2018-2024年中国特许经营行业市场分析与投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国特许经营行业市场分析与投资战略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201711/579365.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

特许经营（Franchise）是指特许经营权拥有者以合同约定的形式，允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。而被特许人获准使用由特许权人所有的或者控制的共同的商标、商号、企业形象、工作程序等。

著名的未来学家奈斯比特曾断言 禋롢괐ㅣㅓ 揉㈠ㅎ 栀ㅊ褉 ᴰ ㅛ 爪 攉禋롢케营拥有无可媲美的优势，对于受许人来说，特许经营使创业和经营变得更简单，集中采购和低库存的优势以及良好的品牌效益和标准化的管理方式；对于特许人来说，特许经营能给企业带来低成本的快速扩张、更贴近市场的品牌推广。正是这些优势，特许经营虽然进入我国时间不长，但是发展迅速。

数据显示，2016年中国特许百强企业的销售额突破4000亿元。截至到2016年底，在商务部已备案的特许企业共计3341家，其中境外企业94家，跨省经营企业2337家，省内经营企业910家，备案公告企业数量年增长率始终保持在13.5%以上。其中，备案企业中加盟店铺数量超过50家的有633个，占备案企业总数的19.95%;加盟店铺数量超过100家的有372家，占备案企业总数的11.13%。从地域分布看，备案企业覆盖全国31个省、区、市，在一线城市已发展成熟的基础上，二、三线城市已成为特许市场拓展的核心区域，同时随着消费市场和配套服务的不断完善，四线城市正快速成为特许市场发展的潜在沃土。从行业分布看，备案企业涉及零售、餐饮、洗衣、教育、酒店等几十个行业。

但是相比于美国来看，我国的特许经营市场还有很大的上升空间，2016年美国特许行业占国家GDP的比重已达2.5%，2016美国年特许行业的增幅达5.6%，而美国经济的增幅为1%。预计2017年美国特许行业的总产值将达到7100亿元。随着新一代消费者消费能力的不断提高，品牌对于新一代消费者的影响日益提升，未来几年中国特许经营市场将迎来发展的高峰期。

“十三五”伊始，国民经济进入增速换挡、动能转换、结构优化的新常态，餐饮业保持稳定发展。根据国家统计局统计，2016年，全国餐饮收入35799亿元，同比增长10.8%。其中，限额以上单位餐饮收入9213亿元，同比增长6.0%。餐饮业收入占社会消费品零售总额的10.8%，比重持续回升。

中国餐饮业和社会消费品零售总额发展状况（2002-2016年）

根据商务部商贸服务典型企业统计，2016年，全社会提供正餐、快餐、饮料及冷饮、其他餐饮服务的餐饮业经营单位为365.5万个，从业人数为1846.0万人，比上年增加5.7%。总的来看，餐饮业发展处于合理、平稳发展阶段。

2016年餐饮业基本情况统计表

智研咨询发布的《2018-2024年中国特许经营行业市场分析与投资战略研究报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 特许经营的概念
1.1 特许经营概述
1.1.1 特许经营的定义
1.1.2 特许经营的特征分析
1.1.3 特许经营的优势概括
1.1.4 特许经营的发展史
1.1.5 特许经营中的特许者分析
1.2 特许经营的分类
1.2.1 按特许权授予方式分类
1.2.2 按特许人与受许人的身份分类
1.2.3 按特许的内容分类
1.3 特许经营与其他经营方式的区别
1.3.1 特许经营与连锁经营之间的区别
1.3.2 特许经营与代理及经销的区别
1.3.3 特许经营与直销之间的区别
1.3.4 特许经营与设立分公司之间的区别
第二章 2017年世界部分国家或地区的特许经营分析
2.1 国际特许经营的模式及战略
2.1.1 全球特许经营发展概述
2.1.2 国际特许经营模式
2.1.3 实施国际特许经营的方法
2.1.4 国际特许经营的战略研究
2.1.5 国际特许经营的市场策略剖析
2.2 美国的特许经营
2.2.1 美国的特许经营发展史
2.2.2 美国特许经营50强情况
2.2.3 美国特许经营的发展趋势
2.2.4 美国特许经营的成功经验借鉴

