念、管理特色、商品包装风格以及营销策略等内容，传达到社会公众和相关方面，以塑造出鲜明、独特的企业形象，取得消费者对企业的信赖和支持，最终达到提高经济效益的目的。

企业识别系统由企业理念识别、企业行为识别、企业视觉识别三方面子系统构成。企业理念是指一个企业经营宗旨和企业精神的定位，以区别于其它同类企业，从而创立企业在市场上的形象；企业行为识别是指企业在其经营理念的指导下形成的一系列有别于其它企业的经营活动和具体方法，使企业内外产生共识和认可；企业视觉识别是企业的经营理念 and 经营战略、经营目标确定的基础上，运用视觉传达的方法，并根据有关媒体要求，设计出系统的符号，以达到刻划企业的个性，突出企业精神的目的。

在连锁经营中，无论有多少个连锁分店，企业识别系统都是统一的。主要内容包括：统一的企业精神；统一的商标、商号和服务标识；统一的店铺装璜设计；统一的广告促销活动；统一的包装设计；统一的服务规范；统一的店堂布局和

商品陈列；统一的设备用具；统一的店员着装等。通过统一的企业识别系统，连锁商店体系使众多分散的小店形成统一的企业形象，扩大了整体影响，使众多分散小店有了大店才能形成的信誉和影响。

4 集中统一与专业化相结合的经营管理。商业经营是一系列复杂的财务、储存、运输、促销、货源控制等活动。但无论是哪一类型的连锁商店，都是由连锁总部专门负责集中进货，各个分散的店铺则专门负责销售。是将购和销两个环节进行了专业化分工，从而使购销运作程序日趋简单化。连锁商店运作过程中，各项具体职能相对分离，也使采购、销售、储运与配送、决策等职能实现了专业化分工和各项业务活动的标准化、规范化。

连锁商店专业化分工的具体内容主要有：

- (1) 集中统一的商品采购制度。
- (2) 统一的商品配送制度。
- (3) 销售职能的专业化。
- (4) 组织管理职能的专业化。

从上述各方面特征可以看出，连锁商店从经营内容、经营方式到商标、商号、商店装潢设计、商品包装以及服务人员的服饰、服务程序都实现了标准化、集中化、专业化和简单化。其实质在于，它把现代工业化大生产的原则应用于零售商业，实行专业化管理与统一，集中规划的组织网络，构成了兼收并蓄的体制，既能适应资本经营大规模的要求，也能适应零售商业的分散化、个性化特点的要求，并把这两方面的适应功能有机地统一起来，彻底改变了过去那种购销一体、柜台服务、单店核算，主要依赖个人经验和技巧决定销

售的小商品经营模式，将复杂的商业活动通过统一组织起来的连锁体系，按大工业生产流水线上的工艺工序作业要求，相对地简单化、程序化，提高了流通效率，实现了规模效益。正因为如此，有人把连锁商业称之为零售商业的第二次革命。

二、连锁经营的优势

连锁商店不仅超越了单体经营的中小型商业企业的限度，而且竞争能力大为提高，甚至可以与大型商业企业相抗衡。特别是一些大型百货店，实施连锁经营后，更是如虎添翼，迅速发展成为全国性、国际性的连锁商业集团。连锁经营之所以有很强的竞争力，关键在于它有实现规模效益的优势。这是由于连锁经营摆脱了传统的小规模和分散性经营的弱点，创造了零售商业更多地获取规模效益的机会和途径。规模经济利益是连锁商店联结的纽带。连锁商店通过统一进货、统一管理、标准化经营降低了经营费用，以最小的资源发挥最大的效益，各分店共享经营管理技术，分享规模经营的优势，克服过去小规模经营的弱点，增强了抵抗市场风险和参与市场竞争的能力。

1、低费用。在连锁体系中，商品采购是由总部统一负责的，由于进货批量较大，因而可以获得价格折扣，从而降低进货价格和运输费用；同时，由总部为各分店配送货物时，可以选择最经济的运送流程，还可以减少各分店在进货时的运输浪费。在存货管理方面，由于总部统一进行货物管理，较之各单体商店管理节省许多费用。诸如，管理人员的费用开支、场地费用、商品损耗等，都比单独管理要节省。总部统一进行存货管理还可以使各连锁分店扩大营业面积，最大限度地提高商品销售额，增加经济效益。在广告宣传方面，由

于在连锁体系中，采用统一的企业识别系统，各店形态相似，商号相同。因此，做一个广告，各分店都能受益。它较之单体商店做广告要经济的多。连锁企业规模越大，连锁分店越多，其广告宣传所带来的收益就越大，平均每个连锁店所付出的广告费用就越少。另外，连锁商店统一设计装潢，也能节约费用支出。

2、高销售能力。连锁商店在销售能力方面，也具有显著的优势。一是在销售上连锁商店采取的分散经营、分散销售的方式，构成了一个庞大的销售网，有利于销售规模的扩大和市场占有率的提高。它通过各地的连锁分店，反映和了解各地市场情况和需求变化，不会象单体商店那样，经济效益易受外界因素影响，能保持比较平稳持续的发展趋势，不会有什么大起大落；二是在价格上，由于连锁商店大规模采购、统一广告宣传、专业化管理降低了费用，在商品定价时可以采取低价策略，为大规模销售创造了条件；三是在促销活动上，连锁商店规模大，分店多，可以集体促销，相互支援，造成很大的声势，较单体商店的促销效果要好；四是在服务上，连锁商店中的众多连锁分店，在一个地区或国家，甚至世界各地，构成了一个庞大而有序的服务网。在销售过程中，能为消费者提供统一规范的、高品质的服务，使消费者在不断地获得满意服务的同时，由点及面，对整个连锁体系产生信赖感和认同感。特别是在售后服务中，连锁商店采取的“一店销售、多家服务”的措施，可以保证更好地方便消费者，赢得消费者。

