

# 2018-2024年中国特许经营 市场深度调查与市场分析预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2018-2024年中国特许经营市场深度调查与市场分析预测报告》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.abaogao.com/b/qiyeguanli/K771618R5V.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

特许经营（Franchise）是指特许经营权拥有者以合同约定的形式，允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。而被特许人获准使用由特许权人所有的或者控制的共同的商标、商号、企业形象、工作程序等。

著名的未来学家奈斯比特曾断言“特许经营将成为21世纪主导商业模式”。这是因为特许经营拥有无可媲美的优势，对于受许人来说，特许经营使创业和经营变得更简单，集中采购和低库存的优势以及良好的品牌效益和标准化的管理方式；对于特许人来说，特许经营能给企业带来低成本的快速扩张、更贴近市场的品牌推广。正是这些优势，特许经营虽然进入我国时间不长，但是发展迅速。

数据显示，2016年中国特许百强企业的销售额突破4000亿元。截至到2016年底，在商务部已备案的特许企业共计3341家，其中境外企业94家，跨省经营企业2337家，省内经营企业910家，备案公告企业数量年增长率始终保持在13.5%以上。其中，备案企业中加盟店铺数量超过50家的有633个，占备案企业总数的19.95%；加盟店铺数量超过100家的有372家，占备案企业总数的11.13%。从地域分布看，备案企业覆盖全国31个省、区、市，在一线城市已发展成熟的基础上，二、三线城市已成为特许市场拓展的核心区域，同时随着消费市场和配套服务的不断完善，四线城市正快速成为特许市场发展的潜在沃土。从行业分布看，备案企业涉及零售、餐饮、洗衣、教育、酒店等几十个行业。

但是相比于美国来看，我国的特许经营市场还有很大的上升空间，2016年美国特许行业占国家GDP的比重已达2.5%，2016年美国年特许行业的增幅达5.6%，而美国经济的增幅为1%。预计2017年美国特许行业的总产值将达到7100亿元。随着新一代消费者消费能力的不断提高，品牌对于新一代消费者的影响日益提升，未来几年中国特许经营市场将迎来发展的高峰期。

报告目录：

### 第一章 特许经营的概念

#### 1.1 特许经营概述

##### 1.1.1 特许经营的定义

##### 1.1.2 特许经营的特征分析

##### 1.1.3 特许经营的优势概括

##### 1.1.4 特许经营的发展史

##### 1.1.5 特许经营中的特许者分析

- 1.2 特许经营的分类
  - 1.2.1 按特许权授予方式分类
  - 1.2.2 按特许人与受许人的身份分类
  - 1.2.3 按特许的内容分类
- 1.3 特许经营与其他经营方式的区别
  - 1.3.1 特许经营与连锁经营之间的区别
  - 1.3.2 特许经营与代理及经销的区别
  - 1.3.3 特许经营与直销之间的区别
  - 1.3.4 特许经营与设立分公司之间的区别

## 第二章 2015-2017年世界部分国家或地区的特许经营分析

- 2.1 国际特许经营的模式及战略
  - 2.1.1 全球特许经营发展概述
  - 2.1.2 国际特许经营模式
  - 2.1.3 实施国际特许经营的方法
  - 2.1.4 国际特许经营的战略研究
  - 2.1.5 国际特许经营的市场策略剖析
- 2.2 美国的特许经营
  - 2.2.1 美国的特许经营发展史
  - 2.2.2 美国特许经营50强情况
  - 2.2.3 美国特许经营的发展趋势
  - 2.2.4 美国特许经营的成功经验借鉴
- 2.3 英国的特许经营
  - 2.3.1 英国的特许经营业发展回顾
  - 2.3.2 英国对其特许经营业的监管
  - 2.3.3 英国特许经营业的发展经验
  - 2.3.4 英国快餐业特许经营市场分析
  - 2.3.5 英国铁路特许经营实施效果差强人意
- 2.4 日本的特许经营
  - 2.4.1 日本特许经营快速发展的前提条件
  - 2.4.2 日本便利店在华特许经营战略浅析
  - 2.4.3 解析日本特许连锁经营的契约体系

