

# 2008-2009年中国特许经营 行业市场分析及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2008-2009年中国特许经营行业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200811/6917.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国特许经营行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国特许经营政策环境解读

- (一) 中国面临特许经营后“条例”时代
- (二) 中国特许经营跨入法制化轨道
- (三) 商业特许经营管理条例的看点分析
- (四) 商业特许经营管理条例的优势解读

#### 三、2008年中国特许经营行业发展社会环境分析

- (一) 居民生活水平分析
- (二) 消费水平的提高

### 第二章 特许经营的概念

#### 一、特许经营概述

- (一) 特许经营的定义
- (二) 特许经营的特征分析
- (三) 特许经营的优势概括
- (四) 特许经营的发展史
- (五) 特许经营中的特许者分析

#### 二、特许经营的分类

- (一) 按特许权授予方式分类
- (二) 按特许人与受许人的身份分类
- (三) 按特许的内容分类

#### 三、特许经营与别的经营方式的区别

- (一) 特许经营与连锁经营之间的区别
- (二) 特许经营与代理及经销的区别
- (三) 特许经营与直销之间的区别
- (四) 特许经营与设立分公司之间的区别

### 第三章 2008年全球特许经营行业运行现状分析

#### 一、2008年全球特许经营行业运行概况

- (一) 全球特许经营特点分析
- (二) 全球化特许经营涉及的行业分析

#### 二、2008年全球特许经营的模式及战略

- (一) 全球特许经营模式
- (二) 实施全球特许经营的方法
- (三) 全球特许经营的战略研究
- (四) 全球特许经营的营销决策

#### 三、2009-2012年全球特许经营行业发展趋势分析

### 第四章 2008年全球主要国家特许经营行业发展状况分析

#### 一、美国的特许经营

- (一) 美国的特许经营发展史
- (二) 美国特许经营行业概述
- (三) 美国机场特许经营简析
- (四) 美国高等教育趋向特许经营
- (五) 美国特许经营的发展趋势
- (六) 美国特许经营的成功经验借鉴

#### 二、英国的特许经营

- (一) 英国的特许经营发展回顾
- (二) 英国特许经营产业呈持续上升趋势
- (三) 英国对其特许经营业的监管
- (四) 英国特许经营业的发展经验
- (五) 英国快餐业特许经营市场分析

#### 三、日本的特许经营

- (一) 日本对特许经营的定义
- (二) 日本特许经营的发展
- (三) 日本特许经营业的业务
- (四) 日本的特许经营法律制度分析
- (五) 日本特许经营的新特征和存在的问题分析

#### 四、其他国家或地区的特许经营

- (一) 韩国
- (二) 西班牙
- (三) 墨西哥
- (四) 加拿大
- (五) 台湾
- (六) 香港

## 第五章 2008年中国的特许经营行业运行形势分析

### 一、2008年中国特许经营业概况

- (一) 国内特许经营发展的条件及市场潜力解析
- (二) 中国发展特许经营的必要性及可行性分析
- (三) 中国特许经营的特点分析

### 二、2008年国内特许经营发展分析

- (一) 中国特许经营发展回顾
- (二) 中国特许经营发展状况分析
- (三) 中国商业特许经营模式迎来发展新时期
- (四) 中国特许经营业开始全球化扩张征途

### 三、2008年中国特许经营业存在的问题

- (一) 中国特许经营与国外的差距分析
- (二) 国内特许经营发展中存在的问题
- (三) 中国特许经营市场存在的问题
- (四) 发展中国特许经营的挑战
- (五) 中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”

### 四、2008年促进中国特许经营发展的策略

- (一) 中国特许经营发展的建议
- (二) 中国特许经营的竞争策略
- (三) 中国特许经营发展的双赢策略
- (四) 特许经营在国内公用事业的问题及解决途径
- (五) 特许经营者需转变市场观念

## 第六章 2008年中国教育业与特许经营行业发展走势分析

### 一、学历教育特许经营的发展初级阶段

- (一) 非学历教育的特许经营
- (二) 学历教育的直营连锁经营案例
- (三) 学历教育的特许经营萌发
- 二、学历教育特许经营可行性分析
  - (一) 民办教育的政策及法律法规分析
  - (二) 教育产权分析
- 三、学历教育特许经营体系的设计
  - (一) 总校特许经营总部体系的设计
  - (二) 加盟分校体系的设计
  - (三) 特许经营合同设计
- 四、特许经营体系事务操作
  - (一) 完善总校的特许经营总部功能
  - (二) 总校与加盟分校的沟通和协调
  - (三) 加盟分校的培训过程

