

# 2023-2029年中国特许经营 行业研究与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国特许经营行业研究与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202302/16-521547.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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(Franchising)是指授权人将其商号、商标、服务标志、商业秘密等在一定条件下许可给经营者，允许他在一定区域内从事与授权人相同的经营业务。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国特许经营行业研究与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了特许经营行业市场发展环境、特许经营整体运行态势等，接着分析了特许经营行业市场运行的现状，然后介绍了特许经营市场竞争格局。随后，报告对特许经营做了重点企业经营状况分析，最后分析了特许经营行业发展趋势与投资预测。您若想对特许经营产业有个系统的了解或者想投资特许经营行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章&nbsp;特许经营的概念

1.1&nbsp;特许经营概述

1.1.1&nbsp;特许经营的定义

1.1.2&nbsp;特许经营的特征分析

1.1.3&nbsp;特许经营的优势概括

1.1.4&nbsp;特许经营的发展史

1.1.5&nbsp;特许经营中的特许者分析

1.2&nbsp;特许经营的分类

1.2.1&nbsp;按特许权授予方式分类

1.2.2&nbsp;按特许人与受许人的身份分类

1.2.3&nbsp;按特许的内容分类

1.3&nbsp;特许经营与其他经营方式的区别

1.3.1&nbsp;特许经营与连锁经营之间的区别

1.3.2&nbsp;特许经营与代理及经销的区别

1.3.3&nbsp;特许经营与直销之间的区别

1.3.4&nbsp;特许经营与设立分公司之间的区别

## 第二章&nbsp;2017-2022年世界部分国家或地区的特许经营分析

### 2.1&nbsp;国际特许经营的模式及战略

#### 2.1.1&nbsp;全球特许经营发展概述

#### 2.1.2&nbsp;国际特许经营模式

#### 2.1.3&nbsp;实施国际特许经营的方法

#### 2.1.4&nbsp;国际特许经营的战略研究

#### 2.1.5&nbsp;国际特许经营的市场策略剖析

### 2.2&nbsp;美国的特许经营

#### 2.2.1&nbsp;美国的特许经营发展史

#### 2.2.2&nbsp;美国特许经营50强情况

#### 2.2.3&nbsp;美国特许经营的发展趋势

#### 2.2.4&nbsp;美国特许经营的成功经验借鉴

### 2.3&nbsp;英国的特许经营

#### 2.3.1&nbsp;英国的特许经营业发展回顾

#### 2.3.2&nbsp;英国对其特许经营业的监管

#### 2.3.3&nbsp;英国特许经营业的发展经验

#### 2.3.4&nbsp;英国快餐业特许经营市场分析

#### 2.3.5&nbsp;英国铁路特许经营实施效果差强人意

### 2.4&nbsp;日本的特许经营

#### 2.4.1&nbsp;日本特许经营快速发展的前提条件

#### 2.4.2&nbsp;日本便利店在华特许经营战略浅析

#### 2.4.3&nbsp;解析日本特许连锁经营的契约体系

#### 2.4.4&nbsp;日本的特许经营法律制度分析

#### 2.4.5&nbsp;日本特许经营的新特征和存在的问题分析

### 2.5&nbsp;其他国家或地区的特许经营

#### 2.5.1&nbsp;韩国

#### 2.5.2&nbsp;新加坡

#### 2.5.3&nbsp;法国

#### 2.5.4&nbsp;印度

#### 2.5.5&nbsp;西班牙

#### 2.5.6&nbsp;越南

#### 2.5.7&nbsp;智利

## 2.5.8&nbsp;台湾

### 第三章&nbsp;2017-2022年中国特许经营发展分析

#### 