

2008年中国特许经营业研究咨询 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

一、报告报价

《2008年中国特许经营业研究咨询报告》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/200807/4270.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

内容简介

2007年5月1日，国务院制定的《商业特许经营管理条例》（以下简称《管理条例》）及商务部制定的《商业特许经营备案管理办法》和《商业特许经营信息披露管理办法》（以下简称《备案管理办法》、《信息披露管理办法》），均已施行。这三个法规所构建的我国新商业特许经营管理制度，立足于我国商业特许经营行业的发展状况和存在问题，不仅完善了制度体系，在规范特许经营行业秩序、保护被特许人、规制特许欺诈等方面，都有所突破。

据有关统计，目前全球有将近16000个特许经营体系正在运作，这些特许经营体系拥有庞大的加盟者群体，数量达到160多万。世界特许经营理事会的报告还显示，全球有29个国家拥有至少100家优秀的特许经营企业。据理估计，全球特许经营行业的年销售额已超过一万亿美元，并提供了多达两千万个就业岗位。中国市场对国际特许经营业务有日益增强的吸引力，而越来越多的中国企业家正在寻找机会投资于具盈利能力的特许经营项目。

2007年特许行业涌现出一披新的势力，如今，商务服务市场（包括速递、快印、办公用品、商业清洗、票务服务、人力资源以及财务、税收、保险、审计等）快速增长，是特许经营的一块“新大陆”。汽车后市场远不能与整车市场的发展相匹配，掘金空间相当大，必将成为特许经营领域风光无限的新锐地带。而现代生活服务业作为炙手可热的加盟领域，又以洗染、家纺、家政三大板块为最。农资连锁和日用品超市连锁，已被证明是农村市场大面积赢利的特许业态。未来几年将和过去3年一样，经济型酒店会以100%甚至更高的速度扩张，超过现在星级酒店的客房量，成为住宿市场的主流。2006年底，中国的特许体系数量超过2600个，加盟店近20万个，分别比上年增长13%和16%。特许企业为社会提供就业岗位超过300万个。在零售业中，食品、营养品专卖店和礼品专卖店占到整个零售板块新增特许体系总数的38%。在餐饮业中，中式快餐和休闲类餐饮增长较快，占到该行业新增特许体系总量的65%。在服务业中，健身美容特许体系比上年增加24%，占到服务类新增特许体系总量的24%。

未来国内的消费特点是从数量型转向质量型，并呈现出多样化和个性化。而消费结构的变化和消费热点的出现，都给特许经营带来广阔的发展空间。从竞争的内容、手段和管理形式来看，品牌竞争、服务质量竞争是第一位的，而在这种竞争的后面是企业对自有知识产权和基础管理模式建设的全面投入的竞争。今后，总部和单店的专业化有利于经营和管理成本的降低、有利于简单化和标准化的进一步落实、更有利于特许经营的推广和行业影响力的提升。北京2008年奥运也将为特许经营行业带来契机，奥运特许经营商品市场规模预计将达到250~280亿元人民币。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、中国连锁经营协会、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国特许经营行业状况、发展趋势、投资前景等进行了分析，并深入研究了特许经营行业优势企业的发展、经营状况，是特许经营行业相关企业和单位、计划投资于特许经营行业的企业等准确了解目前中国特许经营市场发展动态，把握特许经营行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 特许经营发展概况

