



2010 年度广东连锁五十强 分析报告

广东省连锁经营协会
二〇一一年六月十五日

2010 年，根据《广东省委省政府关于实施扩大内需战略的决定》，连锁经营企业加快转变发展方式，挖掘居民消费潜力，满足多样性、个性化的消费需求，着力推动我省商贸经济发展加快由总量规模型向质量效益型转变，由外需拉动为主向内外需协调拉动转变，推动全省经济平稳较快发展。

一、总体发展状况

以连锁经营为主要发展方式的商贸服务业已开始成为引导生产和消费的先导性行业。调查显示，广东连锁五十强企业销售规模达到 2784.4 亿元，占全省社会消费品零售总额的 16.0%，连锁门店总数达到 44338 间，同比增长 22.1%，经营业态主要覆盖超市、百货店、便利店、专业店、专卖店、餐饮店、酒店休闲等。

华润万家有限公司以 718.0 亿元的销售规模位居连锁五十强榜首，沃尔玛（中国）投资有限公司、百丽国际控股有限公司、新一佳超市有限公司、天虹商场股份有限公司分别以 400.0 亿元、237.1 亿元、174.1 亿元、147.1 亿元的销售规模排名第二至五位，前 5 家企业总部均设于深圳市，在全国范围内布点扩张，成为所在领域的领先企业。除华润万家有限公司等 15 家广东企业入围中国连锁经营百强外，连锁五十强中还有百丽国际控股有限公司、广东物资集团汽车贸易公司、新协力集团有限公司、中域电讯连锁集团股份有限公司、中山市壹加壹商业连锁有限公司等 5 家区域强势企业超过中国连锁百强的第 100 位市场销售规模。

二、广东连锁五十强发展特点

（一）企业总部集中在珠三角地区

2010 年，连锁五十强企业 48 家分布在珠三角地区，其中又以广州、深圳、东莞等三市为主，广州 18 家、深圳 15 家、东莞 10 家。粤东和粤西地区各只有 1 家上榜。

18 家广州企业实现销售规模 536.5 亿元，同比增长 20.8%；15 家深圳企业实现销售规模 2004.1 亿元，同比增长 13.0%；10 家东莞企业实现销售规模 126.5 亿元，同比增长 37.6%。从企业销售规模来看，深圳企业规模远高于广州和东莞。但从整体增速来看，广州和东莞企业发展速度较快。

（二）超市发展放缓拉低整体销售增速

2010 年，连锁五十强企业销售规模同比增长 15.7%，低于广东省社会消费品零售总额增速 1.6 个百分点，主要原因是占据连锁五十强销售比重达 56.8%的超市业态销售增速明显放缓，同比增速仅 9.6%。但是，中山市壹加壹商业连锁有限公司等 4 家本土区域性企业市场增速高于超市业态整体增速，并高于外资超市销售规模增速，领跑超市业态发展。

连锁五十强企业的经营业态主要是超市、百货店、便利店，手机通信、药店、汽车零售等专业店，珠宝饰品、服装鞋类等专卖店，餐饮业以及酒店休闲业。其中，便利店、珠宝饰品专卖店和手机通信专业店等销售增速居前三位，分别为 43.1%、31.0%、29.9%。

（三）企业区域发展优势明显

广东省连锁经营企业进入迅速发展和积极扩展时期，连锁五十强企业 37 家已实现跨省经营。但调查显示，13 家深耕区域市场的省内经营企业门店净增增速达到 23.6%，高于跨省经营企业门店发展速度 1.8 个百分点，市场规模同期增速达到 27.2%，远高于跨省经营企业。

与此同时，跨省经营企业在发展过程中仍表现出明显的区域性特点，如截止 2010 年 12 月 31 日，天虹商场股份有限公司华南区域门店数量占全国的 66.7%，人人乐连锁商业集团股份有限公司华南区域营业收入占全国的 45.8%……这些企业仍坚持区域聚集战略，密集布点获取区域规模优势，充分显示出广东丰富的购买力资源和良好的市场前景。

（四）企业加快资本运营

2010 年，天虹商场股份有限公司、人人乐连锁商业集团股份有限公司、东莞市搜于特服装股份有限公司、广东潮宏基实业股份有限公司在深圳证券交易所挂牌上市，深圳岁宝百货有限公司在香港交易所上市挂牌，我省商业连锁类上市企业由 8 家增至 13 家。

