

# 2016-2022年中国特许经营产业深度调研与十三五 投资前景预测报告

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《2016-2022年中国特许经营产业深度调研与十三五投资前景预测报告》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/diaochang/240340240340.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

特许经营在我国的发展已经有10多年的时间。自2000年以来，中国特许经营总体呈稳定快速的发展趋势。

2011年中国特许联盟120强的销售规模达到了37.3亿元，比2010年增长了9.6%，特许连锁120强共拥有连锁店21.8万家，其中加盟店19.2万家，给社会提供就业岗位达到250万个。

2011年12月12日，商务部发布修订后的《商业特许经营备案管理办法》。办法要求，商业特许经营实行全国联网备案，符合规定的特许人依据办法规定通过商务部设立的商业特许经营信息管理系统进行备案。办法自2012年2月1日起施行。

2013年，中国特许连锁120强共拥有连锁店139701个，其中加盟店115380个，每家企业平均拥有店铺1164个。

2013年6月1日起，商务部发布的《商业特许经营合同规范》开始实施。作为全国首个特许经营合同规范性的行业标准，它的实施将有利于我国商业特许经营行业健康发展。

2012年1月商务部发布《商务部关于“十二五”期间促进商业特许经营健康发展的指导意见》。《意见》提出，用五年时间，实现主要特许经营品牌的加盟店数量、经营规模、规范水平均有较大提高，形成一批市场发展潜力大、标准化管理能力强、诚信经营的知名商业特许经营企业和品牌。

依据特许经营在中国的短短十多年时间内就已取得的惊人表现看，特许经营在中国的增长势头是有增无减的。随着中外特许经营企业的共同努力和相互促进，中国优秀特许经营企业在管理和品牌经营上将逐步成熟，再加上我国特许经营法律法规、体系的逐步建立和完善，完全可以想象，今后几年，我国的特许经营发展模式将会有实质性的飞跃和发展。

中国报告网发布的《2016-2022年中国特许经营产业深度调研与十三五投资前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 【报告大纲】

#### 第一部分 特许经营行业发展分析

## 第一章 特许经营的概念

### 第一节 特许经营概述

- 一、特许经营的定义
- 二、特许经营的特征分析
- 三、特许经营的优势概括
- 四、特许经营的发展史
- 五、特许经营中的特许者分析

### 第二节 特许经营的分类

- 一、根据特许内容分类
- 二、根据特许权授予方式分类
- 三、按受许人可再将购买的特许权再特许分类

### 第三节 特许经营与别的经营方式的区别

- 一、特许经营与连锁经营之间的区别
- 二、特许经营与代理及经销的区别
- 三、特许经营与直销之间的区别
- 四、特许经营与设立分公司之间的区别

## 第二章 世界部分国家或地区的特许经营分析

### 第一节 国际特许经营的模式及战略

- 一、国际特许经营模式
- 二、国际特许经营所面临的宏观环境
- 三、国际特许经营的战略研究
- 四、国际特许经营的营销决策

### 第二节 美国的特许经营

- 一、美国的特许经营发展史
- 二、美国特许经营行业概述
- 三、美国机场特许经营简析
- 四、美国高等教育趋向特许经营
- 五、2016美国特许经营500强各分类浅析
- 六、美国特许经营的发展趋势
- 七、美国特许经营的成功经验借鉴

### 第三节 英国的特许经营

- 一、英国的特许经营业发展回顾
- 二、英国对其特许经营业的监管
- 三、英国特许经营业的发展经验
- 四、英国快餐业特许经营市场分析

## 五、2016英国特许经营展备

### 第四节 日本的特许经营

- 一、日本对特许经营的定义
- 二、日本特许经营的发展
- 三、日本的特许经营法律制度分析
- 四、日本特许经营的新特征和存在的问题分析

### 第五节 其他国家或地区的特许经营

- 一、韩国
- 二、西班牙
- 三、墨西哥
- 四、加拿大
- 五、台湾
- 六、香港
- 七、智利

## 第三章 中国的特许经营状况

### 第一节 中国特许经营业概况

- 一、中国特许经营发展的历程
- 二、国内特许经营发展的条件及市场潜力解析
- 三、中国发展特许经营的必要性及可行性分析
- 四、中国特许经营的特点分析
- 五、中国特许经营的优劣势解读