第一章 特许经营行业透视 1

第一节 特许经营的定义及类型 1

一、连锁特许经营的定义 1

二、特许经营的本质特征 1

三、特许经营不同方式的分类 2

四、商业特许经营不同方式的分类 3

五、特许经营的模式分析 6

第二节 特许经营与其他方式的比较 11

一、特许经营与连锁经营的比较 11

二、特许经营与直营连锁以及自由连锁的比较 12

三、特许经营与设立分公司的比较 13

第三节 特许经营投资分析 14

一、特许经营投资利弊解读 14

二、特许经营风险与规避 18

三、特许经营市场投资前景 21

四、投资市场特许经营成新贵 23

第四节 特许经营法律法规分析 25

一、特许经营中的法律问题 25

二、特许经营体系的全面质量管理 27

三、商业特许经营管理办法 29

- 四、《商业特许经营管理条例》亮点分析 32
- 五、《条例》带来的机遇、挑战和风险 37
- 六、特许经营立法与直销立法 40

第二章 国际特许经营分析 46

第一节 国际特许经营概况 46

- 一、世界各地特许经营状况 46
- 二、国际特许经营流行分析 50
- 三、国际特许经营管理与市场营销战略 52
- 四、国际特许经营的市场营销战略 57

第二节 美国特许连锁经营的成功经验及启示 58

- 一、美国特许连锁经营的成功经验 59
- 二、美国特许连锁经营对我国启示 60

第三节 日本特许经营分析 62

- 一、日本的特许经营业务的现状 62
- 二、服务行业中的特许经营的状况 65
- 三、日本特许经营的新特点及存在的问题 69

第四节 英国的特许经营 74

- 一、英国特许经营业的发展 74
- 二、英国对特许经营的监管 77
- 三、英国特许经营发展的问题 80
- 四、英国特许经营业发展的启示 81

第五节 德国的特许经营情况介绍 82

- 一、德国特许经营发展简况 82
- 二、德国有关特许经营的法律规定 84
- 三、德国特许经营的最新动态 84

第二部分 中国特许经营发展分析

第三章 中国特许经营状况分析 87

第一节 中国特许经营发展现状 87

- 一、中国特许体系数量分析 87
- 二、我国特许经营业国际化扩张分析 88

三、2007年《条例》后特许经营格局变化 92

四、海外特许品牌中国发展状况分析 94

五、从中间组织视角探析特许连锁经营 99

六、特许经营的关系学分析 106

第二节 特许经营企业融资分析 110

一、债务融资 111

二、权益融资 112

第三节 特许经营制在公用事业中的问题 114

一、我国特许经营制面临的主要问题 114

二、我国特许经营制发展的对策 120

第四节 台湾特许经营的发展分析 122

一、台湾特许经营的发展历程 122

二、台湾地区特许经营的特点 123

三、台湾特许经营的启示 125

第四章 教育培训业与特许经营 129

第一节 我国教育市场分析 129

一、我国教育市场现状 129

二、我国教育培训的进展 132

三、外资抢滩中国教育培训市场 133

第二节 教育培训特许经营分析 135

一、教育培训特许经营市场的兴起 135

二、教育培训市场连锁加盟投资分析 137

三、教育特许在我国的新发展 141

第三节 特许经营拓展教育资源分析 144

一、教育领域里的特许经营 144

二、教育特许经营的社会准备与发展萌芽 145

三、教育特许经营的操作方式 148

四、教育特许经营的相关法律问题 149

第四节 IT培训特许经营分析 151

一、IT培训接轨学历教育 151

二、IT培训加盟市场投资分析 154

- 三、IT培训连锁经营模式分析 155
- 四、IT职教特许经营“嫁接”分析 158
- 五、IT企业的特许经营之道 159

第五章 服装业与特许经营 164

第一节 2007年服装行业发展现状 164

- 一、2007年1-8月服装产品产量全国统计 164
- 二、2007年1-8月全国纺织品服装进出口概况 173

第二节 服装特许经营分析 180

- 一、服装特许经营现状分析 180
- 二、中国服装企业特许经营误区分析 184
- 三、服装品牌特许经营模式 185
- 四、特许经营助推温州服装行业 187
- 五、挑选服饰加盟品牌策略分析 189

第六章 餐饮业与特许经营 193

第一节 2007年中国餐饮业发展现状 193

- 一、2007年1-8月份全国餐饮业市场分析 193
- 二、全国重点餐饮企业经营情况分析 197
- 三、餐饮业信息化竞争分析 199
- 四、连锁餐饮争入机场分析 203

第二节 我国餐饮业特许经营标准化分析 206

- 一、我国餐饮业特许经营分析 206
- 二、我国餐饮特许经营标准化问题分析 207
- 三、加快我国餐饮特许经营标准化步伐分析 208
- 四、餐饮特许经营企业聚焦知识产权保护 210