- 2.4.4 日本的特许经营法律制度分析
- 2.4.5 日本特许经营的新特征和存在的问题分析
- 2.5 其他国家或地区的特许经营
  - 2.5.1 韩国
  - 2.5.2 新加坡
  - 2.5.3 法国
  - 2.5.4 印度
  - 2.5.5 西班牙
  - 2.5.6 越南
  - 2.5.7 智利
  - 2.5.8 台湾

### 第三章 2015-2017年中国特许经营发展分析

- 3.1 2015-2017年中国特许经营发展状况
  - 3.1.1 “十二五”特许经营指导意见
  - 3.1.2 各地出台法规规范商业特许经营
  - 3.1.3 2015年中国特许经营发展情况
  - 3.1.4 2016年中国特许经营发展态势
  - 3.1.5 2017年我国特许经营发展动态
- 3.2 中国特许经营连锁120强调查分析
  - 3.2.1 运行状况
  - 3.2.2 主要特点
  - 3.2.3 成本压力
  - 3.2.4 营销趋势
- 3.3 《商业特许经营管理条例》实施解读
  - 3.3.1 中国特许经营迈入规范化轨道
  - 3.3.2 商业特许经营管理条例的实施成效评析
  - 3.3.3 政府在特许经营管理方面所做的努力
  - 3.3.4 中国特许经营已形成一套独有的法律制度
- 3.4 中国特许经营发展存在的问题
  - 3.4.1 国内特许经营发展中存在的问题
  - 3.4.2 中国特许经营市场存在的问题

- 3.4.3 发展中国特许经营的挑战
- 3.4.4 中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”
- 3.4.5 中国特许经营发展面临四大挑战
- 3.5 促进中国特许经营发展的对策
  - 3.5.1 中国特许经营发展壮大途径
  - 3.5.2 新形势下特许经营持续发展的思路
  - 3.5.3 推动特许经营健康发展的对策
  - 3.5.4 中国特许经营的竞争策略
  - 3.5.5 特许经营者需转变市场观念

#### 第四章 2015-2017年教育培训与特许经营分析

- 4.1 2015-2017年教育培训行业特许经营发展分析
  - 4.1.1 中国教育培训行业特许经营发展概况
  - 4.1.2 教育培训特许经营行业发展特点
  - 4.1.3 儿童教育培训成特许经营投资回报最高行业
- 4.2 教育培训行业特许经营存在的问题及前景分析
  - 4.2.1 教育特许经营的优势及弊端
  - 4.2.2 教育行业特许经营标准化问题分析
  - 4.2.3 儿童教育培训特许经营发展前景看好
- 4.3 学历教育领域推行特许经营发展探析
  - 4.3.1 社会准备与发展萌芽
  - 4.3.2 学历教育特许经营可行性与合法性分析
  - 4.3.3 学历教育特许经营系统的设计
  - 4.3.4 特许经营系统事务操作

#### 第五章 2015-2017年服装业与特许经营分析

- 5.1 2015-2017年中国的服装业
  - 5.1.1 2015年中国服装行业发展回顾
  - 5.1.2 2016年中国服装产业发展状况
  - 5.1.3 2017年中国服装产业发展状况
  - 5.1.4 中国服装产业发展趋势分析
- 5.2 2015-2017年服装业的特许经营

- 5.2.1 特许经营给服装业带来的益处
- 5.2.2 服装特许经营成为主流模式
- 5.2.3 中国服装品牌发展特许经营分析
- 5.2.4 中国发展服装特许经营的机遇与挑战
- 5.2.5 服装企业特许经营的发展趋势
- 5.3 服装行业直营与加盟模式分析
  - 5.3.1 直营与加盟概述
  - 5.3.2 两种模式优劣比较
  - 5.3.3 直营和加盟并存的矛盾
  - 5.3.4 解决服装直营与加盟店并存矛盾的措施
- 5.4 中国服装企业特许经营存在的问题
  - 5.4.1 重视特许经营的优势而忽略其劣势
  - 5.4.2 企业盲目的采用特许经营模式
  - 5.4.3 企业对特许经营理解的片面性
  - 5.4.4 企业盲目的加快特许经营扩张的步伐