3.1&nbsp;2017-2022年中国特许经营发展状况

##### 3.1.1&nbsp;各地出台法规规范商业特许经营

##### 3.1.2&nbsp;2018年中国特许经营发展情况

##### 3.1.3&nbsp;2022年中国特许经营发展态势

##### 3.1.4&nbsp;2020年我国特许经营发展动态

#### 3.2&nbsp;中国特许经营连锁120强调查分析

##### 3.2.1&nbsp;运行状况

##### 3.2.2&nbsp;主要特点

##### 3.2.3&nbsp;成本压力

##### 3.2.4&nbsp;营销趋势

#### 3.3&nbsp;《商业特许经营管理条例》实施解读

##### 3.3.1&nbsp;中国特许经营迈入规范化轨道

##### 3.3.2&nbsp;商业特许经营管理条例的实施成效评析

##### 3.3.3&nbsp;政府在特许经营管理方面所做的努力

##### 3.3.4&nbsp;中国特许经营已形成一套独有的法律制度

#### 3.4&nbsp;中国特许经营发展存在的问题

##### 3.4.1&nbsp;国内特许经营发展中存在的问题

##### 3.4.2&nbsp;中国特许经营市场存在的问题

##### 3.4.3&nbsp;发展中国特许经营的挑战

##### 3.4.4&nbsp;中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”

##### 3.4.5&nbsp;中国特许经营发展面临四大挑战

#### 3.5&nbsp;促进中国特许经营发展的对策

##### 3.5.1&nbsp;中国特许经营发展壮大的途径

##### 3.5.2&nbsp;新形势下特许经营持续发展的思路

##### 3.5.3&nbsp;推动特许经营健康发展的对策

##### 3.5.4&nbsp;中国特许经营的竞争策略

##### 3.5.5&nbsp;特许经营者需转变市场观念

### 第四章&nbsp;2017-2022年教育培训与特许经营分析

- 4.1&nbsp;2017-2022年教育培训行业特许经营发展分析
  - 4.1.1&nbsp;中国教育培训行业特许经营发展概况
  - 4.1.2&nbsp;教育培训特许经营行业发展特点
  - 4.1.3&nbsp;儿童教育培训成特许经营投资回报最高行业
- 4.2&nbsp;教育培训行业特许经营存在的问题及前景分析
  - 4.2.1&nbsp;教育特许经营的优势及弊端
  - 4.2.2&nbsp;教育行业特许经营标准化问题分析
  - 4.2.3&nbsp;儿童教育培训特许经营发展前景看好
- 4.3&nbsp;学历教育领域推行特许经营发展探析
  - 4.3.1&nbsp;社会准备与发展萌芽
  - 4.3.2&nbsp;学历教育特许经营可行性与合法性分析
  - 4.3.3&nbsp;学历教育特许经营系统的设计
  - 4.3.4&nbsp;特许经营系统事务操作

## 第五章&nbsp;2017-2022年服装业与特许经营分析

- 5.1&nbsp;2017-2022年中国的服装业
  - 5.1.1&nbsp;2018年中国服装行业发展回顾
  - 5.1.2&nbsp;2022年中国服装产业发展状况
  - 5.1.3&nbsp;2020年中国服装产业发展状况
  - 5.1.4&nbsp;中国服装产业发展趋势分析
- 5.2&nbsp;2017-2022年服装业的特许经营
  - 5.2.1&nbsp;特许经营给服装业带来的益处
  - 5.2.2&nbsp;服装特许经营成为主流模式
  - 5.2.3&nbsp;中国服装品牌发展特许经营分析
  - 5.2.4&nbsp;中国发展服装特许经营的机遇与挑战
  - 5.2.5&nbsp;服装企业特许经营的发展趋势
- 5.3&nbsp;服装行业直营与加盟模式分析
  - 5.3.1&nbsp;直营与加盟概述
  - 5.3.2&nbsp;两种模式优劣比较
  - 5.3.3&nbsp;直营和加盟并存的矛盾
  - 5.3.4&nbsp;解决服装直营与加盟店并存矛盾的措施
- 5.4&nbsp;中国服装企业特许经营存在的问题

- 5.4.1&emsp;重视特许经营的优势而忽略其劣势
- 5.4.2&emsp;企业盲目的采用特许经营模式
- 5.4.3&emsp;企业对特许经营理解的片面性
- 5.4.4&emsp;企业盲目的加快特许经营扩张的步伐

