

# 2008年中国特许经营业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国特许经营业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2965429654.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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管理制度，立足于我国商业特许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%。在服务行业中，健身美容特许体系比上年增长24%，占到服务类新增特许体系总量的24%。未来国内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、中国行业研究网、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、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
	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
			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
			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
			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
			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、
			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、
			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	87	第三章	中国特许经营状况分析	87	第一节
			87	一、	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、
			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、
			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
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增长情况	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://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2965429654.html>