2.3 英国的特许经营
2.3.1 英国的特许经营业发展回顾
2.3.2 英国对其特许经营业的监管
2.3.3 英国特许经营业的发展经验
2.3.4 英国快餐业特许经营市场分析
2.3.5 英国铁路特许经营实施效果差强人意
2.4 日本的特许经营
2.4.1 日本特许经营快速发展的前提条件
2.4.2 日本便利店在华特许经营战略浅析
2.4.3 解析日本特许连锁经营的契约体系
2.4.4 日本的特许经营法律制度分析
2.4.5 日本特许经营的新特征和存在的问题分析
2.5 其他国家或地区的特许经营
2.5.1 韩国
2.5.2 新加坡
2.5.3 法国
2.5.4 印度
2.5.5 西班牙
2.5.6 越南
2.5.7 智利
2.5.8 台湾
第三章 2015-2017年中国特许经营发展分析
3.1 2015-2017年中国特许经营发展状况
3.1.1 “十二五”特许经营指导意见
3.1.2 各地出台法规规范商业特许经营
3.1.3 2015年中国特许经营发展情况
3.1.4 2016年中国特许经营发展态势
3.1.5 2017年我国特许经营发展动态
3.2 中国特许经营连锁120强调查分析
3.2.1 运行状况
3.2.2 主要特点
3.2.3 成本压力
3.2.4 营销趋势
3.3 《商业特许经营管理条例》实施解读
3.3.1 中国特许经营迈入规范化轨道

3.3.2 商业特许经营管理条例的实施成效评析
3.3.3 政府在特许经营管理方面所做的努力
3.3.4 中国特许经营已形成一套独有的法律制度
3.4 中国特许经营发展存在的问题
3.4.1 国内特许经营发展中存在的问题
3.4.2 中国特许经营市场存在的问题
3.4.3 发展中国特许经营的挑战
3.4.4 中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”
3.4.5 中国特许经营发展面临四大挑战
3.5 促进中国特许经营发展的对策
3.5.1 中国特许经营发展壮大的途径
3.5.2 新形势下特许经营持续发展的思路
3.5.3 推动特许经营健康发展的对策
3.5.4 中国特许经营的竞争策略
3.5.5 特许经营者需转变市场观念
第四章 2017年教育培训与特许经营分析
4.1 2017年教育培训行业特许经营发展分析
4.1.1 中国教育培训行业特许经营发展概况
4.1.2 教育培训特许经营行业发展特点
4.1.3 儿童教育培训成特许经营投资回报最高行业
4.2 教育培训行业特许经营存在的问题及前景分析
4.2.1 教育特许经营的优势及弊端
4.2.2 教育行业特许经营标准化问题分析
4.2.3 儿童教育培训特许经营发展前景看好
4.3 学历教育领域推行特许经营发展探析
4.3.1 社会准备与发展萌芽
4.3.2 学历教育特许经营可行性与合法性分析
4.3.3 学历教育特许经营系统的设计
4.3.4 特许经营系统事务操作
第五章 2015-2017年服装业与特许经营分析
5.1 2015-2017年中国的服装业
5.1.1 2015年中国服装行业发展回顾
5.1.2 2016年中国服装产业发展状况

据国家统计局数据，2016年，我国服装行业规模以上企业累计完成服装产量314.52亿件，同比下降1.64%，比2015年下降3.64个百分点。其中梭织服装170.26亿件，同比下降2.76%

;针织服装144.27亿件，同比下降0.26%。
2015年至今服装行业规模以上企业产量累计增幅情况
据国家统计局数据，2016年，我国社会消费品零售总额332316亿元，同比增长10.4%，增速比2015年回落0.3个百分点。其中，限额以上单位商品零售额145073亿元，增长8.3%，增速比2015年提高0.4个百分点。服装类商品零售额累计10218亿元，同比增长6.8%，增速比2015年回落2.5个百分点。
2016年，全国网上零售额51556亿元，同比增长26.2%。其中，实物商品网上零售额41944亿元，增长25.6%，占社会消费品零售总额的比重为12.6%;在实物商品网上零售额中，穿类商品同比增长18.1%，增速较2015年回落3.3个百分点。
2013年至今社会消费品及服装类零售总额累计增速情况
数据来源：国家统计局
2015年至今实物及穿类商品网上零售额增长情况
数据来源：国家统计局
2016年全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降1.23%;各类服装零售量同比下降0.9%。
2015年至今全国重点大型零售企业服装类商品零售额增长情况
5.1.3 2017年中国服装产业发展状况
5.1.4 中国服装产业发展趋势分析
5.2 2014-2017年服装业的特许经营
5.2.1 特许经营给服装业带来的益处
5.2.2 服装特许经营成为主流模式
5.2.3 中国服装品牌发展特许经营分析
5.2.4 中国发展服装特许经营的机遇与挑战
5.2.5 服装企业特许经营的发展趋势
5.3 服装行业直营与加盟模式分析
5.3.1 直营与加盟概述
5.3.2 两种模式优劣比较
5.3.3 直营和加盟并存的矛盾
5.3.4 解决服装直营与加盟店并存矛盾的措施
5.4 中国服装企业特许经营存在的问题
5.4.1 重视特许经营的优势而忽略其劣势
5.4.2 企业盲目的采用特许经营模式
5.4.3 企业对特许经营理解的片面性
5.4.4 企业盲目的加快特许经营扩张的步伐
第六章 2015-2017年餐饮业与特许经营分析