## 第七章 2008年中国服装纺织业与特许经营行业发展态势分析

- 一、中国的服装业
  - (一) 中国服装产业发展回顾
  - (二) 中国服装产业现状分析
  - (三) SPA对中国服装业的影响
  - (四) 中国服装产业化发展分析
- 二、服装业的特许经营
  - (一) 服饰业采用特许经营模式的特征
  - (二) 特许经营给服装业带来的益处
  - (三) 服装特许经营成为主流模式
  - (四) 中国服装特许经营的潜力巨大
  - (五) 中国发展服装特许经营的机遇与挑战
  - (六) 服装企业特许经营的发展趋势
- 三、2008年中国服装企业特许经营的问题分析
  - (一) 重视特许经营的优势而忽略其劣势
  - (二) 企业盲目的采用特许经营模式
  - (三) 企业对特许经营理解的片面性

#### (四) 企业盲目的加快特许经营扩张的步伐

### 第八章 2008年中国餐饮业与特许经营行业运营情况透析

#### 一、中国的餐饮业

- (一) 中国餐饮业市场的概况
- (二) 中国餐饮业发展总结
- (三) 2008年全国餐饮市场现状
- (四) 国内餐饮连锁企业凸显融资并购的发展势头
- (五) 中国餐饮业面临的挑战

#### 二、餐饮业的特许经营

- (一) 餐饮业特许品牌的共同特点
- (二) 餐饮业特许经营发展的特征
- (三) 中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
- (四) 连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道
- (五) 中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究

#### 三、2008年中国餐饮业特许经营管理的SPA分析

- (一) 餐饮业特许经营管理的现实问题
- (二) 餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
- (三) “SPA疗法”的引进建议简析

#### 四、2008年中国快餐业的特许经营分析

- (一) 中式快餐业采用特许经营模式的优势
- (二) 中式快餐运用传统饮食品牌进行特许经营的益处
- (三) 艾德熊败走中国的思考

#### 五、2008年中式快餐的特许经营攻略研究

- (一) 利用传统品牌优势，走特许经营之道
- (二) 符合特许经营的要求
- (三) 对受许者认真考虑
- (四) 定制特许经营手册并导入CIS
- (五) 提供培训支持
- (六) 激励与约束

### 第九章 2008年中国其他部分行业的特许经营行业发展局势分析

## 一、公路的特许经营

- (一) 公路特许经营权的授权主体
- (二) 公路特许经营权的权利内涵
- (三) 公路特许经营权的转让
- (四) 建立公路特许经营制度的法律依据
- (五) 与公路特许经营相关的其它若干问题

## 二、洗衣业与特许经营

- (一) 中国洗衣业特许经营的现状分析
- (二) 洗衣行业特许经营的基本操作方法
- (三) 中国洗衣业特许经营的发展前景光明
- (四) 中国洗衣业特许经营的发展趋势
- (五) 洗衣业特许经营加盟的利弊及建议

## 三、IT行业与特许经营

- (一) 中国IT行业特许经营萌芽的条件
- (二) 中国IT特许连锁经营现状概括
- (三) IT企业的特许经营经验借鉴
- (四) 电子商务与特许经营的结合
- (五) 中国IT业特许经营的案例

## 四、风景名胜区的特许经营

- (一) 风景名胜区特许经营概述
- (二) 商业特许经营与中国风景名胜区管理
- (三) 基于公用事业的风景区特许经营
- (四) 其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
- (五) 风景名胜区特许经营的机动性

## 第十章 2008年中国特许经营与品牌市场分析

### 一、从根本上认识品牌特许经营

- (一) 品牌特许经营的特点
- (二) 品牌特许经营对其品牌生态环境的影响
- (三) 品牌特许经营在部分产业中渗透力
- (四) 品牌特许经营的操作流程分析