### 第二节 中国特许经营政策环境解读

- 一、中国面临特许经营后“条例”时代
- 二、中国特许经营跨入法制化轨道
- 三、商业特许经营管理条例的看点分析
- 四、商业特许经营管理条例的优势解读

### 第三节 国内特许经营发展分析

- 一、2015年中国特许经营发展现状
- 二、中国商业特许经营模式迎来发展新时期
- 三、中国特许经营业开始国际化扩张征途
- 四、2016年中国特许经营发展现状
- 五、中国特许加盟市场持续增长 特许展会规模创高

### 第四节 特许经营业存在的问题

- 一、中国特许经营与国外的差距分析
- 二、国内特许经营发展中存在的问题

- 三、中国特许经营市场存在的问题
- 四、发展中国特许经营的挑战
- 五、中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”
- 第五节 促进中国特许经营发展的策略
  - 一、中国特许经营发展的建议
  - 二、中国特许经营的竞争策略
  - 三、中国特许经营发展的双赢策略
  - 四、特许经营在国内公用事业的问题及解决途径
  - 五、特许经营者需转变市场观念
- 第六节 2015-2016年中国特许经营连锁120强分析
  - 一、2015年中国特许经营连锁百强调查
  - 二、2016年中国特许经营连锁120强调查
  - 三、2015-2016年中国优秀特许加盟品牌分析
- 第二部分 特许经营细分行业分析
- 第四章 教育业与特许经营
  - 第一节 学历教育特许经营的发展初级阶段
    - 一、非学历教育的特许经营
    - 二、教育特许经营的操作方式
    - 三、学历教育的特许经营萌发
  - 第二节 学历教育特许经营可行性分析
    - 一、民办教育的政策及法律法规分析
    - 二、教育产权分析
  - 第三节 教育特许经营发展分析
    - 一、教育培训行业特许经营发展状况概述
    - 二、教育行业的特许经营模式已成趋势
    - 三、警惕教育特许经营的“泛商业化”
  - 第四节 教育培训机构如何走好连锁经营之路
- 第五章 服装业与特许经营
  - 第一节 中国的服装业
    - 一、2015年服装行业经济运行分析
    - 二、2015年中国服装产业现状分析
    - 三、2016年中国服装行业经济运行分析
    - 四、服装业效益逆势上涨“减员增效”成最大特点
    - 五、SPA对中国服装业的影响
    - 六、2016年中国服装产业机遇与挑战并存

## 第二节 服装业的特许经营

- 一、服饰业采用特许经营模式的特征
- 二、特许经营给服装业带来的益处
- 三、服装特许经营成为主流模式
- 四、中国服装特许经营的潜力巨大
- 五、中国发展服装特许经营的机遇与挑战
- 六、服装企业特许经营的发展趋势

## 第三节 中国服装企业特许经营的问题

- 一、重视特许经营的优势而忽略其劣势
- 二、企业盲目的采用特许经营模式
- 三、企业对特许经营理解的片面性
- 四、企业盲目的加快特许经营扩张的步伐
- 五、服装业特许连锁当前存在的问题

## 第六章 餐饮业与特许经营

### 第一节 中国的餐饮业

- 一、中国餐饮业市场的概况
- 二、国内餐饮业呈现三极分化
- 三、2015年中国餐饮百强经营情况
- 四、2016年餐饮业发展分析及2016年趋势
- 五、国内餐饮连锁企业凸显融资并购的发展势头
- 六、中国餐饮业面临的挑战
- 七、未来两年早餐市场大有可为 但餐饮业增速放缓

### 第二节 餐饮业的特许经营

- 一、餐饮业与特许连锁经营的适配性
- 二、2015年餐饮业特许经营发展的特征
- 三、2016年中国连锁餐厅盈利能力强
- 四、中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
- 五、连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道
- 六、中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究
- 七、中国餐饮连锁及特许经营业发展前景乐观

### 第三节 餐饮业特许经营管理的SPA分析

- 一、餐饮业特许经营管理的现实问题
- 二、餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
- 三、“SPA疗法”的引进建议简析

### 第四节 快餐业的特许经营

- 一、中式快餐业采用特许经营模式的优势
- 二、中式快餐运用传统饮食品牌进行特许经营的益处
- 三、艾德熊败走中国的思考

#### 第五节 中式快餐的特许经营攻略研究

- 一、利用传统品牌优势，走特许经营之道
- 二、符合特许经营的要求
- 三、对受许者认真考虑
- 四、定制特许经营手册并导入CIS
- 五、提供培训支持
- 六、激励与约束

