

《连锁企业门店开发与设计》

图书基本信息

书名：《连锁企业门店开发与设计》

13位ISBN编号：9787030217363

10位ISBN编号：7030217365

出版时间：2008-8

出版社：科学出版社

作者：王吉方

页数：292

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《连锁企业门店开发与设计》

前言

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。连锁经营使复杂的业务活动在职能分工的基础上实现相对的简单化，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55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；第六章由寇长华编写；第七章由田志英编写；平建恒、肖书和、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。

《连锁企业门店开发与设计》

内容概要

书籍目录

第一章 连锁门店开发与设计概述

案例导入 连锁网点设计的窍门与启发

第一节 连锁经营与连锁门店

- 一、连锁经营与连锁店
- 二、连锁经营的特征
- 三、连锁总部与门店
- 四、连锁门店的开发与设计
- 五、连锁门店的类型

第二节 连锁门店业态的选择

- 一、连锁门店业态的选择
- 二、各种主要门店业态竞争格局
- 三、门店业态的发展趋势

第三节 连锁经营体系成功的基础——样板店

- 一、样板店的概念
- 二、建立样板店的作用和程序
- 三、样板店管理与“Know-How”体系的创建
- 四、样板店“Know-How”体系创建的十大原则
- 五、旗舰店

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 日本大荣超级市场的店铺开发政策

案例2 麦德龙欲改中国批发格局

第二章 连锁门店开发投资可行性分析

案例导入 开店生财：市场调研应先行

第一节 门店开发投资可行性研究

- 一、门店开发投资项目可行性研究的概念和作用
- 二、门店开发投资项目可行性研究的基本内容

第二节 门店开发投资可行性环境分析

- 一、门店开发投资环境的概念
- 二、门店开发投资环境的类型
- 三、门店开发投资环境的特征
- 四、门店开发投资环境分析的内容
- 五、门店开发投资环境分析的方法

第三节 门店开发投资构成分析

- 一、门店开发投资的构成
- 二、门店所需各类资产及其投资构成
- 三、门店投资规模估算

第四节 门店开发投资经济评价

- 一、经济评价的含义
- 二、门店开发的财务评价
- 三、门店开发的不确定性分析(选读)

小结

练习题

实训项目

案例分析

案例1 关于A住宅区开设日用食品超市可行性研究报告纲要

案例2 宏达公司体育用品专卖店投资现金流分析

案例3 三大连锁企业败长春

第三章 连锁门店选址策略

案例导入 老家肉饼开新店分析

第一节 连锁门店开发规划

- 一、开发新店的原则
- 二、开发新店的布点要求
- 三、新店开发的业态选择
- 四、开发新店的市场形态

第二节 商圈与商圈调查

- 一、商圈概述
- 二、商圈调查

第三节 连锁门店选址技术

- 一、连锁门店选址的重要性
- 二、连锁门店选址应遵循的原则
- 三、连锁门店选址应考虑的因素
- 四、连锁门店选址的程序
- 五、详细的店址评估报告
- 六、店址选择的注意事项

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 北京翠微大厦的商圈分析

案例2 肯德基的选址策略：我是这样立足中国的

第四章 连锁门店外部设计

案例导入 福奈特的店面形象设计

第一节 连锁店店面设计的原则与风格

- 一、连锁店铺外观设计的原则
- 二、店面的风格

第二节 连锁店名设计

- 一、门店命名的原则
- 二、连锁店名字体设计

第三节 店标与招牌设计

- 一、连锁店店标的设计
- 二、店铺招牌

第四节 门店门脸与橱窗设计

- 一、连锁店门的设计
- 二、连锁店铺橱窗的设计

第五节 连锁门店与外部环境的设计

- 一、停车场设计
- 二、连锁店铺周边道路、绿化、相邻建筑协调的设计

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 麦当劳店面设计成功的分析

案例2 润之酒家的命名策略

第五章 连锁门店卖场内部设计

案例导入 体育用品专卖店的软装潢

第一节 连锁卖场设计概述

- 一、连锁店铺卖场的含义
- 二、连锁店铺卖场设计的意义
- 三、连锁店铺卖场设计的原则
- 四、连锁店铺卖场设计的要求
- 五、卖场布局的基本类型
- 六、连锁卖场空间布局形态

第二节 连锁门店卖场通道与服务设施的设计

- 一、卖场通道设计
- 二、存包处、收银台、试衣间的设计
- 三、出入口、柜台和货架的设计
- 四、连锁门店卖场天花板、地板、墙壁的设计

第三节 连锁门店照明与声音的设计

- 一、卖场灯具与灯光设计
- 二、连锁卖场声音设计

第四节 连锁门店色彩的设计

- 一、色彩冷暖与语言
- 二、商品形象色

第五节 连锁门店其他要素的设计

- 一、连锁店卖场的气味设计
- 二、连锁店卖场的通风设计
- 三、POP设计

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 仙踪林休闲餐饮店

案例2 家电卖场店堂设计的基本要求

第六章 连锁门店CIS设计

案例导入 皇城根老北京炸酱面大王

第一节 连锁门店CIS设计概述

- 一、CI与CIS的含义
- 二、CIS的特征
- 三、MIS、BIS、VIS三者的关系

第二节 连锁门店理念识别系统

- 一、连锁门店理念识别系统概述
- 二、连锁门店理念识别系统的特点
- 三、连锁门店理念识别系统的作用
- 四、连锁门店理念形成的途径
- 五、连锁门店MIS构成要素设计