### 二、2008年中国特许经营品牌发展现状



- (一) 中国特许品牌的特许经营步入佳境
- (二) 国外特许经营品牌争夺中国内地市场
- (三) 土洋品牌分食中国特许加盟市场大蛋糕

### 三、加盟特许品牌的步骤分析

- (一) 前期调查并选择行业
- (二) 对特许连锁经营总部的考察
- (三) 与总部签定特许经营合同

### 四、2008年特许经营与品牌的发展对策分析

- (一) 做好特许经营品牌的代理商
- (二) 拓展特许经营品牌的分销渠道
- (三) 特许经营品牌的维护和价值开发

### 五、2008年中国特许经营品牌文化建设的探讨

- (一) 准确进行品牌定位
- (二) 品牌CIS策划与设计
- (三) 品牌的传播与推广
- (四) 品牌文化建设
- (五) 品牌资产管理

## 第十一章 2008年中国特许经营的管理和营销策略分析

### 一、特许经营体系的构建

- (一) 特许经营理念的导入及体系的基本设计
- (二) 特许经营管理体系的建立
- (三) 特许经营加盟推广体系的设计与营建
- (四) 特许经营体系的全面质量管理、维护及更新

### 二、特许经营与企业

- (一) 特许经营对中国中小企业发展的影响
- (二) 中国企业特许经营的运营分析
- (三) 企业进行特许经营成功的九个因素
- (四) 企业采取特许经营模式扩张需注意的问题

### 三、特许经营的管理及制度

- (一) 从管理的角度分析特许经营
- (二) 特许经营管理者的责任

(三) 特许经营体系的管理

(四) 特许连锁店的经营规章制度

#### 四、中国特许经营供应体系的管理措施

(一) 特许经营供应链概况

(二) 供应链的用户需求管理

(三) 供应链的供应商管理

(四) 供应链的物流配送管理

(五) 供应链的信息管理

#### 五、特许经营的营销

(一) 特许经营的营销优势

(二) 特许营销模式给企业带来的益处

(三) 特许营销招商工作上的四种模式

(四) 关系营销在特许营销中有效应用

(五) 特许经营条例对品牌营销的影响

### 第十二章 中国特许经营的优势企业分析

#### 一、教育业特许经营

(一) 新东方

(二) 北大青鸟APTECH

(三) 红黄蓝

#### 二、服装业特许经营

(一) “以纯”

(二) 美特斯·邦威

(三) 班尼路

(四) 杉杉集团

#### 三、餐饮业特许经营

(一) 麦当劳

(二) 肯德基

(三) “可口可乐”

(四) 全聚德

#### 四、经济型酒店业特许经营

(一) 速8

(二) 格林豪泰

(三) 7天

## 五、其它产业特许经营

(一) 联想1+1

(二) 7-11便利店

## 第十三章 2009-2012年中国特许经营行业发展及投资分析

### 一、2009-2010年中国特许经营发展趋势分析

(一) 中国特许经营的发展前景展望

(二) 国内特许经营发展的趋势分析

(三) 中国特许经营发展的几大方向

(四) 特许经营未来生长点剖析

### 二、2009-2010年中国特许经营投资前景分析

(一) 中国特许经营蕴含巨大的潜力

(二) 特许经营酝酿投资好商机

### 三、2009-2010年中国特许经营具体发展表现

(一) 形式和行业领域的发展

(二) 竞争和管理的发展

(三) 经济形式的发展

### 四、2009-2010年中国特许经营投资机会分析

(一) 家具产业的特许经营

(二) 脱硫产业的特许经营

(三) 加油站的特许经营

(四) 影楼的特许经营

### 五、2009-2010年中国特许经营投资风险分析

(一) 特许经营中常见的投资误区

(二) 特许方和加盟方的风险

(三) 特许经营扩张中的风险

(四) 特许经营中潜伏四个风险

### 六、2009-2010年中国特许经营投资建议分析

(一) 特许经营创业的考虑要素

(二) 特许经营模式的有效经营

(三) 把握特许经营的市场定位

(四) 特许经营投资战略总结

附录

附录一：《商业特许经营管理办法》

附录二：商业特许经营管理条例

附录三：《商业特许经营备案管理办法》

附录四：《商业特许经营信息披露管理办法》

附录五：市政公用事业特许经营管理办法

附录六：中华人民共和国产品质量法

附录七：中华人民共和国商标法

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6917.html>