



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007中国特许经营行业投资市场 分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2007中国特许经营行业投资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/46119.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](mailto: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

### 【 目录 】

第一章 特许经营的概念	1
1.1 特许经营的定义及类型	1
1.1.1 连锁特许经营的定义	4
1.1.2 特许经营的本质特征	6
1.1.3 特许经营不同方式的分类	6
1.1.4 商业特许经营不同方式的分类	13
1.2 特许经营与别的经营方式的区别	15
1.2.1 特许经营与连锁经营之间的区别	15
1.2.2 特许经营与代理及经销的区别	17
1.2.3 特许经营与直销之间的区别	17
1.2.4 特许经营与设立分公司之间的区别	17
1.3 特许经营的模式分析	18
1.3.1 商品商标型特许经营模式的分类	23
1.3.2 区域总特许模式的利弊分析	25
1.4 特许经营中的特许者分析	26
1.4.1 特许者的基本权利	36
1.4.2 特许者的基本义务	37
1.4.3 特许者和分特许者之间关系	38
第二章 国际特许经营	40
2.1 国际特许经营的宏观环境	40
2.1.1 法律环境	40
2.1.2 经济环境	40
2.1.3 政治环境	40
2.2 国际特许经营模式	41
2.2.1 外国服务业型模式	41
2.2.3 本国服务业型模式	41

2.2.2外国零售业、商业服务和其他特许经营模式	41
2.2.4本国的特许经营模式	42
2.2.5出口本国的特许经营模式	42
2.3国际特许经营的战略分析	42
2.3.1国际特许经营的营销战略	44
2.3.2国际特许经营发展新的发展趋势	45

### 第三章 世界部分国家或地区的特许经营分析 50

3.1美国的特许经营	50
3.1.1美国机场特许经营的现状	50
3.1.2美国特许连锁经营的成功经验以及启示	56
3.2英国的特许经营	60
3.2.1英国的特许经营业发展现状分析	60
3.2.2英国对其特许经营业的监管	62
3.3日本的特许经营	68
3.3.1日本特许经营的发展	69
3.3.2日本特许经营的新特点和存在的问题	70
3.4其他国家或地区的特许经营	74
3.4.1香港特许经营的发展经验	74
3.4.2加拿大特许经营市场概况和相关法律	76

### 第四章 中国的特许经营状况 80

4.1我国特许经营的现状	80
4.1.1中国特许经营的发展现状分析	81
4.1.2我国特许经营业的发展	83
4.1.3我国特许经营业发展的特点	83
4.1.4我国特许经营发展的建议	85
4.2特许经营的市场分析	88
4.2.1我国特许经营市场的现状	89
4.2.2特许经营的市场定位分析	90
4.2.3特许经营者需转变市场观念	92
4.3特许经营与企业	93

4.3.1	特许经营对我国中小企业发展的影响	98
4.4	特许经营的法律分析	100
4.4.1	我国特许经营业的法律环境探析	102
4.4.2	商业特许经营的法律环境	106
4.4.3	特许经营中存在的法律问题	109
第五章 教育业与特许经营 113		
5.1	中国的教育业分析	113
5.1.1	中国教育发展状况和教育市场	116
5.1.2	中国教育服务市场的开放现状	117
5.1.3	我国教育产业能否产业化分析	120
5.2	我国教育培训特许经营的特点	123
5.2.1	“红黄蓝”教育业特许经营的掘金者	125
5.2.2	许经营成为教育培训业市场的新趋势	128
5.3	非学历及学历教育的特许经营	129
5.3.1	非学历教育的特许经营案例	130
5.3.2	学校特许经营的合法性及可行性分析	131
5.3.3	学历教育中的直营连锁经营案例	133
第六章 服装业与特许经营 136		
6.1	中国的服装业	136
6.1.1	中国服装行业的发展现状	136
6.1.2	2005-2006年中国服装行业的市场运行	139
6.1.2.1	2005年服装行业经济运行回顾	139
(1)	服装生产增势强劲	139
(2)	企业绩效持续增长	141
(3)	内外销市场繁荣	141
(4)	国际市场竞争能力增强，服装出口再创历史新高	142
6.2	我国服装市场销售分析	143
6.2.1	服装市场销售稳步增长	143
6.2.2	国内市场服装品牌竞争激烈	145
6.2.3	2006年服装市场值得关注的问题	145