6.1 2015-2017年中国的餐饮业
6.1.1 中国餐饮业发展综述
6.1.2 2015年中国餐饮业的发展回顾
6.1.3 2016年中国餐饮业的发展分析
6.1.4 2017年中国餐饮业的发展分析
6.2 餐饮业的特许经营
6.2.1 餐饮业特许品牌的共同特点
6.2.2 我国餐饮业特许经营发展概况
6.2.3 我国特许经营餐饮业发展特点
6.2.4 中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
6.3 2014-2017年中国餐饮业特许经营发展状况分析
6.3.1 餐饮业特许经营发展概述
6.3.2 餐饮业特许经营发展相关指标分析
6.3.3 餐饮业特许经营发展的其他亮点
6.3.4 中国特许经营餐饮百强企业发展分析
6.4 餐饮业特许经营标准化后台建设分析
6.4.1 餐饮业特许经营的特性
6.4.2 案例发展分析
6.4.3 加强特许经营餐饮业后台建设
6.4.4 发展趋势展望
6.5 餐饮业特许经营管理的SPA分析
6.5.1 餐饮业特许经营管理的现实问题
6.5.2 餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
6.5.3 “SPA疗法”的引进建议简析
6.6 中餐业的特许经营
6.6.1 中式快餐业采用特许经营模式的优势
6.6.2 中式快餐运用传统饮食品牌进行特许经营的益处
6.6.3 中式餐饮特许经营的问题与对策
6.6.4 中式快餐的特许经营攻略研究
6.7 餐饮业特许经营面临的问题及对策
6.7.1 我国特许经营餐饮业存在的问题
6.7.2 我国餐饮特许经营发展面临的挑战
6.7.3 我国特许经营餐饮业的经营策略
6.7.4 中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究
6.7.5 连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道

第七章 2017年其他部分行业的特许经营分析
7.1 汽车后市场与特许经营
7.1.1 中国汽车维修行业特许经营发展分析
7.1.2 中国汽车后市场特许经营发展分析
7.1.3 汽车维修业特许经营存在的问题
7.1.4 汽车后市场特许经营发展趋势
7.2 经济型酒店与特许经营
7.2.1 经济型酒店加盟特许经营发展迅速
7.2.2 经济型酒店及其特许经营发展状况分析
7.2.3 中国经济型酒店存在的主要问题
7.3 房屋中介与特许经营
7.3.1 房地产经纪行业特许经营发展特征
7.3.2 房产中介行业特许经营模式的优势
7.3.3 房产经纪行业特许加盟KPI指标
7.3.4 房地产经纪特许经营企业的关注点
7.3.5 二手房经纪特许经营相关法律政策情况
7.3.6 房产中介行业特许经营发展趋势
7.4 公路的特许经营
7.4.1 公路特许经营权的授权主体
7.4.2 公路特许经营权的权利内涵
7.4.3 公路特许经营权的转让
7.4.4 建立公路特许经营制度的法律依据
7.4.5 与公路特许经营相关的其它若干问题
7.5 洗衣业与特许经营
7.5.1 中国干洗特许业务发展现状分析
7.5.2 洗衣行业特许经营的基本操作方法
7.5.3 中国洗衣业特许经营的发展趋势
7.5.4 洗衣业特许经营加盟的利弊及建议
7.6 IT行业与特许经营
7.6.1 中国IT行业特许经营萌芽的条件
7.6.2 中国IT特许连锁经营现状概括
7.6.3 IT企业的特许经营经验借鉴
7.7 风景名胜区的特许经营
7.7.1 风景名胜区特许经营概述
7.7.2 商业特许经营与中国风景名胜区管理