新增的 5 家上市企业全年营业总收入 221.3 亿元，同比增长 20.6%，门店总数 1331 家，同比增长 17.9%。13 家商业连锁类上市企业营业总收入达到 646.7 亿元，占连锁五十强销售规模的 23.2%；门店总数 18746 个，占连锁五十强门店总数的 42.3%。连锁经营继续吸引资本市场关注，更多企业加快上市融资步伐，中域电讯连锁集

团股份有限公司、千禧之星珠宝股份有限公司、广东哎呀呀饰品连锁股份有限公司、广州摩登百货股份有限公司、广州酒家集团股份有限公司、广州卡奴迪路服饰股份有限公司等多家企业已完成股份制改革，加快推进企业上市进程。

（五）特许经营企业快速发展

特许经营最早在广东引进并繁荣发展，一批领先的典范与标杆企业引领我国商业特许经营的发展潮流。美宜佳、绿茵阁、流行美、富隆、小猪班纳、潮宏基等品牌在所在领域市场地位居全国领先水平。

连锁五十强企业中，26 家以特许经营方式从事商业活动，门店总数 22807 间，其中特许加盟门店占比 74.3%，为 16986 间。特许经营企业市场销售规模为 455.7 亿元，同比增速达到 28.0%，远高于非特许经营企业的 13.6% 的市场增速。

连锁五十强企业中 3 家便利店企业全部采用特许经营方式，11 家专业店企业中 6 家采取特许经营方式，11 家专卖店企业中 9 家采取特许经营方式，5 家餐饮企业中 4 家采取特许经营方式。特许经营已经成为便利店、专业店、专卖店和餐饮店等企业采用的重要品牌拓展方式。

（六）企业加快发展电子商务

2010 年，天虹商场股份有限公司、广东潮宏基实业股份有限公司、深圳市海王星辰医药有限公司、深圳市恒波商业连锁股份有限公司、东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司、中山市壹加壹商业连锁有限公司等 6 家企业在优化有形连锁网络布局的同时着力发展网络

商城，为消费者提供多层次销售渠道选择。截止 2010 年 12 月 31 日，连锁五十强企业中已有 25 家企业开展了网络零售业务。

（七）企业往多元化方向发展

2010 年，华润万家有限公司推出“欢乐颂”购物中心，人人乐连锁商业集团股份有限公司推出“美乐电器”专业店品牌，新一佳超市有限公司投资组建“伊佳百货”，天虹商场股份有限公司试水高端百货推出“君尚百货”，广州市广百股份有限公司创立年轻时尚主题百货“GBF 风尚广百”，永旺在国内首次引入食品型精品超市业态，百佳开设高端超市“TASTE”，岁宝百货控股（中国）有限公司开设首间便利店，广州酒家集团股份有限公司计划推出高端品牌“天极品”，味千（中国）控股有限公司规划开设新品牌餐厅或美食城……为适应市场不断变化，满足消费需求不断改变，连锁企业积极探索并实践多业态或多品牌发展的可行性。

三、主要业态发展概况

（一）超市

超市企业加快进入社区商业中心步伐，并针对不同区域市场消费者特点，实行细分多品牌协同发展策略，向兼营百货店或便利店方向发展；在优化有形连锁网络布局的同时，企业着力发展电子商务业务，搭建无形零售网络；供应链管理向上游延伸，通过建设和改造物流配送中心、实施“农超对接”直接与原产地合作、改善供应商合作模式等建立可持续发展的战略联盟来巩固超市核心竞争优势。2010 年，

受新店或新区域培育期亏损、租金成本和人工成本上涨影响，超市整体表现不佳，连锁五十强超市业态实现销售规模 1582.9 亿元，同比增长 9.6%，门店总数 4702 间，净增门店 415 间，同比增长 9.7%。

2010 年，华润万家有限公司继续坚定实施“全国发展、区域领先、多业态协同”策略，年内净增门店 228 间，开设首间“欢乐颂”购物中心，并成功收购“太平洋咖啡”，为多业态业务模式注入新元素，与此同时，公司致力于推进超市和华润堂、中艺等专业店的协同发展，提升企业的社会影响力。