第三节 餐饮行业的特许经营现状分析 210

- 一、特许业新规触发酒店连锁洗牌 210
- 二、外资特许经营商进入中国市场 215
- 三、特许经营助跑食品添加剂行业 216
- 四、餐饮特许经营注意问题分析 220

第七章 其他行业的特许经营分析 224

第一节 美容美发特许经营市场分析 224

- 一、特许经营管理条例对美容市场影响 224
- 二、法国彼海儿搅热中国美容业特许经营 227
- 三、特许加盟已成中国美容业主流 228

第二节 旅游市场特许经营分析 229

- 一、2007年我国旅游市场状况 229
- 二、我国风景名胜区特许经营分析 241

第三节 特许经营新势力分析 249

- 一、特许新势力之商务服务 249
- 二、特许新势力汽车后市场 251
- 三、特许新势力现代生活服务 253
- 四、特许新势力之农村连锁店 256
- 五、特许新势力之经济型酒店 258
- 六、特许经营之零售新战场 261
- 七、洗衣业特许经营前景看好 263

第四节 部分行业特许经营分析 264

- 一、二手房经纪特许经营有法可依 264
- 二、药店的特许加盟趋势 267
- 三、网吧的特许经营分析 269
- 四、深圳珠宝行业特许加盟态势分析 273
- 五、文具加盟市场分析 278
- 六、家电市场特许连锁分析 283
- 七、保险公司的特许经营分析 285
- 八、饰品连锁加盟市场分析 291

第五节 特许经营成败案例分析 294

- 一、“肯德基”特许经营分析 294
- 二、壹加壹特许经营分析 296
- 三、双星特许经营分析 298
- 四、品奇比萨的特许经营分析 300
- 五、掉渣烧饼的特许经营分析 301
- 六、永和豆浆特许经营分析 304

- 七、星巴克特许经营分析 308
- 八、7-11便利店特许经营分析 314
- 九、世界三大化妆品公司中国市场分析 316
- 十、百圆裤业的特许经营分析 322

第三部分 特许经营优势企业分析

第八章 特许经营的优势企业分析 327

第一节 麦当劳公司 327

- 一、公司概况 327
- 二、麦当劳特许经营介绍 328
- 三、从麦当劳看特许经营的支持系统 334
- 四、2007年9月公司业绩 340

第二节 21世纪不动产 341

- 一、公司简介 341
- 二、21世纪不动产的特许经营 344
- 三、2007年公司每天一店战略 347

第三节 席殊书屋 348

- 一、公司介绍 348
- 二、公司的特许经营 349

第四节 上海象王洗衣有限公司 351

- 一、公司发展历程 351
- 二、公司特许经营策略分析 352
- 三、公司特许经营的风险 358

第五节 联想集团 359

- 一、公司介绍 359
- 二、“联想1+1”特许经营 361

第六节 北大青鸟APTECH 367

- 一、公司介绍 367
- 二、北大青鸟的特许经营分析 367

第七节 北京东易日盛装饰有限责任公司 369

- 一、公司简介 369
- 二、公司特许经营成绩 372

- 三、公司特许模式分析 374
- 第八节 美特斯邦威 375
 - 一、公司简介 375
 - 二、加盟模式分析 376
 - 三、从美特斯邦威看特许经营的升级 378

第九节 如家连锁酒店 380

- 一、公司简介 380
- 二、如家的特许经营 381
- 三、如家的竞争优势 382

第十节 小肥羊连锁有限公司 385

- 一、公司简介 385
- 二、小肥羊重开特许加盟 387

第四部分 特许经营发展趋势及策略

第九章 特许经营的发展趋势分析 391

第一节 连锁经营的发展趋势 391

- 一、连锁经营“电子化” 391
- 二、现代化购物中心的兴起 392
- 三、连锁经营类型“融合化” 392
- 四、连锁经营发展空间“爆炸化” 392

第二节 特许经营的发展趋势 393

- 一、特许形式和行业领域趋势 393
- 二、特许经营竞争趋势 394
- 三、特许经营经济形式发展趋势 395
- 四、特许经营的集群化趋势 395
- 五、特许经营的专业化趋势 396

