



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007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

《2007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/46122.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

【 描述 】

内容简介

跨入2006年以来，风投频频光顾中国特许经营领域。七月份，典型的特许经营餐饮企业“小肥羊”获得数千万美元投资，在业内轰动一时。“大众点评网”与“订餐小秘书”两家特许经营概念的餐饮服务企业，也先后获得大额风险资金。类似的针对特许经营企业的投资不断增加，涉及资金量也达到了一定规模。2006年11月11日，北京师范大学(珠海)国际特许经营学院院长刘文献先生创办的中国特许经营网与中泰国际集团联手合作，将向全球推出中国特许经营城。这将有助于规范中国特许经营市场，加速特许经营的发展步伐、推动民族品牌的发展。

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。目前中国的特许经营已覆盖了世界特许经营体系的大部分类别，按2006年年初EFF(欧洲特许联盟)推荐给世界特许联合会的特许经营行业分类，目前我国特许经营已覆盖了该分类的所有13大类别，只是在办公、商务供应与服务大类中的人力资源服务、税收、保险、会计、广告等方面还是空白。特许经营单店数量将继续扩大，并将上升12%-14%之多。中国特许经营经过19年的发展，现涉及行业60多个，特许经营商达2320多个，加盟店铺总数为168000个，单个特许体系平均加盟店铺数达到73个。整个市场以40-50%的惊人速度迅速成长与扩张。然而在中国，特许经营市场发育并不均衡。作为全球最火热的市场，中国却面临着“理论落后于形势，时间落后于国际，成功难以克隆，失败不断重复”的局面。

特许经营在中国已经进入高速发展的时代，但是在高速发展的背后却隐藏着诸多问题，根据2006年年初调查结果，按关注率来看，目前特许总部面临地主要问题排在前五名的是：战略发展方向；管理体系标准化；加盟商行为规范；产品服务标准统一化和政策法律环境。备

受业界关注的《商业特许经营管理条例》有望于2006年11月由国务院颁布出台，特许经营市场将彻底拨乱反正。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。包括教育消费、保健美容消费、汽车消费、居家服务消费在内的新兴消费领域逐渐成为消费热点。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。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 】

第一部分 全球特许经营发展概况

第一章 特许经营的概念 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

第二节 特许经营与别的经营方式的区别 6

一、特许经营与代理 6

二、许可证交易 7

三、特许经营与金字塔式销售 7

四、特许经营与商业连锁 8

第三节 特许经营的模式分析 10

一、商标特许经营模式分析 10

二、区域特许模式分析 14

第四节 特许经营中的特许者分析	15
一、特许者的定义	15
二、特许者的基本权利	16
三、特许者的基本义务	17
四、特许者和分特许者之间关系	18
第五节 特许经营的优势和劣势	19
第二章 国际特许经营	22
第一节 国际特许经营的宏观环境	22
一、法律环境	22
二、经济环境	22
三、政治环境	23
第二节 国际特许经营模式	23
一、外国服务业的特许经营	23
二、本国服务业的特许经营	24
三、外国零售业、商业服务和其他特许经营	24
四、国内的特许经营	24
五、出口本国的特许经营	24
第三节 国际特许经营的战略及趋势	25
一、国际特许经营的战略决策	25
二、国际特许经营的市场营销战略	27
三、国际特许经营新趋势	28
四、国际特许经营前景展望	33
第三章 世界部分国家或地区的特许经营分析	36
第一节 美国的特许经营	36
一、美国的特许经营发展历程	36
二、美国特许经营的现状	37
三、美国机场特许经营现状	39
四、美国高等教育特许经营	45
五、美国特许经营最新发展趋势	46
第二节 英国的特许经营	48

一、2001-2005年英国特许经营业的发展现状	48
二、英国对特许经营的监管	50
三、英国特许经营发展的问题	54
四、英国特许经营业发展的启示	55
第三节 德国的特许经营情况介绍	56
一、德国特许经营发展简况	56
二、德国有关特许经营的法律规定	57
三、德国特许经营的最新动态	58
第四节 日本的特许经营	59
一、日本的特许经营业务的现状	59
二、服务行业中的特许经营的状况	62
三、日本特许经营的新特点及存在的问题	67
第五节 其他国家或地区的特许经营	72
一、意大利的特许经营状况	72
二、韩国特许经营发展的现状	74
三、西班牙特许经营行业分析	76
四、墨西哥特许经营业的发展现状	78
第二部分 中国特许经营发展分析	
第四章 中国的特许经营状况	83
第一节 中国特许经营的发展分析	83
一、中国特许经营发展回顾	83
二、中国特许经营发展的现状和特点	83
三、中国特许经营发展的前景展望	89
第二节 我国特许经营的现状	90
一、我国各行业特许经营发展状况	90
二、2005年度特许连锁发展总体状况	93
三、特许经营行业步入收缩期	97
四、特许经营进入集约式发展时代	99
五、中国特许经营的发展瓶颈	101
第三节 中国的特许经营市场分析	101
一、特许经营的市场定位分析	101

