



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国特许经营业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国特许经营业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/46113.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

【 目录 】

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11”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：<https://www.icandata.com/view/46113.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。