## 第六章&emsp;2017-2022年餐饮业与特许经营分析

- 6.1&emsp;2017-2022年中国的餐饮业
  - 6.1.1&emsp;中国餐饮业发展综述
  - 6.1.2&emsp;2018年中国餐饮业的发展回顾
  - 6.1.3&emsp;2022年中国餐饮业的发展分析
  - 6.1.4&emsp;2020年中国餐饮业的发展分析
- 6.2&emsp;餐饮业的特许经营
  - 6.2.1&emsp;餐饮业特许品牌的共同特点
  - 6.2.2&emsp;我国餐饮业特许经营发展概况
  - 6.2.3&emsp;我国特许经营餐饮业发展特点
  - 6.2.4&emsp;中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
- 6.3&emsp;2017-2022年中国餐饮业特许经营发展状况分析
  - 6.3.1&emsp;餐饮业特许经营发展概述
  - 6.3.2&emsp;餐饮业特许经营发展相关指标分析
  - 6.3.3&emsp;餐饮业特许经营发展的其他亮点
  - 6.3.4&emsp;中国特许经营餐饮百强企业发展分析
- 6.4&emsp;餐饮业特许经营标准化后台建设分析
  - 6.4.1&emsp;餐饮业特许经营的特性
  - 6.4.2&emsp;案例发展分析
  - 6.4.3&emsp;加强特许经营餐饮业后台建设
  - 6.4.4&emsp;发展趋势展望
- 6.5&emsp;餐饮业特许经营管理的SPA分析
  - 6.5.1&emsp;餐饮业特许经营管理的现实问题
  - 6.5.2&emsp;餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
  - 6.5.3&emsp;“SPA疗法”的引进建议简析
- 6.6&emsp;中餐业的特许经营
  - 6.6.1&emsp;中式快餐业采用特许经营模式的优势

6.6.2&emsp;中式快餐运用传统饮食品牌进行特许经营的益处

6.6.3&emsp;中式餐饮特许经营的问题与对策

6.6.4&emsp;中式快餐的特许经营攻略研究

6.7&emsp;餐饮业特许经营面临的问题及对策

6.7.1&emsp;我国特许经营餐饮业存在的问题

6.7.2&emsp;我国餐饮特许经营发展面临的挑战

6.7.3&emsp;我国特许经营餐饮业的经营策略

6.7.4&emsp;中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究

6.7.5&emsp;连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道

## 第七章&emsp;2017-2022年其他部分行业的特许经营分析

7.1&emsp;汽车后市场与特许经营

7.1.1&emsp;中国汽车维修行业特许经营发展分析

7.1.2&emsp;中国汽车后市场特许经营发展分析

7.1.3&emsp;汽车维修业特许经营存在的问题

7.1.4&emsp;汽车后市场特许经营发展趋势

7.2&emsp;经济型酒店与特许经营

7.2.1&emsp;经济型酒店加盟特许经营发展迅速

7.2.2&emsp;经济型酒店及其特许经营发展状况分析

7.2.3&emsp;中国经济型酒店存在的主要问题

7.3&emsp;房屋中介与特许经营

7.3.1&emsp;房地产经纪行业特许经营发展特征

7.3.2&emsp;房产中介行业特许经营模式的优势

7.3.3&emsp;房产经纪行业特许加盟KPI指标

7.3.4&emsp;房地产经纪特许经营企业的关注点

7.3.5&emsp;二手房经纪特许经营相关法律政策情况

7.3.6&emsp;房产中介行业特许经营发展趋势

7.4&emsp;公路的特许经营

7.4.1&emsp;公路特许经营权的授权主体

7.4.2&emsp;公路特许经营权的权利内涵

7.4.3&emsp;公路特许经营权的转让

7.4.4&emsp;建立公路特许经营制度的法律依据



- 7.4.5&emsp;与公路特许经营相关的其它若干问题
- 7.5&emsp;洗衣业与特许经营
  - 7.5.1&emsp;中国干洗特许业务发展现状分析
  - 7.5.2&emsp;洗衣行业特许经营的基本操作方法
  - 7.5.3&emsp;中国洗衣业特许经营的发展趋势
  - 7.5.4&emsp;洗衣业特许经营加盟的利弊及建议
- 7.6&emsp;IT行业与特许经营
  - 7.6.1&emsp;中国IT行业特许经营萌芽的条件
  - 7.6.2&emsp;中国IT特许连锁经营现状概括
  - 7.6.3&emsp;IT企业的特许经营经验借鉴
- 7.7&emsp;风景名胜区的特许经营
  - 7.7.1&emsp;风景名胜区特许经营概述
  - 7.7.2&emsp;商业特许经营与中国风景名胜区管理
  - 7.7.3&emsp;基于公用事业的风景名胜区特许经营
  - 7.7.4&emsp;其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
  - 7.7.5&emsp;风景名胜区特许经营的机动性