新一佳超市有限公司从整合商品资源、自有品牌商品开发和管理以及降低商品损耗等方面发掘毛利率提升空间，并投资组建“伊佳百货”，提升品牌形象和寻找新的利润增长点。

人人乐连锁商业集团股份有限公司积极尝试业态组合创新，将超市、百货、家电、家居、品牌专卖、餐饮、娱乐等有机组合，其中专业百货营业收入较去年同期上涨了 154.1%，并在全国完成了 12 家门店家电品类的样板店改造。

在超市业态整体业绩不佳背景下，佳华百货控股有限公司增加百货品牌项目和提升品牌档次，提升综合竞争力及盈利能力。2010 年，公司实现营业收入 8.5 亿元，扭转上年负增长发展局面。

调查显示，沃尔玛（中国）投资有限公司、永旺（中国内地）和百佳超市（中国内地）等 3 家外资企业实现销售规模 505.1 亿元，同比增长 16.1%，门店总数 290 间，同比增长 18.9%。

中山市壹加壹商业连锁有限公司、东莞市嘉荣超市有限公司、佛

山市顺德区乐从供销集团顾客隆商场有限公司、茂名市明湖百货有限公司等 4 家区域性企业实现销售规模 59.7 亿元，同比增长 29.7%，发展速度快于超市业态整体增速，且超过外资超市销售规模增速，区域强势企业领跑行业发展；门店总数 1019 间，同比增长 12.2%，低于销售规模同比增速，企业营运管理质量良好。

2010 年，东莞市嘉荣超市有限公司启用 SPAR 洪梅配送中心、全面升级客服工作；中山市壹加壹商业连锁有限公司加快发展便利店业态、推出网上商城；顾客隆商场有限公司推出网上商城、扩充和整改配送中心……。中山市壹加壹商业连锁有限公司等 4 家企业立足总部所在地，随着销售规模的扩大，商品直采比重提高，进而提升商品毛利率，同时配合网点的稳步扩展提升物流配送体系，逐步成长为当地乃至广东省连锁经营龙头企业。

（二）百货店

百货企业依托内需市场良好发展势头，通过门店扩张、收购等手段加快跨区域拓展速度；通过优化商品、服务、营销等网络建设和业态、服务、业务模式创新等夯实管理基础，提升竞争优势。百货业态呈现出企业经营连锁化、规模不断扩大、市场集中度不断提高的发展趋势，全年新增天虹商场股份有限公司和岁宝百货控股（中国）有限公司百货零售类上市公司。连锁五十强百货店业态实现销售规模 380.8 亿元，同比增长 24.0%，增速高于超市企业发展速度；门店总数 132 间，净增门店 30 间，同比增长 29.4%。

在资本力量的助推下，天虹商场股份有限公司全年新开门店 6 间，

并试水高端百货推出“君尚百货”，同时推出网上天虹购物平台；岁宝百货控股（中国）有限公司新开百货店2间，新店增添全新休闲设施如立体影院及更多餐饮店，并开设首家24小时便利店。广州市广百股份有限公司新开门店4间，成功开拓武汉店和成都店，首次实现跨出广东，新创立年轻时尚主题百货“GBF风尚广百”，与广百百货和新大新百货形成错位经营；广州友谊集团股份有限公司新开广州国金店，完成环市东店扩场项目开设男士服饰主题馆；茂业国际控股有限公司通过收购、自建及租赁方式净增门店14间，初步实现在华南、西南、华北、华东区域的全国战略部署。

广州民营百货代表广州摩登百货股份有限公司年内在广州花都和增城新塘连开2间门店，为冲击资本市场再添筹码。截至2010年12月31日，广州摩登百货股份有限公司门店总数达到6间，年销售规模8.8亿元，同比增长16.0%。

2010年，广东益华百货有限公司继续加大力度推进门店调整改造，实现门店内生性增长；完善企业制度建设，抓好经营风险防范管理；优化人力资源配置，扎实有序地开展内部人才选拔以及外部人员招聘工作。一系列规范运作措施为公司2011年实现跨区域发展做好准备。