#### 第七章 其他部分行业的特许经营

##### 第一节 公路的特许经营

- 一、公路特许经营权的授权主体
- 二、公路特许经营权的权利内涵
- 三、公路特许经营权的转让
- 四、建立公路特许经营制度的法律依据
- 五、与公路特许经营相关的其它若干问题

##### 第二节 洗衣业与特许经营

- 一、中国洗衣业特许经营的现状分析
- 二、洗衣行业特许经营的基本操作方法
- 三、中国洗衣业特许经营的发展趋势
- 四、洗衣业特许经营加盟的利弊及建议

##### 第三节 IT行业与特许经营

- 一、中国IT行业特许经营萌芽的条件
- 二、中国IT特许连锁经营现状概括
- 三、IT企业的特许经营经验借鉴
- 四、电子商务与特许经营的结合

##### 第四节 风景名胜区的特许经营

- 一、风景名胜区特许经营概述
- 二、商业特许经营与中国风景名胜区管理
- 三、基于公用事业的风景区特许经营
- 四、其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
- 五、风景名胜区特许经营的机动性

#### 第三部分 特许经营行业经营管理分析

##### 第八章 特许经营与品牌

## 第一节 从根本上认识品牌特许经营

- 一、品牌特许经营的特点
- 二、品牌特许经营对其品牌生态环境的影响
- 三、品牌特许经营在部分产业中渗透力
- 四、品牌特许经营的操作流程分析

## 第二节 中国特许经营品牌发展现状

- 一、中国特许品牌的特许经营步入佳境
- 二、国外特许经营品牌争夺中国内地市场
- 三、我国市场五成以上的国际特许经营品牌来自美国

## 第三节 加盟特许品牌的步骤分析

- 一、前期调查并选择行业
- 二、对特许连锁经营总部的考察
- 三、与总部签定特许经营合同

## 第四节 特许经营与品牌的发展对策

- 一、做好特许经营品牌的代理商
- 二、拓展特许经营品牌的分销渠道
- 三、特许经营品牌的维护和价值开发

## 第五节 特许经营品牌文化建设的探讨

- 一、准确进行品牌定位
- 二、品牌CIS策划与设计
- 三、品牌的传播与推广
- 四、品牌文化建设
- 五、品牌资产管理

## 第九章 特许经营的管理和营销

### 第一节 特许经营体系的构建

- 一、特许经营理念的导入及体系的基本设计
- 二、特许经营管理体系的建立
- 三、特许经营加盟推广体系的设计与营建
- 四、特许经营体系的全面质量管理、维护及更新

### 第二节 特许经营与企业

- 一、特许经营对中国中小企业发展的影响
- 二、中国企业特许经营的运营分析
- 三、企业进行特许经营成功的九个因素
- 四、企业采取特许经营模式扩张需注意的问题

### 第三节 特许经营的管理及制度

一、从管理的角度分析特许经营

二、特许经营体系的管理

三、特许连锁店的经营规章制度

第四节 中国特许经营供应体系的管理措施

一、特许经营供应链概况

二、供应链的用户需求管理

三、供应链的供应商管理

四、供应链的物流配送管理

五、供应链的信息管理

第五节 特许经营的营销

一、特许经营的营销优势

二、特许营销模式给企业带来的益处

三、特许营销招商工作上的四种模式

四、关系营销在特许营销中有效应用

五、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

第一节 教育业特许经营

一、新东方

二、北大青鸟APTECH

三、红黄蓝

第二节 服装业特许经营

一、“以纯”

二、美特斯，邦威

三、班尼路

四、杉杉集团

第三节 餐饮业特许经营

一、麦当劳

二、肯德基

三、“可口可乐”