二、国际特许经营投资中国市场分析	103
三、特许经营发展前景分析	105
四、企业进行特许经营的成功因素分析	106
五、企业特许经营模式扩张需注意的问题	108
第四节 海外特许品牌中国发展状况分析	113
一、总体概况	113
二、进入方式的选择, 以及合作伙伴的选择标准	116
三、经营模式分析	117
四、面临的主要问题	118
五、海外特许品牌在中国的发展展望	120
第五节 中国特许经营环境分析	122
一、我国商业特许经营发展的环境及潜力	122
二、我国商业特许经营市场不断成熟	124
第六节 我国特许企业面临的困境及对策	129
一、我国特许经营企业的现实困境	130
二、发展特许经营企业的对策分析	133
第五章 教育业与特许经营	136
第一节 中国的教育业分析	136
一、中国基础教育市场状况综述	136
二、中国高等教育发展的现状和展望	140
三、中国教育培训市场概况	148
第二节 教育业与特许经营	162
一、教育领域里的特许经营	162
二、教育特许经营的社会准备与发展萌芽	163
三、教育特许经营的操作方式	166
四、教育特许经营的相关法律问题	167
五、教育特许经营的现状	169
六、教育特许经营趋势与前景	171
第三节 IT职业培训市场分析	173
一、IT职业培训市场现状	173
二、IT培训特许经营成为发展趋势	175

第六章 服装业与特许经营	177
第一节 中国的服装业	177
一、中国服装行业的发展现状	177
二、2006年国内服装市场现状	181
第二节 服装业的特许经营	187
一、服装业特许经营的特征	187
二、服装业特许经营的优势	188
三、服装业特许经营的劣势	189
四、服装业直营店与加盟店的优劣势比较	190
五、服装业从批发到特许经营的模式转变	191
第三节 服装业特许经营现状	194
一、服装业特许经营市场规模	194
二、服装业特许经营趋势	195
第四节 中国服装企业特许经营的误区分析	197
一、只看到特许经营的优势，而忽视其劣势	197
二、认为特许经营是所有企业都可以进行的	200
三、认为外部表现一致就是特许经营	200
四、认为特许经营进行的步伐越快越好	200
五、对待自营店与加盟店不一视同仁	201
第七章 餐饮业与特许经营	203
第一节 中国的餐饮业	203
一、我国餐饮业市场的现状	203
二、我国餐饮业发展现状	209
第二节 餐饮业的特许经营	212
一、餐饮业特许连锁的优势	212
二、餐饮业特许经营中的文化因素探析	212
三、餐饮业特许经营存在的问题及解决之道	216
四、快餐特许连锁经营的模式	222
第三节 餐饮行业特许经营发展情况分析	223
一、餐饮业概况	223

二、餐饮业特许经营概况	226
三、连锁餐饮业各行业特许经营的特点	233
四、餐饮业特许经营模式分析	237
五、连锁餐饮企业经营网点的覆盖面分析	237
六、政策对餐饮业特许经营的影响分析	238
七、企业在特许经营遇到的难点问题	238
八、餐饮业特许经营企业最关注的问题	239
九、餐饮业特许经营存在的主要问题分析	240
第四节 我国餐饮业特许经营中标准化问题探讨	242
一、我国餐饮特许经营中存在的标准化问题	242
二、加快我国餐饮特许经营标准化的步伐	244
第八章 其他部分行业的特许经营	247
第一节 公路的特许经营	247
一、建立公路特许经营制度的法律依据	247
二、公路特许经营权的授权主体	248
三、公路特许经营权的权利内涵	249
四、公路特许经营权的转让	251
五、与公路特许经营相关的其它若干问题	251
六、澳大利亚公路特许经营的特点及启示	253
第二节 美容行业与特许经营	258
一、美容行业现状与趋势	258
二、美容行业特许经营	263
第三节 洗衣业与特许经营	269
一、洗衣行业特许经营的基本操作方法	269
二、洗衣业特许经营的现状分析	270
三、洗衣业特许经营市场主要特点	272
四、洗衣业特许经营发展趋势	273
五、洗衣业特许经营发展前景	273
第四节 IT行业与特许经营	275
一、国内IT行业特许经营发展状况	275
二、IT企业的特许经营之道	280