（三）便利店

2010年，广东便利店迈过起步发展阶段，进入快速发展期。在珠三角地区，便利店同业竞争加剧，外资企业以其成熟的经营模式、优势的物流体系、充足的资金以及强大的产品开发能力加快市场拓

展；本土企业加大投入到配送中心、信息系统、人员培训等门店支撑系统的建设和维护，在非中心商业区等间隙市场密集布点，避开与外资企业的直接竞争。据不完全统计，全省拥有超过 100 间便利店（含加盟店）的企业有 17 家，总部主要分布在广州、深圳和东莞。连锁五十强便利店业态实现销售规模 37.9 亿元，同比增长 43.1%，增速远高于其他经营业态发展速度；门店总数 5460 间，净增门店 902 间，同比增长 19.8%。

2010 年，美宜佳便利店有限公司坚持“家庭生活服务中心”的市场定位，基于企业总部、供应商、加盟商以及家庭消费者等各方面需求，以及现有门店的发展基础，初次涉足电子商务领域，推出美宜佳生活馆，通过“实体店+网上商城+商品目录+呼叫中心”四位一体的全方位的服务模式，力求实现实体店与网上商城融合发展，为门店提升盈利水平创造更多机会。美宜佳生活馆会员数量已超过 32 万，新鲜水果、食品饮料、冷藏冷冻品、个人护理用品以及电器数码等类别销售呈现出良好的上升趋势。

东莞市天福便利店有限公司实施“天福”和“想家”双品牌运作，六年发展门店 1360 间，成为便利店创业史上发展最快的企业之一。2010 年，公司在东莞市高埗镇新建物流配送中心，提升商品配送效率，保持稳步高速发展状态，全年公司实现销售规模 9.8 亿元，同比增长 30%，门店总数 1360 间，净增门店 272 间，同比增长 25.0%。

东莞市星瀚商贸有限公司开创的“直营+加盟+托管+改造”，成为规模扩张、品牌推广、占领市场策略的“上好”模式，2009 年成

为首个成功引入风险投资的便利店企业。2010 年，公司实现销售规模 7.2 亿元，同比增长 49.2%，并顺利拿到泛亚基金投资，宣布正式启动上市计划。

（四）专业店

1、药店

新医改及其相关配套措施不断得以贯彻和实施，外部环境变化带来挑战和机遇，企业在激烈的市场竞争中提炼核心竞争力和加强自身竞争优势。2010 年，连锁药店企业在原有定位和产品结构基础上加强内部管理和营销创新的同时，开始大规模的“全面转型”。深圳市海王星辰医药有限公司和广东大参林连锁药店有限公司等领先企业率先战略转型，成为药店业态发展的新风向标。前述两家入围企业以 34.0 亿元和 30.6 亿元销售规模，分列年度广东连锁五十强第十五位和第十六位、年度中国药店百强排行榜第一位和第五位。

2010 年，深圳市海王星辰医药有限公司由最初的“健康药房定位”衍变为“社区居民基本生活一站式购物平台”，围绕“大健康、大生活”引进日常洗护品等新品类，以商品陈列的空间管理和新品的深度营销为手段，并通过加强药品、健康食品、居家用品和日常洗护品等的专业统筹管理有效地避免盲目多元化。同时，为打造“家庭一站式购物平台”，公司在 2010 年开始尝试药店目录销售，并搭建网上购物平台（星辰商城），实践线上线下零售业务的有效整合。调查显示，2010 年海王星辰可比门店每日平均销售较上年同期提升 2.0%，毛利率较上年同期提高 1%至 49.4%。

2010 年，广东大参林连锁药店有限公司将门店按目标消费群，分成药品便利店、健与美店、旗舰店和参茸专门店等四种模式，并在年内着力变革提升管理，按照准上市公司的要求加快完善企业管理制度，使公司向更有序、更规范、更健全的现代化企业方向发展。2010 年，公司收购河南健康人和广东柏康 51%的股权，“上市大联盟”成员数增至 6 家，门店总数达到 1000 间，销售规模较上年同期增长 19.5%至 30.6 亿元。

2、手机通信

3G 时代，中国市场正在回归移动通信运营商主导市场的格局，曾经主导手机零售市场的手机专业店面临巨大的生存危机。顾客消费正从商品逐步向品牌、服务再向体验过渡，对渠道销售和服务模式的需求更加多元化，给企业发展带来新机遇。