四、全聚德

第四节 经济型酒店业特许经营

一、速8

二、格林豪泰

三、7天

四、宜必思

## 第五节 其它产业特许经营

### 一、联想1 + 1

### 二、7-11便利店

## 第四部分 特许经营行业趋势及投资策略

### 第十一章 2016-2022年中国特许经营发展趋势预测

#### 第一节 2016-2022年中国特许经营发展趋势预测

##### 一、2016年中国特许经营市场将趋势特征

##### 二、2016年特许经营将占中国零售额三成

##### 三、2016中国特许加盟行业投资景气分析

##### 四、2016-2022年中国特许经营的发展前景展望

##### 五、2016-2022年国内特许经营发展的趋势分析

##### 六、2016-2022年特许经营未来生长点剖析

#### 第二节 中国特许经营具体发展表现

##### 一、形式和行业领域的发展

##### 二、竞争和管理的发展

##### 三、经济形式的发展

### 第十二章 2016-2022年特许经营投资策略

#### 第一节 投资机会

##### 一、家具产业的特许经营

##### 二、脱硫产业的特许经营

##### 三、办公用品特许经营或将脱颖而出

##### 四、品牌酒店特许经营遇良机

##### 五、世博会特许经营投资

##### 六、亚运元素惹眼：特许商品俏销

#### 第二节 投资风险

##### 一、特许经营中常见的投资误区

##### 二、特许方和加盟方的风险

##### 三、特许经营扩张中的风险

##### 四、特许经营的风险规避

#### 第三节 投资建议

##### 一、特许经营创业的考虑要素

##### 二、特许经营模式的有效经营

##### 三、把握特许经营的市场定位

##### 四、投资特许经营连锁须选对行业

## 图表目录

图表：英国BFA会员年收费标准

图表：2015—2016年初特许企业IPO 情况

图表：信息产业中央与地方政府之间的监管矛盾

图表：2016年特许120强企业行业分布

图表：2016年特许120强企业经济类型分布

图表：2016年特许120强企业总店铺数与营业额增长率

图表：2016年特许120强企业分行业平均利润率

图表：2016年特许120强企业单店平均销售额

图表：2016年特许120强企业开店平均投资额

图表：2016年特许120强企业标准店投资回报期

图表：2008-2016年特许120强企业培训费用支出情况

图表：2008-2016年特许120强企业宣传费用支出情况

图表：2016年特许120强企业物流成本构成

图表：2016年特许120强企业开展多品牌经营情况

图表：2016年特许120强企业海外开店情况

图表：2016年特许120强企业加盟商平均合同期限与续约期限情况

图表：2016年特许120强企业加盟商合同到期平均续约率

图表：2016年特许120强企业加盟发展模式

图表：2016年特许120强企业店铺选址要求

图表：2016年特许120强企业对加盟商督导周期

图表：2016年特许120强企业面临主要问题评分情况

图表：2016年特许120强企业面临的主要问题评分分布情况

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——综合零售业

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——服装专卖

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——农资连锁

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——其他零售

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——餐饮

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——经济型酒店

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——培训教育

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——洗衣、皮革养护

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——家装

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——休闲健康美容

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——汽车后市场

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——商务服务

图表：2016中国特许经营连锁120强名单——其他服务

- 图表：2016年零售、餐饮、服务业参评企业同比增长情况
- 图表：2016年参评超市、便利店与专卖零售店同比增长情况
- 图表：2016年餐饮业中正餐、快餐、火锅参评企业同比增长情况
- 图表：三大行业加盟商对总部各项工作评价情况
- 图表：三大业态加盟商对总部各项工作评价对比
- 图表：教育培训连锁机构特许模式分析示意图
- 图表：教育培训连锁企业产品标准化程度示意图
- 图表：直营机构培训与团培机构培训比较
- 图表：不同类型城市培训机构比较
- 图表：2003-2016年服装行业生产情况示意图
- 图表：2016年份规模以上企业完成服装产量情况
- 图表：2016年份规模以上企业完成服装产量同比增幅
- 图表：2007-2016年消费品及衣着消费增长情况
- 图表：2007-2016年大商场月度服装销售增长情况
- 图表：2016年消费价格指数
- 图表：2006年1月-2016年月度服被类消费价格指数变化
- 图表：大型零售店商业企业服装产品价格指数月度变化情况
- 图表：2007年6月-2016年消费者信心指数
- 图表：2007年6月-2016年工业企业景气指数及企业家信心指数
- 图表：2016年份我国服装进口情况
- 图表：2016年份我国服装出口情况
- 图表：2006-2016年我国服装出口月度增幅情况
- 图表：2006-2016年我国服装出口
- 图表：2016年份服装出口贸易方式情况
- 图表：2016年我国服装出口目的地
- 图表：2016年我国服装出口目的地
- 图表：2016年美国海关统计的以“件数（打）”计量的原设限服装品类从中国和全球进口情况
- 图表：2016年中国服装企业百强
- 图表：2016年餐饮业发展状况
- 图表：2016年中国餐饮百强企业
- 图表：品牌特许经营
- 图表：3S原则
- 图表：品牌特许经营的授权方式
- 图表：品牌特许经营对品牌生态环境影响
- 图表：品牌特许经营的产业渗透力量

图表：品牌特许经营流程

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/240340240340.html>