第五节 房屋中介业与特许经营	284
一、房屋中介业发展现状	284
二、房屋中介业特许经营分析	296
第六节 家装业与特许经营	299
一、家装业特许经营模式	299
二、家装业特许经营现状	303
第九章 特许经营的管理和营销	306
第一节 特许经营与特许经营体系的构建	306
一、公司的商业目标	306
二、商业目标的实现	306
三、特许经营模式	307
四、特许者的特性	307
五、特许经营加盟者的特性	308
六、特许经营的成功因素	308
七、特许经营的效率	309
八、成功特许经营体系的建立	309
九、建立特许经营体系需注意的问题	311
第二节 特许经营的营销优势	312
一、国家的支持	313
二、发展的空间	313
三、价格空间	313
四、培训和指导空间	314
五、商业趋势	314
六、整合的机会	314
七、管理空间	314
八、竞争的优势	315
九、宣传的空间	315
十、团队建立渠道	315
第三节 特许经营与品牌	315
一、特许经营成就品牌价值	315
二、特许经营的品牌维护和价值挖掘	321

第十章 国内外特许经营知名企业	328
第一节 麦当劳公司	328
一、公司概况	328
二、麦当劳的特许制度	329
三、麦当劳的特许经营	333
四、麦当劳特许经营的支持系统	336
五、“麦当劳”的特许经营特色	343
六、麦当劳在中国经营的新模式	346
第二节 21世纪不动产介绍	347
第三节 福建劲霸时装有限公司	351
第四节 上海象王洗衣有限公司	352
一、企业发展历程	352
二、品牌建设过程	353
三、特许经营情况	354
第五节 席殊书屋	356
一、公司介绍	356
二、席殊书屋特许加盟的模式	357
三、席殊书屋特许加盟的支持体系探析	358
四、加盟的风险规避和退出机制	362
第六节 联想集团	363
一、“联想11”特许经营	363
二、联想特许经营现状与未来	369
三、联想1+1演绎特许经营的成功要素	369
第七节 北大青鸟APTECH	371
一、公司介绍	371
二、北大青鸟APTECH公司的四个优势	372
三、北大青鸟APTECH的特许经营	373
四、标准化打造成功培训教育连锁企业	375
第八节 北京青鸟健身有限公司	377
第九节 北京驰耐普汽车技术开发有限公司	380
第十节 北京东易日盛装饰有限责任公司	382

一、公司简介	382
二、加盟模式分析	385
第三部分 特许经营发展趋势与投资分析	
第十一章 特许经营发展趋势分析	389
第一节 中国特许经营发展的趋势	389
一、特许形式和行业领域趋势	389
二、特许经营竞争趋势	389
三、特许经营经济形式发展趋势	390
四、发展特许经营应注意的主要问题	391
第二节 2008年奥运特许经营前瞻	393
一、历届奥运经营回顾与北京奥运展望	393
二、北京奥运特许经营动态	399
第十二章 特许经营的投资分析	410
第一节 投资机会	410
一、特许经营投资机遇	410
二、特许经营创业投资新方向	411
三、中国特许经营发展趋势与新商机	414
四、教育行业投资现状与投资机会	416
第二节 投资风险	416
一、特许经营中常见的投资误区	416
二、特许方和加盟方的风险	419
三、特许经营风险与规避	420
四、平台建设不完善	424
第三节 投资前景	425
一、特许经营市场前景分析	425
二、投资市场特许经营成新贵	427
三、奥运特许投资分析	428
第十三章 特许经营的有关法规政策	434
第一节 《商业特许经营管理办法》	434

第二节 《商业特许经营管理办法》解读	443
一、《办法》是中国特许经营立法的重要发展	443
二、《办法》与试行版的比较	444
三、《办法》对餐饮业影响	446
四、《办法》确定内外资企业平等	446
五、《办法》规范市场	447
第三节 特许经营法律的发展	448

图表目录

图表：商标特许经营框架	11
图表：BFA会员年收费标准	52
图表：德国境内规模最大的20家特许经营体系	57
图表：日本特许经营连锁组织数	60
图表：日本特许经营连锁销售额	60
图表：日本特许经营连锁店铺数	61
图表：根据日本FC经营者拥有的店铺数量划分的阶层结构	61
图表：日本特许经营连锁店的增长情况	63
图表：日本家庭服务性消费支出情况	64
图表：日本零售业与以个人为对象的服务行业状况	65
图表：在日本开展特许经营业务的程序	65
图表：在日本获得成功的外资FC（一）	66
图表：在日本获得成功的外资FC（二）	67
图表：中国特许体系数量趋势图	84
图表：按开展特许经营的时间划分的企业所占比例	84
图表：特许经营行业分布情况	85
图表：特许经营企业创建时间	85
图表：企业开展特许前的准备时间	86
图表：特许权使用费的缴纳方式	87
图表：特许经营企业的合同期限	87
图表：特许经营企业的加盟费	88
图表：固定费用的特许权使用费	88
图表：直营店占总店数的比例	89