2010 年，手机专业店企业积极融入以通信运营商为主导的供货平台、物流资金平台和零售合作平台；认真研究消费行为，通过终端定制与应用的开发来加大对顾客的深度服务；以市场为导向，加强品类管理，创新营销模式并积极发展网点进行突围。连锁五十强手机通信行业实现销售规模 79.2 亿元，同比增长 29.9%，门店总数 3087 间，净增门店 819 间，同比增长 36.1%。

广东骏和通信设备连锁销售有限公司跟随中国移动通信集团广东有限公司终端拓展的步伐，与之合作建设“沟通 100 服营厅”、“引商入柜”项目，以及移动定制终端服务平台项目；深圳市恒波商业连锁股份有限公司与中国电信股份有限公司广东分公司深度合作；

广东广信通信服务有限公司战略定位为“通信运营商的服务商”，全面承接中国电信营业厅运营；中域电讯连锁集团股份有限公司、广东大地通讯连锁服务有限公司等也都与移动通信运营商达成战略合作。2010年，通信运营商之间的渠道战激烈，区域性大型手机连锁商渠道资源也是通信运营商的争夺重点，为手机连锁商带来发展机遇。

2010年，广东大地通讯连锁服务有限公司大力推行智酷终端新模式店，构建以手机销售为中心，以“满足客户需求”为重心的服务模式，即导入移动信息产品和手机应用功能产品，从手机周边应用到增值服务延伸，为顾客带来全新消费体验。深圳市恒波商业连锁股份有限公司启动“移动互联体验创行家”战略，为追求个性与潮流的年轻时尚一族打造专属平台，提供移动互联全套个性化服务及适合用户生活方式的最佳解决方案。

3、汽车零售

2010年，汽车零售商从关注汽车经销网络的拓展，逐步转向加强和提升以客户为导向的售后及物流业务，为客户提供全方位汽车解决方案。2010年，广东物资集团汽车贸易公司和广东新协力集团有限公司继续开拓和加强在快修店、二手车、汽车租赁、保险经纪代理、汽车金融代理服务等业务，并通过各种方式对各级高管及员工进行内部培训和外部培训，保证更好的服务于客户。

2010年，广东物资集团汽车贸易公司实现销售规模112.5亿元，同比增长20.9%，门店总数80间，同比增长11.1%；广东新协力集团有限公司实现销售规模38.0亿元，同比增长13.0%，门店总数61间，

同比增长5%。13141400007

4、酒类零售

葡萄酒的生产及饮用已有逾5000年历史，我国直到2000年前后，随着消费习惯改变、消费理念提升，葡萄酒行业进入发展时期，经营葡萄酒的连锁企业不断涌现。广州市富隆酒窖酒业有限公司主营中高端精品葡萄酒销售，积极推广葡萄酒文化，塑造品牌文化价值，扩大品牌影响力。2010年，被南方报业集团评为“亚运推荐葡萄酒供应商”，全年实现销售规模4.7亿元，同比增长37.0%，门店总数224间，同比增长23%。

（五）专卖店

1、珠宝首饰

珠宝首饰行业可分为金银珠宝饰品、半宝石饰品和流行时尚饰品等层次，随着黄金珠宝饰品趋向注重美化功能、趋向时尚化，流行时尚饰品因产品品位的提高从黄金珠宝饰品汲取营养，而逐步趋向珠宝化，不同层次的饰品连锁店正在相互借鉴和融合。2010年，国际金价升势凌厉，国内珠宝首饰（特别是黄金产品）消费呈现高速发展态势，成为继住房、汽车之后中国老百姓的第三大消费热点。流行时尚饰品业近年正处于一个高速发展时期。国内珠宝饰品企业借鉴国际品牌先进的管理经验、灵活的经营机制、国际化的设计理念、精湛的生产技术以及先进的营销理念，已进入品牌化运作和竞争阶段并呈现快速发展势头。连锁五十强珠宝首饰行业实现销售规模36.0亿元，同比增长31.0%，门店总数5684间，净增门店1117间，同比增长24.5%。