第三节 连锁门店行为识别系统

- 一、连锁门店行为识别系统概述
- 二、连锁门店内部行为识别系统的构建
- 三、连锁门店外部行为识别系统的构建

第四节 连锁门店视觉识别系统

- 一、连锁门店视觉识别系统概述
- 二、VIS设计的基本程序

三、VIS应用要素系统设计表

四、VIS的基本要素设计——标志设计

五、VIS的基本要素设计——标准字设计

六、陈列展示创新的原则

第五节 连锁门店听觉识别系统

一、连锁门店听觉识别系统的概念

二、听觉识别系统的构成

三、听觉识别系统的作用

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 从可口可乐“变脸”浅谈CI发展趋势

案例2 麦当劳CIS设计

第七章 连锁门店商品陈列设计

案例导入 百事可乐卓有成效的生动化陈列

第一节 连锁门店商品配置策略

一、连锁门店商品布局的原则

二、连锁门店商品布局的影响因素

三、连锁门店商品布局的重要理论

四、连锁门店商品布局的方法

第二节 连锁门店商品陈列原则与区域

一、商品陈列的原则与程序

二、商品陈列区域设计与货架分段

第三节 连锁门店日杂货陈列技巧

一、日杂货陈列设计

二、日配品陈列设计

第四节 连锁门店生鲜品陈列技巧

一、水产品陈列技巧设计

二、蔬菜、果品陈列技巧设计

第五节 连锁门店电器陈列技巧

一、电器知识与陈列原则

二、电器产品陈列技巧

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

案例1 家乐福为什么叫好又叫座

案例2 连邦软件专卖店的商品布局与陈列

第八章 连锁门店开业、庆典策略

案例导入 老百姓大药房杭州店开业亲情月系列活动

第一节 连锁门店开业前的准备工作

一、连锁门店开业前的相关法律手续

二、开业前必备的检查工作

三、开业时管理思想的确定

四、试营业

第二节 连锁门店的开业策略

一、连锁门店开业的内涵

二、连锁门店开业的策略

第三节 连锁门店的店庆策略

一、连锁门店店庆设计的认识

二、连锁门店店庆的原则

小结

复习思考题

实训项目

案例分析

北京华联商厦开业庆典暨开业促销企划案

参考文献

章节摘录

1. 商圈调查报告 详见本章第二节相关内容介绍。 2. 法律事务报告 主要是把开店业务中连锁企业同有关各方的法律事务问题，考虑清楚并形成书面文字，以供操作中参考，如房产合约的事项。房地产合同是一项非常复杂的合同，双方应认真负责地签订，并备有4份正本，双方各执2份各查。有房产所有权和使用权的过户和转移资料。如果开店房产以前有过转让，连锁企业必须事先取得最后一份转让记录，以兹证明协谈对方确实为持有人；并在权利义务方面详阅是否载入优先承租、承购权的规定。此外，还有营业执照的取得及合法性的问题；有房产是否抵押、质押的问题；有当地政府的政策是否支持开店行业的问题（如网吧所遇到的政策危机）；有当地的城市经营与建设的土地规划问题。

3. 财务预测报告 财务预测报告是指从资本运营的角度，分析投入与产出，从而获得近期和远期投资收益的分析报告，以作为开店时的参考。财务预测报告包括以下内容：

- 1) 租金。开店房产以前的租金水平及当地的平均租金，这些从当地的政府资料和房地产中介公司处可了解到。
- 2) 损益平衡分析。根据商业区调研及租金试算而界定出合理的投资成本，并进而决定出营业额的预设标准及逐年成长目标，以便保障盈利的稳定。损益平衡点的掌控也是攸关该地点是否能合理承租的必要条件。
- 3) 前税单。找出最后一期房屋税及地价税单，将有助于了解房产的价值，并可作为未来税额核定及交易谈判的参考。
- 4) 租税费政策。当地的租税费政策对于新开店的盈利有重要影响。
- 5) 新建店的投资情况。如果进行施工建设新店，则需考虑土地成本、建安成本、装修成本、政府税费、行业供应（如煤、水、电、气、通风的成本等，有的叫大市政费）。

《连锁企业门店开发与设计》

精彩短评

- 1、实例很有用，值得借鉴
- 2、拼凑的书，超烂！这可是教材，这要祸害多少小盆友啊。。。

《连锁企业门店开发与设计》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com