第三节 特许经营未来展望 398

- 一、2008年北京奥运特许经营展望 398
- 二、我国特许经营新热点分析 407
- 三、2010年零售特许经营市场展望 408

第十章 特许经营的营销管理 410

第一节 我国发展特许经营的问题及对策分析	410
一、我国特许经营模式及可行性分析	410
二、我国特许经营发展已具备的条件及存在问题	414
三、发展我国特许经营的对策分析	417
四、特许经营的战略选择分析	419
第二节 特许经营的所有权理论	425
一、经销店经营者购买经销店的所有权	425
二、经销店经营者拥有所有权的理由	428
三、特许经营中的所有权	431
第三节 条例后时代的特许经营品牌营销	433
一、特许经营品牌营销的根本	433
二、特许经营品牌营销的基石	434
三、特许经营品牌营销的保障	434
四、特许经营品牌制胜的武器	434
五、特许经营品牌推广的趋势	435
六、特许经营发展战略的节奏把握	435
第四节 特许经营企业招商推广策略	437
一、特许经营企业招商的主要方式	438
二、特许经营企业成功招商方法	441
三、特许经营企业招商推广注意事项	443

图表目录

图表：商标特许经营框架	7
图表：日本特许经营连锁组织数	63
图表：日本特许经营连锁销售额	63
图表：日本特许经营连锁店铺数	64
图表：根据日本FC经营者拥有的店铺数量划分的阶层结构	64
图表：日本特许经营连锁店的成长情况	66
图表：日本家庭服务性消费支出情况	66
图表：日本零售业与以个人为对象的服务行业状况	67
图表：在日本开展特许经营业务的程序	67
图表：在日本获得成功的外资FC（一）	68