广东潮宏基实业股份有限公司立足K金珠宝首饰市场，通过领先的设计和工艺，将中国传统文化与国际时尚潮流相结合，以此获取差异化产品溢价，并借此优势成功实践“品牌经营+产品设计+连锁销售”一体化的商业模式，成功在深圳证券交易所挂牌上市。2010年，公司推出网上商城，基本形成“以百货渠道为主，专卖店和电子商务为辅”的多层次复合型渠道模式，为消费者提供更多销售渠道选择，得到市场和消费者认同。公司实现销售规模9.7亿元，同比增长45.9%，其中定位中高端市场的“潮宏基”品牌销售规模8.77亿元，同比增长47.0%，面向20-35岁的年轻职业女性的“VENTI”品牌销售规模0.94亿元，同比增长36.7%。

市场竞争已经转向设计款式和品牌文化的竞争，千禧之星珠宝股份有限公司以中国传统珠宝镶嵌工艺为依托，吸收借鉴国际先进设计理念和工艺技术，用珠宝首饰演绎中西文化，传播倡导珠宝情感文化。2010年，千禧之星珠宝股份有限公司实现销售规模8.5亿元，连锁门店（含特许加盟店）达到362间。

2010年，广州市流行美商业有限公司启动“高雅，触手可及”品牌战略：为每一个都市女性提供高雅的造型服务，开创的独特营销模式引领发饰零售的新潮流。年内，公司推出全新旗舰店，开创发饰行业珠宝化操作模式，并在新的品牌规划下，门店服务范围从“免费发型设计+发饰零售”上升至以颈部以上为主的整体形象塑造。2010年，公司渠道网络覆盖全国23个省、5个自治区和4个直辖市，在北京、成都、武汉、苏州、广州建立了5个管理中心，全国范围内有

2107 间门店，全年实现销售额 9.6 亿元。哎呀呀依靠快时尚策略，以平价快速的时尚产品款式，吸引众多年轻时尚的女孩。2010 年，广东哎呀呀饰品连锁股份有限公司门店总数达到 2848 间，年度销售规模达到 8.3 亿元，同比增长 50%。

2、服装鞋类

服装鞋类企业加快拓展网点，着力提升管理软实力，优化供应商资源，提升供应链效率；重视产品设计开发，挖掘自身的品牌个性，以差异化领先避开同质化竞争；加大推广力度提高品牌知名度；继续在开拓新市场、探索新模式、培养新的经营管理技能方面进行积极探索。连锁五十强服装鞋类行业实现销售规模 300.5 亿元，同比增长 23.3%，门店总数 17941 间，净增门店 3762 间，同比增长 26.5%。

百丽国际控股有限公司将增长方式从主要依靠网点扩张，转变为网络拓展和提高单店产出两条腿走路，通过对原有系统内门店加强营销管理，提高货品运作能力、优化存货结构；对并购业务进行业务模式改造提升盈利能力。2010年，公司全年实现营业收入237.1亿元，同比增长20.0%，经营利润提升40.3%至39.6亿元，新开门店2357间，实现良性的规模增长。佛山星期六鞋业股份有限公司在品牌推广上加大投入，全年广告宣传投入增加近1500万元，积极传播公司品牌所倡导的生活理念与生活态度。2010年，公司全年实现营业收入11.4亿元，同比增长29.9%，净增门店304间。

东莞市搜于特服装股份有限公司在深圳市证券交易所成功上市后销售规模和门店数量都有了质的提升。2010年，公司销售规模15.5

亿元，同比增长67.1%，门店总数 1166家，同比增长44.0%。广州卡奴迪路服饰股份有限公司主营高级男装服饰，在国内市场占有重要一席，与国际一、二线品牌同场竞争，2010年实现销售规模9.1亿元，同比增长35.0%。

深圳市巨昌时装有限公司推崇“黑白就是色彩”的经典时尚，旗下女装品牌珂罗娜CORONA秉承创新、简约、时尚的设计理念，以其独特的魅力成为黑白时尚的代名词。2010年，公司实现销售规模13.4亿元，同比增长21.0%，门店总数656间，同比增长20.0%。