## 第六章 2015-2017年餐饮业与特许经营分析

- 6.1 2015-2017年中国的餐饮业
  - 6.1.1 中国餐饮业发展综述
  - 6.1.2 2015年中国餐饮业的发展回顾
  - 6.1.3 2016年中国餐饮业的发展分析
  - 6.1.4 2017年中国餐饮业的发展分析
- 6.2 餐饮业的特许经营
  - 6.2.1 餐饮业特许品牌的共同特点
  - 6.2.2 我国餐饮业特许经营发展概况
  - 6.2.3 我国特许经营餐饮业发展特点
  - 6.2.4 中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
- 6.3 2015-2017年中国餐饮业特许经营发展状况分析
  - 6.3.1 餐饮业特许经营发展概述
  - 6.3.2 餐饮业特许经营发展相关指标分析
  - 6.3.3 餐饮业特许经营发展的其他亮点
  - 6.3.4 中国特许经营餐饮百强企业发展分析

- 6.4 餐饮业特许经营标准化后台建设分析
  - 6.4.1 餐饮业特许经营的特性
  - 6.4.2 案例发展分析
  - 6.4.3 加强特许经营餐饮业后台建设
  - 6.4.4 发展趋势展望
- 6.5 餐饮业特许经营管理的SPA分析
  - 6.5.1 餐饮业特许经营管理的现实问题
  - 6.5.2 餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
  - 6.5.3 “SPA疗法”的引进建议简析
- 6.6 中餐业的特许经营
  - 6.6.1 中式快餐业采用特许经营模式的优势
  - 6.6.2 中式快餐运用传统食品品牌进行特许经营的益处
  - 6.6.3 中式餐饮特许经营的问题与对策
  - 6.6.4 中式快餐的特许经营攻略研究
- 6.7 餐饮业特许经营面临的问题及对策
  - 6.7.1 我国特许经营餐饮业存在的问题
  - 6.7.2 我国餐饮特许经营发展面临的挑战
  - 6.7.3 我国特许经营餐饮业的经营策略
  - 6.7.4 中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究
  - 6.7.5 连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道

## 第七章 2015-2017年其他部分行业的特许经营分析

- 7.1 汽车后市场与特许经营
  - 7.1.1 中国汽车维修行业特许经营发展分析
  - 7.1.2 中国汽车后市场特许经营发展分析
  - 7.1.3 汽车维修业特许经营存在的问题
  - 7.1.4 汽车后市场特许经营发展趋势
- 7.2 经济型酒店与特许经营
  - 7.2.1 经济型酒店加盟特许经营发展迅速
  - 7.2.2 经济型酒店及其特许经营发展状况分析
  - 7.2.3 中国经济型酒店存在的主要问题
- 7.3 房屋中介与特许经营



- 7.3.1 房地产经纪行业特许经营发展特征
- 7.3.2 房产中介行业特许经营模式的优势
- 7.3.3 房产经纪行业特许加盟KPI指标
- 7.3.4 房地产经纪特许经营企业的关注点
- 7.3.5 二手房经纪特许经营相关法律政策情况
- 7.3.6 房产中介行业特许经营发展趋势
- 7.4 公路的特许经营
  - 7.4.1 公路特许经营权的授权主体
  - 7.4.2 公路特许经营权的权利内涵
  - 7.4.3 公路特许经营权的转让
  - 7.4.4 建立公路特许经营制度的法律依据
  - 7.4.5 与公路特许经营相关的其它若干问题
- 7.5 洗衣业与特许经营
  - 7.5.1 中国干洗特许业务发展现状分析
  - 7.5.2 洗衣行业特许经营的基本操作方法
  - 7.5.3 中国洗衣业特许经营的发展趋势
  - 7.5.4 洗衣业特许经营加盟的利弊及建议
- 7.6 IT行业与特许经营
  - 7.6.1 中国IT行业特许经营萌芽的条件
  - 7.6.2 中国IT特许连锁经营现状概括
  - 7.6.3 IT企业的特许经营经验借鉴
- 7.7 风景名胜区的特许经营
  - 7.7.1 风景名胜区特许经营概述
  - 7.7.2 商业特许经营与中国风景名胜区管理
  - 7.7.3 基于公用事业的风景区特许经营
  - 7.7.4 其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
  - 7.7.5 风景名胜区特许经营的机动性