图表：在日本获得成功的外资FC（二） 69

图表：BFA会员年收费标准 79

图表：德国境内规模最大的20家特许经营体系 83

图表：调研的78个海外特许品牌其来源国比例 95

图表：美国20强中的品牌行业分布与进入我国大陆的情况 95

图表：特许权益使用金的征收方式选择 96

图表：开拓一个新地理区域时考虑因素排名 97

图表：选择合作伙伴的标准排序 98

图表：不同投资方式下采用不同特许经营方式的对比 98

图表：基于交易成本和激励的企业中间组织市场框架 102

图表：企业、中间组织和市场相关性质上的差异表 103

图表：信息产业中央与地方政府之间的监管矛盾 115

图表：2006年各级学校毕业生升学率 129

图表：2006年全国教育规模 129

图表：2006年高中阶段学生数的构成 130

图表：2006年小学学龄儿童入学率 130

图表：2006年各级教育毛入学率 131

图表：2006年每十万人口各级学校平均在校生数 131

图表：2006年各级普通学校生师比 132

图表：2004-2010年个人IT培训市场规模与增长示意图 154

图表：2007年1-8月服装产品产量全国统计 164

图表：2007年1-8月服装产品产量北京市统计 164

图表：2007年1-8月服装产品产量天津市统计 164

图表：2007年1-8月服装产品产量河北省统计 165

图表：2007年1-8月服装产品产量山西省统计 165

图表：2007年1-8月服装产品产量辽宁省统计 165

图表：2007年1-8月服装产品产量吉林省统计 165

图表：2007年1-8月服装产品产量黑龙江省统计 166

图表：2007年1-8月服装产品产量上海市统计 166

图表：2007年1-8月服装产品产量江苏省统计 166

图表：2007年1-8月服装产品产量浙江省统计 167

图表：2007年1-8月服装产品产量安徽省统计 167

图表：2007年1-8月服装产品产量福建省统计 167

图表：2007年1-8月服装产品产量江西省统计 168

图表：2007年1-8月服装产品产量山东省统计 168

图表：2007年1-8月服装产品产量河南省统计 168

图表：2007年1-8月服装产品产量湖北省统计 168

图表：2007年1-8月服装产品产量湖南省统计 169

图表：2007年1-8月服装产品产量广东省统计 169

图表：2007年1-8月服装产品产量广西区统计 169

图表：2007年1-8月服装产品产量重庆市统计 170

图表：2007年1-8月服装产品产量四川省统计 170

图表：2007年1-8月服装产品产量贵州省统计 170

图表：2007年1-8月服装产品产量云南省统计 171

图表：2007年1-8月服装产品产量陕西省统计 171

图表：2007年1-8月服装产品产量甘肃省统计 171

图表：2007年1-8月服装产品产量新疆区统计 171

图表：2007年1-8月服装产品产量宁夏区统计 172

图表：2007年1-8月服装产品产量内蒙古地区统计 172

图表：2007年1-8月服装产品产量青海省统计 172

图表：2007年1-8月我国纺织品出口统计 174

图表：2007年1-8月我国纺织品进口统计 177

图表：2007年8月全国住宿和餐饮零售额增速 194

图表：2007年1-8月全国住宿和餐饮业零售额对比 194

图表：2007年限额上下企业经营对比 195

图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况 195

图表：快餐经营模式图 196

图表：餐饮业细分行业和业态的发展 196

图表：餐饮业业态类型 197

图表：餐饮业部分连锁企业连锁店数量和连锁店销售额增长情况 212

图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况 212

图表：部分连锁餐饮业培训增长情况 213

图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况 213

图表：餐饮业各行业部分企业多品牌和将开展多品牌经营情况 213

图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式 213

图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况 214

图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况 214

图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式 214

图表：2007年1月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 229

图表：2007年2月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 229

图表：2007年3月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 229

图表：2007年4月按性别年龄旅游接待收汇合计 230

图表：2007年5月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 230

图表：2007年6月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 230

图表：2007年7月按年龄性别入境旅游接待收汇合计 230

图表：2007年1月按入境方式旅游接待收汇合计 231

图表：2007年2月按入境方式旅游接待收汇合计 231

图表：2007年3月按入境方式旅游接待收汇合计 231

图表：2007年4月按入境方式旅游接待收汇合计 232

图表：2007年5月按入境方式旅游接待收汇合计 232

图表：2007年6月按入境方式旅游接待收汇合计 232

图表：2007年6月按入境方式旅游接待收汇合计 233

图表：2007年1月按入境目的接待收汇合计 233

图表：2007年2月按入境目的接待收汇合计 233

图表：2007年3月按入境目的接待收汇合计 234

图表：2007年4月按入境目的接待收汇合计 234

图表：2007年5月按入境目的接待收汇合计 234

图表：2007年6月按入境目的接待收汇美洲合计 234

图表：2007年7月按入境目的接待收汇美洲合计 235

图表：2007年1月按入境旅游外汇收入合计 235

图表：2007年1月入境旅游过夜人数 235

图表：2007年1月入境旅游总人数 236

图表：2007年2月按入境旅游外汇收入合计 236

图表：2007年2月入境旅游过夜人数 236

图表：2007年2月入境旅游总人数 237

图表：2007年3月按入境旅游外汇收入合计 237

图表：2007年3月入境旅游过夜人数 237
图表：2007年3月入境旅游总人数 238
图表：2007年4月按入境旅游外汇收入合计 238
图表：2007年4月入境旅游过夜人数 238
图表：2007年4月入境旅游总人数 239
图表：2007年5月按入境旅游外汇收入合计 239
图表：2007年5月入境旅游过夜人数 239
图表：2007年5月入境旅游总人数 240
图表：2007年6月按入境旅游外汇收入合计 240
图表：2007年6月入境旅游过夜人数 240
图表：2007年6月入境旅游总人数 241
图表：星巴克在美国连锁店分布情况 310
图表：麦当劳、肯德基特许方式对比 340
图表：历届奥运特许经营情况与北京奥运特许经营预测 398
图表：北京奥运特许经营商名录（一） 404
图表：北京奥运特许经营商名录（二） 405

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4270.html>