（六）餐饮业

餐饮企业按照现代工业制度要求规范化运作和连锁化发展，并将管理重心逐步向前台销售和顾客服务等门店管理转移；调整采购策略，减轻原材料和人工成本上涨压力；加大品牌建设力度，将行业竞争提升到产品与品牌竞争层次；探索多业态或多品牌经营，向细分市场渗透。2010年，连锁五十强餐饮业企业实现销售规模42.1亿元，同比增长25.2%，门店总数955间，净增门店194间，同比增长20.2%。

广州酒家集团股份有限公司完成股份制改造后，加快整合集团品牌、技术、管理、资金等资源优势，在餐饮和食品零售连锁为主业的同时，推出全新高端商务宴请品牌“天极品”。2010年，公司连锁门店销售规模5.6亿元，同比增长42.1%，门店总数57间，同比增长26.7%，其中利口福连锁店新开11间增至47间。

味千（中国）控股有限公司稳步拓展市场提高市场渗透，全年净

增门店108间；通过调整采购渠道并增加原材料品种的多样性有效控制原材料成本，将门店运营维持在相对较高的毛利率水平；规划开设新品牌餐厅或美食城，透过多品牌策略渗透不同市场阶层提高市场占有率。2010年，公司实现销售收入22.4亿元，同比增长35.0%，毛利上升33.9%。

广州市绿茵阁餐饮连锁有限公司超越纯西餐概念，以文化为底蕴、以品牌为依托、以连锁经营为武器，面向全国开设连锁西餐厅，成功实现西餐从贵族化到大众化改造，成为西餐中国化的融合者。2010年，广州市绿茵阁餐饮连锁有限公司销售规模达到9.0亿元，同比增长12.0%，门店总数98间。

东莞市蒙自源饮食有限公司将国际和时尚元素注入到传统美食云南过桥米线，追求高品质和原生态，开创出民族特色的中式快餐新潮流。2010年，公司销售规模4.8亿元，同比增长11.5%，门店总数达到200间，同比增长5.0%。

东莞欧索米萝餐饮服务有限公司旗下欧索米萝秉承上岛咖啡的优良传统和工艺，更以其品质服务、文化氛围、复合式产品以及经营策略赢得消费者。同时，公司全权经营广东、广西、云南三省的上岛咖啡品牌特许加盟业务。2010年，东莞欧索米萝餐饮服务有限公司销售规模10.9亿元，同比增长18.0%，门店总数298间，同比增长18%，其中欧索米萝全年销售5.6亿元，同比增长18%。

（七）酒店娱乐业

七天四季酒店（广州）有限公司、广东大地影院建设有限公司分别主营经济性酒店和电影院的经营管理，入围2010年广东连锁五十强榜单。

七天四季酒店（广州）有限公司基于客户群的独特需求，携手广发银行推出广发7天联名卡、银联标准信用卡，为1300万会员提供更加安全和便捷的网上支付服务；携手雅兰集团将床垫升级为护脊床垫，提供更高品质的全新睡眠体验；积极探索绿色环保酒店模式，率先将一次性酒店用品从房价中剥离，代以高品质酒店用品，顾客自主选择。公司再度回归高速扩张轨道，2010年新开分店231家，等于前两年新开店数的总和，创下行业年新开分店纪录，实现业绩的大幅增长及盈利，营业总收入15.0亿元，同比增长31.3%。

广东大地影院建设有限公司旗下品牌大地数字影院，以国内二、三线城市为主打市场，以多元化营销手段开拓和培养电影消费群，以平民化的价格获得电影观众的青睐。2010年，公司营业收入3.9亿元，同比增长172%，影院总数81间，同比增长58%。

四、结语

2010年，面对极为复杂的国内外经济环境，广东连锁五十强企业不断创新发展，保持强劲增长势头，在扩大内需，拉动消费上发挥重要作用。但通货膨胀、原材料价格上升、租金和人工成本上涨、管理人才短缺等因素，给企业的发展带来压力和挑战。

2011年，是“十二五”规划的开局之年，随着收入分配制度改

革的推进，居民收入水平的提升，消费将进一步升级，消费市场进一步繁荣。同时，国家将继续实施扩大内需、鼓励消费、优化消费环境的一系列政策措施，为释放消费潜力创造了有利条件，将推动广东连锁经营持续健康发展。