## 第八章 2015-2017年特许经营与品牌分析

- 8.1 从根本上认识品牌特许经营
  - 8.1.1 品牌特许经营的特点
  - 8.1.2 品牌特许经营对其品牌生态环境的影响

- 8.1.3 品牌特许经营在部分产业中渗透力
- 8.1.4 品牌特许经营的操作流程分析
- 8.2 2015-2017年中国特许经营品牌发展现状
  - 8.2.1 中国特许品牌的特许经营步入佳境
  - 8.2.2 中国市场各国特许品牌分布格局
  - 8.2.3 特许品牌为加盟商大开方便之门
  - 8.2.4 国内优秀特许品牌简析
- 8.3 加盟特许品牌的相关要点
  - 8.3.1 正确认识特许加盟的利弊
  - 8.3.2 加盟特许品牌的主要流程
  - 8.3.3 加盟特许品牌的对策
- 8.4 特许经营与品牌的发展对策
  - 8.4.1 做好特许经营品牌的代理商
  - 8.4.2 拓展特许经营品牌的分销渠道
  - 8.4.3 特许经营品牌的维护和价值开发
- 8.5 联合品牌战略在特许经营领域的应用探讨
  - 8.5.1 联合品牌战略的基本概述
  - 8.5.2 品牌联合的四种类型
  - 8.5.3 品牌联合的动因解析
  - 8.5.4 品牌联合的风险隐患
  - 8.5.5 品牌联合的实施方法剖析
- 8.6 特许经营品牌文化建设的探讨
  - 8.6.1 准确进行品牌定位
  - 8.6.2 品牌CIS策划与设计
  - 8.6.3 品牌的传播与推广
  - 8.6.4 品牌文化建设
  - 8.6.5 品牌资产管理

## 第九章 特许经营的管理和营销

- 9.1 特许经营体系的构建
  - 9.1.1 特许经营的体系构成
  - 9.1.2 特许经营理念的导入及体系的基本设计

- 9.1.3 特许经营管理体系的建立
- 9.1.4 特许经营加盟推广体系的设计与营建
- 9.1.5 特许经营体系的全面质量管理、维护及更新
- 9.2 特许经营与企业
  - 9.2.1 特许经营对中国中小企业发展的影响
  - 9.2.2 中国企业特许经营的运营分析
  - 9.2.3 企业进行特许经营成功的九个因素
  - 9.2.4 企业采取特许经营模式扩张需注意的问题
  - 9.2.5 工业企业特许经营实施难题与路径
- 9.3 特许经营的管理及制度
  - 9.3.1 从管理的角度分析特许经营
  - 9.3.2 特许经营管理者的责任
  - 9.3.3 特许经营体系的管理
  - 9.3.4 特许连锁店的经营规章制度
- 9.4 中国商业特许经营的法律管制概况
  - 9.4.1 法律规制的必要性
  - 9.4.2 我国商业特许经营立法的漏洞
  - 9.4.3 健全特许经营法律规制的相关举措
- 9.5 中国特许经营供应体系的管理措施
  - 9.5.1 特许经营供应链概况
  - 9.5.2 供应链的用户需求管理
  - 9.5.3 供应链的供应商管理
  - 9.5.4 供应链的物流配送管理
  - 9.5.5 供应链的信息管理
- 9.6 特许经营的营销
  - 9.6.1 特许经营的营销优势
  - 9.6.2 特许营销模式给企业带来的益处
  - 9.6.3 特许营销招商工作上的四种模式
  - 9.6.4 关系营销在特许营销中有效应用
  - 9.6.5 特许经营条例对品牌营销的影响