## 第八章&emsp;2017-2022年特许经营与品牌分析

- 8.1&emsp;从根本上认识品牌特许经营
  - 8.1.1&emsp;品牌特许经营的特点
  - 8.1.2&emsp;品牌特许经营对其品牌生态环境的影响
  - 8.1.3&emsp;品牌特许经营在部分产业中渗透力
  - 8.1.4&emsp;品牌特许经营的操作流程分析
- 8.2&emsp;2017-2022年中国特许经营品牌发展现状
  - 8.2.1&emsp;中国特许品牌的特许经营步入佳境
  - 8.2.2&emsp;中国市场各国特许品牌分布格局
  - 8.2.3&emsp;特许品牌为加盟商大开方便之门
  - 8.2.4&emsp;国内优秀特许品牌简析
- 8.3&emsp;加盟特许品牌的相关要点
  - 8.3.1&emsp;正确认识特许加盟的利弊
  - 8.3.2&emsp;加盟特许品牌的主要流程
  - 8.3.3&emsp;加盟特许品牌的对策

- 8.4&emsp;特许经营与品牌的发展对策
  - 8.4.1&emsp;做好特许经营品牌的代理商
  - 8.4.2&emsp;拓展特许经营品牌的分销渠道
  - 8.4.3&emsp;特许经营品牌的维护和价值开发
- 8.5&emsp;联合品牌战略在特许经营领域的应用探讨
  - 8.5.1&emsp;联合品牌战略的基本概述
  - 8.5.2&emsp;品牌联合的四种类型
  - 8.5.3&emsp;品牌联合的动因解析
  - 8.5.4&emsp;品牌联合的风险隐患
  - 8.5.5&emsp;品牌联合的实施方法剖析
- 8.6&emsp;特许经营品牌文化建设的探讨
  - 8.6.1&emsp;准确进行品牌定位
  - 8.6.2&emsp;品牌CIS策划与设计
  - 8.6.3&emsp;品牌的传播与推广
  - 8.6.4&emsp;品牌文化建设
  - 8.6.5&emsp;品牌资产管理

## 第九章&emsp;特许经营的管理和营销

- 9.1&emsp;特许经营体系的构建
  - 9.1.1&emsp;特许经营的体系构成
  - 9.1.2&emsp;特许经营理念的导入及体系的基本设计
  - 9.1.3&emsp;特许经营管理体系的建立
  - 9.1.4&emsp;特许经营加盟推广体系的设计与营建
  - 9.1.5&emsp;特许经营体系的全面质量管理、维护及更新
- 9.2&emsp;特许经营与企业
  - 9.2.1&emsp;特许经营对中国中小企业发展的影响
  - 9.2.2&emsp;中国企业特许经营的运营分析
  - 9.2.3&emsp;企业进行特许经营成功的九个因素
  - 9.2.4&emsp;企业采取特许经营模式扩张需注意的问题
  - 9.2.5&emsp;工业企业特许经营实施难题与路径
- 9.3&emsp;特许经营的管理及制度
  - 9.3.1&emsp;从管理的角度分析特许经营

- 9.3.2&emsp;特许经营管理者的责任
- 9.3.3&emsp;特许经营体系的管理
- 9.3.4&emsp;特许连锁店的经营规章制度
- 9.4&emsp;中国商业特许经营的法律管制概况
  - 9.4.1&emsp;法律规制的必要性
  - 9.4.2&emsp;我国商业特许经营立法的漏洞
  - 9.4.3&emsp;健全特许经营法律规制的相关举措
- 9.5&emsp;中国特许经营供应体系的管理措施
  - 9.5.1&emsp;特许经营供应链概况
  - 9.5.2&emsp;供应链的用户需求管理
  - 9.5.3&emsp;供应链的供应商管理
  - 9.5.4&emsp;供应链的物流配送管理
  - 9.5.5&emsp;供应链的信息管理
- 9.6&emsp;特许经营的营销
  - 9.6.1&emsp;特许经营的营销优势
  - 9.6.2&emsp;特许营销模式给企业带来的益处
  - 9.6.3&emsp;特许营销招商工作上的四种模式
  - 9.6.4&emsp;关系营销在特许营销中有效应用
  - 9.6.5&emsp;特许经营条例对品牌营销的影响