6.3 2003—2006年纺织服装产业生产运行情况	146
6.3.1 2003—2006年中国纺织服装产业生产产值统计分析	146
6.3.2 2005—2006年中国纺织服装制造企业评价指标统计分析	147
6.3.3 2003—2006年中国纺织服装制造企业盈亏情况分析	153
6.3.4 2005—2006年中国纺织服装制造企业资产负债指标分析	158
6.3.5 2003—2006年中国纺织服装制造企业产销存统计分析	163
6.4 2006年主要服装类商品发展趋势	165
6.5.1 2005年我国服装业的市场特点	170
6.5.2 企业盲目的采用特许经营模式	172

## 第七章 餐饮业与特许经营 178

7.1 中国的餐饮业	178
7.1.1 我国餐饮业的发展速度加快	178
7.1.2 我国餐饮业面临的挑战	178
7.2 餐饮业的特许经营	180
7.2.1 连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道	181

## 第八章 其他部分行业的特许经营 187

8.1 公路的特许经营	187
8.1.1 公路特许经营权的授权主体	190
8.1.2 公路特许经营权的权利内涵	191
8.1.3 公路特许经营权的转让	193
8.1.4 建立公路特许经营制度的法律依据	193
8.1.5 与公路特许经营相关的其它若干问题	194
8.2 洗衣业与特许经营	196
8.2.1 我国洗衣业特许经营的现状分析	196
8.2.2 洗衣行业特许经营的基本操作方法	199
8.2.3 我国洗衣业特许经营的发展趋势	201
8.3 IT行业与特许经营	202
8.3.1 联想的特许经营发展	202
8.3.2 我国IT业特许经营的案例	202

## 第九章 特许经营与品牌 207

### 9.1 特许经营与品牌 207

#### 9.1.1 从根本上认识品牌特许经营 207

#### 9.1.2 品牌特许经营的特点 207

### 9.2 品牌特许经营对其品牌生态环境的影响 210

#### 9.2.1 品牌特许经营在部分产业中渗透力 211

#### 9.2.2 品牌特许经营的操作流程分析 212

### 9.3 加盟特许品牌的步骤分析 212

#### 9.3.1 前期调查并选择行业 214

#### 9.3.2 对特许连锁经营总部的考察 215

#### 9.3.3 与总部签定特许经营合同 217

## 第十章 特许经营的管理和营销 218

### 10.1 特许经营特许的构建 218

#### 10.1.1 特许经营理念的导入及体系的基本设计 223

#### 10.1.2 特许经营管理体系的建立 231

### 10.2 从管理的角度分析特许经营 234

#### 10.2.1 特许经营体系中供应链的管理 235

#### 10.2.3 特许连锁店的经营规章制度 239

### 10.3 特许营销模式给企业带来的益处 244

#### 10.3.1 特许营销招商工作上的四种模式 245

## 第十一章 国内外特许经营知名企业 247

### 11.1 麦当劳 247

#### 11.1.1 麦当劳的经营策略 247

#### 11.1.2 麦当劳的特许经营探析 249

### 11.2 席殊书屋 251

#### 11.2.1 公司介绍 251

#### 11.2.2 席殊书屋特许加盟的支持体系探析 252

### 11.3 联想集团 261

#### 11.3.1 集团介绍 261

### 11.4 双汇集团 266

11.4.1集团介绍	266
11.4.2双汇集团肉制品的市场渠道运作	267
11.5北大青鸟APTECH	274
11.5.1公司介绍	274
11.5.2北大青鸟APTECH公司的四个优势	277
11.5.3北大青鸟APTECH的网络工程师培训业分析	278