## 第十章 特许经营企业案例分析

- 10.1 教育业特许经营
  - 10.1.1 新东方
  - 10.1.2 北大青鸟APTECH
  - 10.1.3 红黄蓝
- 10.2 服装业特许经营
  - 10.2.1 以纯
  - 10.2.2 美特斯&#8226;邦威
  - 10.2.3 班尼路
  - 10.2.4 杉杉集团
- 10.3 餐饮业特许经营
  - 10.3.1 麦当劳
  - 10.3.2 肯德基
  - 10.3.3 可口可乐
  - 10.3.4 全聚德
- 10.4 经济型酒店业特许经营
  - 10.4.1 速8
  - 10.4.2 格林豪泰
  - 10.4.3 7天
- 10.5 其它产业特许经营
  - 10.5.1 7-11便利店
  - 10.5.2 21世纪不动产
  - 10.5.3 小拇指

## 第十一章 特许经营的投资分析

- 11.1 投资概况及机会
  - 11.1.1 特许经营领域风险投资火热
  - 11.1.2 餐饮零售特许经营投资持续兴旺
  - 11.1.3 特许经营发展迎来大好时机
  - 11.1.4 特许经营领域投资热点介绍
  - 11.1.5 城市公用事业的特许经营
  - 11.1.6 早教行业的特许经营
- 11.2 投资风险

- 11.2.1 特许经营中常见的投资误区
- 11.2.2 特许方和加盟方的风险
- 11.2.3 特许经营扩张中的风险
- 11.2.4 特许经营中潜伏四个风险
- 11.2.5 特许经营面临的法律风险探究
- 11.3 投资建议
  - 11.3.1 特许经营创业的考虑要素
  - 11.3.2 特许经营模式的有效经营
  - 11.3.3 把握特许经营的市场定位
  - 11.3.4 特许经营投资战略总结
- 11.4 民间资本投资特许经营大有可为
  - 11.4.1 中国民企积极试水特许经营
  - 11.4.2 特许经营成民资首选投资对象
  - 11.4.3 民间资本进入特许经营亟待扫清障碍
  - 11.4.4 民间资本PPP项目的实践与风险探析

## 第十二章 中国特许经营前景预测

- 12.1 中国特许经营前景展望
  - 12.1.1 中国特许经营市场潜力巨大
  - 12.1.2 中国特许经营未来前景可期
  - 12.1.3 中国特许经营发展的机遇
- 12.2 中国特许经营发展趋势预测
  - 12.2.1 2018-2024年中国特许经营发展预测分析
  - 12.2.2 国内特许经营发展的趋势分析
  - 12.2.3 中国特许经营发展的几大方向
- 12.3 中国特许经营具体发展表现
  - 12.3.1 形式和行业领域的发展
  - 12.3.2 竞争和管理的发展
  - 12.3.3 经济形式的发展

## 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

图表：英国的特许加盟商转行原因的比例  
图表：英国特许各加盟经营模式的比例  
图表：英国的特许加盟商转行原因的比例  
图表：英国特许加盟者的状况分析  
图表：英国的BFA评估特许经营项目的格式标准所占的比例  
图表：BFA会员年收费标准  
图表：日本特许加盟店的模式图  
图表：台湾历年连锁（特许）总部与店铺数  
图表：台湾历年零售产值与连锁（特许）业产值  
图表：中国特许经营连锁百强上榜零售企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜服装企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜农资连锁企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜其他零售企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜餐饮企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜酒店  
图表：中国特许经营连锁百强上榜培训机构  
图表：中国特许经营连锁百强上榜干洗企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜家装企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜保健企业  
图表：中国特许经营连锁百强上榜其他服务企业  
图表：2017年特许经营发展情况  
图表：2017年部分上市特许企业基本情况  
图表：学历教育特许经营总部的设计任务  
图表：总部SIOPC系统

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/K771618R5V.html>