3、高组织化程度。连锁商店是商品流通领域一种组织化程序较高的组织形式，这种集零售、批发、甚至生产职能于

一身的组织形式，它和过去的“批发——零售”流通体系有着很大的不同。在“批发——零售”体系下，至少要经过两次信息反馈（即批发商反馈零售商的要求，零售商反馈消费者的要求），才能达成生产与消费的沟通；而连锁体系则把批发、零售两个环节统一在同一组织中，具有流通环节少，反馈信息快，流通效率高之优点。因此，连锁商店不仅可以根
据市场迅速调整经营结构，而且还可以自行或与生产厂家协作开发新商品，借助连锁体系庞大的销售网络和渠道，迅速地推向市场，满足消费者的需求，从而增强自己的实力。

4 资本集中速度快。在连锁经营中，特别是采用加盟连锁方式，能把众多单独资本迅速集中起来，形成整体力量，这是其它零售形态难以实现的。在同样的竞争条件下，资本集中程度高、速度快，可以及时抓住市场机会，带来收益和发展。

三、连锁经营的功能

西方发达国家连锁商店发展的历史说明，连锁商店是适应市场经济条件下，零售业社会化、现代化、国际化的有效经营方式，是社会经济发展的产物。连锁商店之所以能在竞争激烈的现代市场中占有重要地位，是与其自身的功能作用密不可分的。连锁经营的功能主要表现在以下几个方面：

1 促进零售业的进步。传统的零售经营是以柜台上人对人的销售，以手工操作为主的劳动密集型活动。经济效益的好坏，在很大程度上取决于售货人员的操作技巧，具有很多不确定因素。在连锁经营中广泛采用的是开架售货、买者自选方式。需求预测、经营计划、商品陈列、价格设定等经营管理技术的合理水平成为决定最终销售状况的主要因素。商

业经营转变成为一种可管理的技术密集性活动，使经营过程中的不确定因素相对减少。因此，在连锁经营中，比感性的柜台操作技术更为重要的是理性的经营运作技术和企业经营管理技术。

连锁商店集中、统一，不仅要在进货环节，而且要在销售环节实现。当连锁总部开发设计的同一种经营管理技术被广泛运用到众多的加盟店时，每个店铺、每件商品成交时负担的用于开发这种技术的费用就大大减少。运用这种技术的成员店越多，其经销量就越大，负担的平均费用就越少。从这个意义上说，连锁商店成员之间的技术共享是其规模效益的一种实现形式。因竞争之需要而实行保密的各种现代经营技术在企业内部的使用，由于连锁系统的日益扩大，越来越具有社会性，同时，由于连锁商店系统外的其它企业想获得这种技术可通过加入连锁经营系统而实现。因而，这种技术也就随之具有开放性。连锁经营中的技术诀窍的社会性和开放性，使现代连锁经营的技术优势不但转化为连锁商店系统的经济效益，而且可以转化为零售行业的社会经济效益，从而使商业生产力的迅速发展成为可能。

2 衔接产销。连锁商业把资本生产经营的大规模要求同分散化特点有机地结合起来，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零售形式。

零售活动与工业、农业不同。它的活动对象，一头是分散的单个消费者，经营机构要尽可能地接近消费者。分散化、单个化是零售商业的本质特征；另一头是现代化、社会化的大生产。经营机构要努力适应大规模的生产系统，并创造出与现代生产相适应的现代经营形式，这就是零售商业现代化

的内在要求。在这种情况下，零售商业的本质特征与零售商业的现代化要求是相矛盾的，在连锁经营出现以前，这种矛盾一直是制约零售经营现代化、规模化的障碍。连锁商店把现代生产经营的大规模要求与零售活动的分散化、单个性特点有机地结合在一起，创造了既不违背零售经营本质要求，又能实现大规模经营，适应大规模生产的零售形式，推动了零售商业向现代产业的转变。特别零售商业组织化程度的提高，促进了产销关系的有序化、规范化、现代化，使商品生产与消费过程更加统一。

3、扩大流通。连锁商店通过组织形式的多层次组合，使流通的载体——商业企业的迅速扩张成为可能，进而为流通规模的扩大及流通力的提高打下了良好的组织基础。连锁商店多层次组织形式的组合，使其在市场扩展方面有着其它零售经营形式不具备的独特优势，它使连锁商店总部可以凭借多种手段迅速将其经营意志、经营战略在全社会的范围内实施。

(1) 连锁商店可以凭借商业资本的聚集实现流通规模的扩大。连锁商店可依靠企业自身的盈利或利用股份制、股份合作制等形式集聚社会资金，扩大流通规模。

(2) 连锁商店可以凭借经营技术的优势，实现流通规模的扩大。连锁商店较传统的零售商业，在经营技术方面有许多优势，比如，网点选择、店面设置、广告宣传、集中采购、规范化销售、计算机管理等都有传统商店无法比拟的优势。在这种情况下，成员店通过加入连锁系统，可以实现经营技术共享，从而降低经营风险及经营管理的麻烦，确保自身的成功；同时也可以使连锁总部以更少的资金和人力，更为有效