## 第十章&emsp;特许经营企业案例分析

- 10.1&emsp;教育业特许经营
  - 10.1.1&emsp;新东方
  - 10.1.2&emsp;北大青鸟APTECH
  - 10.1.3&emsp;红黄蓝
- 10.2&emsp;服装业特许经营
  - 10.2.1&emsp;以纯
  - 10.2.2&emsp;美特斯&bull;邦威
  - 10.2.3&emsp;班尼路
  - 10.2.4&emsp;杉杉集团
- 10.3&emsp;餐饮业特许经营
  - 10.3.1&emsp;麦当劳

- 10.3.2&nbsp;肯德基
- 10.3.3&nbsp;可口可乐
- 10.3.4&nbsp;全聚德
- 10.4&nbsp;经济型酒店业特许经营
  - 10.4.1&nbsp;速8
  - 10.4.2&nbsp;格林豪泰
  - 10.4.3&nbsp;7天
- 10.5&nbsp;其它产业特许经营
  - 10.5.1&nbsp;7-11便利店
  - 10.5.2&nbsp;21世纪不动产
  - 10.5.3&nbsp;小拇指

## 第十一章&nbsp;特许经营的投资分析

- 11.1&nbsp;投资概况及机会
  - 11.1.1&nbsp;特许经营领域风险投资火热
  - 11.1.2&nbsp;餐饮零售特许经营投资持续兴旺
  - 11.1.3&nbsp;特许经营发展迎来大好时机
  - 11.1.4&nbsp;特许经营领域投资热点介绍
  - 11.1.5&nbsp;城市公用事业的特许经营
  - 11.1.6&nbsp;早教行业的特许经营
- 11.2&nbsp;投资风险
  - 11.2.1&nbsp;特许经营中常见的投资误区
  - 11.2.2&nbsp;特许方和加盟方的风险
  - 11.2.3&nbsp;特许经营扩张中的风险
  - 11.2.4&nbsp;特许经营中潜伏四个风险
  - 11.2.5&nbsp;特许经营面临的法律风险探究
- 11.3&nbsp;投资建议
  - 11.3.1&nbsp;特许经营创业的考虑要素
  - 11.3.2&nbsp;特许经营模式的有效经营
  - 11.3.3&nbsp;把握特许经营的市场定位
  - 11.3.4&nbsp;特许经营投资战略总结
- 11.4&nbsp;民间资本投资特许经营大有可为

- 11.4.1&emsp;中国民企积极试水特许经营
- 11.4.2&emsp;特许经营成民资首选投资对象
- 11.4.3&emsp;民间资本进入特许经营亟待扫清障碍
- 11.4.4&emsp;民间资本PPP项目的实践与风险探析

## 第十二章&emsp;中国特许经营前景预测

- 12.1&emsp;中国特许经营前景展望（ ）
  - 12.1.1&emsp;中国特许经营市场潜力巨大
  - 12.1.2&emsp;中国特许经营未来前景可期
  - 12.1.3&emsp;中国特许经营发展的机遇
- 12.2&emsp;中国特许经营发展趋势预测
  - 12.2.1&emsp;2023-2029年中国特许经营发展预测分析
  - 12.2.2&emsp;国内特许经营发展的趋势分析
  - 12.2.3&emsp;中国特许经营发展的几大方向
- 12.3&emsp;中国特许经营具体发展表现
  - 12.3.1&emsp;形式和行业领域的发展
  - 12.3.2&emsp;竞争和管理的发展
  - 12.3.3&emsp;经济形式的发展

## 图表目录

- 图表&emsp;英国的特许加盟商转行原因的比例
- 图表&emsp;英国特许各加盟经营模式的比例
- 图表&emsp;英国的特许加盟商转行原因的比例
- 图表&emsp;英国特许加盟者的状况分析
- 图表&emsp;英国的BFA评估特许经营项目的格式标准所占的比例
- 图表&emsp;BFA会员年收费标准
- 图表&emsp;日本特许加盟店的模式图
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202302/16-521547.html>