2010年度广东连锁五十强

排名	公司名称	2010 年销售总额 (万元, 含税)	同比增长 (%)	门店总数 (间)	同比增长 (%)
1	华润万家有限公司	7180000	5.6	3155	7.8
2	沃尔玛(中国)投资有限公司	4000000	17.6	219	25.1
3	百丽国际控股有限公司	*2370589	20.0	12139	24.1
4	新一佳超市有限公司	1741320	1.0	112	2.8
5	天虹商场股份有限公司	1470557	26.6	44	18.9
6	人人乐连锁商业集团股份有限公司	1174832	14.5	108	20.0
7	广东物资集团汽车贸易公司	1125446	20.9	80	11.1
8	广州屈臣氏个人用品商店有限公司	800000	45.5	800	45.5
9	茂业国际控股有限公司	726669	49.7	36	63.6
10	广州市广百股份有限公司	677596	5.3	23	21.1
11	永旺(中国内地)	662620	11.9	27	28.6
12	广州友谊集团股份有限公司	415000	21.0	5	25.0
13	百佳超市(中国内地)	388282	8.4	44	12.8
14	新协力集团有限公司	379866	13.0	61	5.0
15	深圳市海王星辰医药有限公司	340000	9.7	2990	4.1
16	广东大参林连锁药店有限公司	306000	19.5	1000	25.0
17	深圳岁宝百货有限公司	288772	15.5	13	18.2
18	中域电讯连锁集团股份有限公司	261855	23.4	1310	30.4
19	中山市壹加壹商业连锁有限公司	236922	32.8	41	2.5
20	味千(中国)控股有限公司	*223913	35.0	506	27.1
21	东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司	210000	48.0	2800	17.6
22	深圳市恒波商业连锁股份有限公司	180465	15.2	481	130.0
23	东莞市搜于特服装股份有限公司	154883	67.1	1166	44.0
24	广东大地通讯连锁服务有限公司	151898	44.1	749	19.6
25	七天四季酒店(广州)有限公司	149900	31.3	568	68.0

26	茂名市明湖百货有限公司	148241	18.5	740	9.6
27	广东益华百货有限公司	141266	27.0	5	0.0
28	深圳市巨昌时装有限公司	134231	21.0	656	20.0
29	东莞市嘉荣超市有限公司	116269	40.8	33	50.0
30	佛山星期六鞋业股份有限公司	*114306	29.9	1713	21.6
31	东莞欧索米萝餐饮服务有限公司	108635	18.0	298	18.0
32	广东广信通信服务有限公司	106100	53.0	149	25.0
33	东莞市天福便利店有限公司	97920	30.0	1360	25.0
34	广东潮宏基实业股份有限公司	97062	45.9	367	21.9
35	广州市流行美商业有限公司	95900	20.2	2107	10.1
36	佛山市顺德区乐从供销集团顾客隆商场有限公司	95755	28.5	205	20.0
37	广州卡奴迪路服饰股份有限公司	91470	35.0	267	33.0
38	仙妮蕾德（中国）有限公司	92000	5.0	1202	5.0
39	广东骏和通信设备连锁销售有限公司	91192	39.1	398	29.2
40	广州市绿茵阁餐饮连锁有限公司	89547	12.0	98	25.0
41	广州摩登百货股份有限公司	87896	16.0	6	50.0
42	千禧之星珠宝股份有限公司	84966	15.0	362	14.0
43	佳华百货控股有限公司	*84927	3.6	18	0.0
44	广东哎呀呀饰品连锁股份有限公司	82500	50.0	2848	40.0
45	东莞市星瀚商贸有限公司	71535	49.2	1300	19.4
46	广州酒家集团股份有限公司	56152	42.1	57	26.7
47	东莞市蒙自源饮食有限公司	48070	11.5	200	5.0
48	广州市富隆酒窖酒业有限公司	47073	37.0	224	23.0
49	东莞市小猪班纳服饰有限公司	43498	69.1	1248	53.5
50	广东大地影院建设有限公司	39285	172.0	71	58.0
	合计	27843896	15.7	44338	22.1

备注：1、排名以企业所申报的销售规模为主要依据；
2、销售规模包括直营店、加盟店、输出管理的连锁店销售额；
3、标示*数据来自公司年度报告，为企业年度营业收入。