## 第十二章 连锁经营的投资分析 282

12.1投资机会	282
12.1.1特许经营成为家具营销的新模式	282
12.1.2品牌特许经营仍是我国汽车销售的主流模式	285
12.2投资风险	286
12.2.1特许经营中常见的投资误区	286
12.2.2特许经营中潜伏四个风险	288
12.3投资前景	291
12.3.1特许经营蕴藏着众多的投资机会	291
12.3.2中国特许经营蕴含巨大的潜力	292
12.3.3我国特许经营进入高速发展期	293

## 第十三章 特许经营的有关法规政策 297

13.1政策解读	297
13.1.1《商业特许经营管理办法》对特许人的规定	297
13.1.2《商业特许经营管理办法》中应注意的几个方面	306
13.2法规政策	310
13.2.1《商业特许经营管理办法》	310
13.2.2市政公用事业特许经营管理办法	319
13.2.3中华人民共和国产品质量法	326
13.2.4中华人民共和国担保法	338

## 图表目录

图表 美国机场通讯服务的收入的提成比例	54
图表 英国的特许加盟商转行原因的比例	60



图表 2004年英国特许加盟者的状况分析	61
图表 英国的BFA评估特许经营项目的格式标准所占的比例	64
图表 “十五”服装产量及增幅示意图	139
图表 2005年2-12月服装产品产量全国合计	140
图表 2005年我国服装及衣着附件出口状况分析	142
图表 各类服装销量的增长幅度(单位:%)	143
图表 各类服装占服装销量总量的比重%	144
图表 2003-2006年中国纺织服装产业生产总值(当年价格)统计(千元)	146
图表 2006年1-6月纺织服装业累计工业总产值(当年价)	146
图表 2006年1-6月纺织服装行业生产资本保值增值率(单位:%)	147
图表 2006年1-6月纺织服装行业资本负债率(单位:%)	148
图表 2006年1-6月纺织服装行业产值利税率(单位:%)	149
图表 2006年1-6月纺织服装行业资金利润率(单位:%)	150
图表 2006年1-6月纺织服装行业成本费用利润率(单位:%)	151
图表 2006年1-6月纺织服装制造人均销售率(单位:元)	152
图表 2003-2006年纺织服装企业增长情况(单位:家)	154
图表 2006年1-6月纺织服装制造企业单位数(单位:个)	154
图表 2003-2006年纺织服装制造企业累计亏损企业数(单位:家)	155
图表 2006年1-6月纺织服装制造企业亏损单位数(单位:个)	156
图表 2003-2006年纺织服装制造企业亏损总额(单位:亿元)	157
图表 2006年1-6月纺织服装制造亏损企业亏损总额(单位:千元)	157
图表 2006年1-6月纺织服装制造流动资产平均余额(单位:千元)	158
图表 2006年1-6月纺织服装制造固定资产净值平均余额(单位:千元)	159
图表 2006年1-6月纺织服装制造资产合计(单位:千元)	160
图表 2006年1-4月纺织服装制造负债合计(单位:千元)	161
图表 2006年1-4月纺织服装制造资本负债率(单位:%)	162
图表 2003—2006年产品销售成本比较(单位:亿元)	163
图表 2003—2006年产品销售费用比较(单位:亿元)	164
图表 2003—2006年产品销售税金及附加(单位:亿元)	165
图表 各类服装销量的增长幅度	170
图表 各类服装占服装销售总量的比重	171
图表 品牌特许经营的3S原则分析	207

图表 品牌特许经营的不同授权方式	209
图表 品牌特许经营对品牌生态环境影响	210
图表 品牌特许经营在各产业的渗透力量	211
图表 品牌特许经营的操作流程	212

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46119.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](http://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。