图表：2004-2005年三大行业特许体系占比之比较	94
图表：三大行业中特许企业多品牌发展比较	94
图表：2005特许经营部分企业发展情况表	95
图表：2006年最具影响力商业特许品牌	96
图表：2004年特许行业（部分）店铺、营业收入增长情况	99
图表：调研的78个海外特许品牌其来源国比例	114
图表：美国20强中的品牌行业分布与进入我国大陆的情况	114
图表：特许权益使用金的征收方式选择	115
图表：开拓一个新地理区域时考虑因素排名	116
图表：选择合作伙伴的标准排序	117
图表：不同投资方式下采用不同特许经营方式的对比	118
图表：2004年全球最大20家特许企业	122
图表：2002-2005年中国教育经费投入表	136
图表：2005年教育行业投入资金区域分布	137
图表：高等教育毛入学率变化情况	141
图表：普通高等学校在校本专科生数量变化情况	142
图表：中国教育经费情况	146
图表：网络教育细分市场情况	159
图表：中国网络教育市场规模发展情况	159
图表：典型教育业态特许经营发展同比增长情况	169
图表：2005年教育培训业主要特许品牌基本情况	171
图表：2004-2010年个人IT培训市场规模与增长示意图	173
图表：2005年IT职业培训品牌所占市场份额	174
图表：2004-2006年社会消费品零售额中服装同比增长	186
图表：2004-2006年全国大型百货商场服装销量同比	187
图表：餐饮业与零售业增长速度	203
图表：2005年各月餐饮业零售额与增长速度	204
图表：2005年全国三大区域餐饮业发展情况比较	204
图表：“十五”时期全国是三大区域餐饮业零售额	205
图表：2005年全国各省市餐饮业发展排序	205
图表：2005年全国各城市餐饮业发展排序	206
图表：“八五”以来我国人均餐饮消费变化情况	207

图表：1976-2005年餐饮业增长贡献率和拉动率变化情况	208
图表：餐饮业零售额相关年度“跨千亿元台阶”情况	209
图表：快餐经营模式图	223
图表：餐饮业的细分行业分类	224
图表：餐饮业细分行业和业态的发展	225
图表：餐饮业态类型	225
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	227
图表：餐饮业部分企业特许经营配送额增长情况	228
图表：部分连锁餐饮业培训增长情况	229
图表：餐饮业部分企业多品牌经营情况	229
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	230
图表：部分连锁餐饮企业特许费收取方式	230
图表：部分连锁餐饮业特许经营保证金收取情况	232
图表：连锁餐饮企业特许经营单店投资额情况	232
图表：连锁餐饮业各行业部分企业特许经营模式	237
图表：餐饮业特许经营难点	239
图表：餐饮业各行业关注的主要问题	240
图表：2004年特许经营部分餐饮行业代表性企业发展情况表	242
图表：2005年餐饮业主要特许品牌基本情况	246
图表：洗衣行业按照业态分类	271
图表：洗衣行业按照加工方式分类	272
图表：2005年洗染业主要特许品牌基本情况	275
图表：2003-2005年房地产经纪百强企业成交总额分布	286
图表：2003-2005年房地产经纪百强企业经营收入分布	287
图表：2003-2005年房地产经纪百强企业门店数量分布	288
图表：2003-2005年房地产经纪百强企业成交总额和经营收入增长率分布	288
图表：2006年房地产经纪综合实力10强企业	289
图表：2006年房地产经纪华东地区综合实力10强企业	290
图表：2006年房地产经纪华北地区综合实力10强企业	291
图表：2006年房地产经纪华南地区综合实力10强企业	291
图表：2006年房地产经纪百强企业	294
图表：2005年房屋中介业主要特许品牌基本情况	299

图表：2005年家装业主要特许品牌基本情况	303
图表：商业目标的实现途径	307
图表：特许经营的成功因素	309
图表：麦当劳美国市场经营业绩情况	342
图表：麦当劳餐厅发展速度	342
图表：麦当劳中国市场经营业绩情况	342
图表：麦当劳、肯德基特许方式对比	343
图表：青鸟健身加盟支持体系	379
图表：历届奥运特许经营情况与北京奥运特许经营预测	399
图表：北京奥运特许经营商名录	406
图表：外界对于中国人民银行2006年第二次加息评论	427

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/46122.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。