7.7.3 基于公用事业的风景名胜区特许经营
7.7.4 其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
7.7.5 风景名胜区特许经营的机动性
第八章 2017年特许经营与品牌分析
8.1 从根本上认识品牌特许经营
8.1.1 品牌特许经营的特点
8.1.2 品牌特许经营对其品牌生态环境的影响
8.1.3 品牌特许经营在部分产业中渗透力
8.1.4 品牌特许经营的操作流程分析
8.2 2017年中国特许经营品牌发展现状
8.2.1 中国特许品牌的特许经营步入佳境
8.2.2 中国市场各国特许品牌分布格局
8.2.3 特许品牌为加盟商大开方便之门
8.2.4 国内优秀特许品牌简析
8.3 加盟特许品牌的相关要点
8.3.1 正确认识特许加盟的利弊
8.3.2 加盟特许品牌的主要流程
8.3.3 加盟特许品牌的对策
8.4 特许经营与品牌的发展对策
8.4.1 做好特许经营品牌的代理商
8.4.2 拓展特许经营品牌的分销渠道
8.4.3 特许经营品牌的维护和价值开发
8.5 联合品牌战略在特许经营领域的应用探讨
8.5.1 联合品牌战略的基本概述
8.5.2 品牌联合的四种类型
8.5.3 品牌联合的动因解析
8.5.4 品牌联合的风险隐患
8.5.5 品牌联合的实施方法剖析
8.6 特许经营品牌文化建设的探讨
8.6.1 准确进行品牌定位
8.6.2 品牌CIS策划与设计
8.6.3 品牌的传播与推广
8.6.4 品牌文化建设
8.6.5 品牌资产管理
第九章 特许经营的管理和营销

9.1 特许经营体系的构建
9.1.1 特许经营的体系构成
9.1.2 特许经营理念的导入及体系的基本设计
9.1.3 特许经营管理体系的建立
9.1.4 特许经营加盟推广体系的设计与营建
9.1.5 特许经营体系的全面质量管理、维护及更新
9.2 特许经营与企业
9.2.1 特许经营对中国中小企业发展的影响
9.2.2 中国企业特许经营的运营分析
9.2.3 企业进行特许经营成功的九个因素
9.2.4 企业采取特许经营模式扩张需注意的问题
9.2.5 工业企业特许经营实施难题与路径
9.3 特许经营的管理及制度
9.3.1 从管理的角度分析特许经营
9.3.2 特许经营管理者的责任
9.3.3 特许经营体系的管理
9.3.4 特许连锁店的经营规章制度
9.4 中国商业特许经营的法律管制概况
9.4.1 法律规制的必要性
9.4.2 我国商业特许经营立法的漏洞
9.4.3 健全特许经营法律规制的相关举措
9.5 中国特许经营供应体系的管理措施
9.5.1 特许经营供应链概况
9.5.2 供应链的用户需求管理
9.5.3 供应链的供应商管理
9.5.4 供应链的物流配送管理
9.5.5 供应链的信息管理
9.6 特许经营的营销
9.6.1 特许经营的营销优势
9.6.2 特许营销模式给企业带来的益处
9.6.3 特许营销招商工作上的四种模式
9.6.4 关系营销在特许营销中有效应用
9.6.5 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
10.1 教育业特许经营

10.1.1 新东方
10.1.2 北大青鸟APTECH
10.1.3 红黄蓝
10.2 服装业特许经营
10.2.1 以纯
10.2.2 美特斯•邦威
10.2.3 班尼路
10.2.4 杉杉集团
10.3 餐饮业特许经营
10.3.1 麦当劳
10.3.2 肯德基
10.3.3 可口可乐
10.3.4 全聚德
10.4 经济型酒店业特许经营
10.4.1 速8
10.4.2 格林豪泰
10.4.3 7天
10.5 其它产业特许经营
10.5.1 7-11便利店
10.5.2 21世纪不动产
10.5.3 小拇指
第十一章 特许经营的投资分析
11.1 投资概况及机会
11.1.1 特许经营领域风险投资火热
11.1.2 餐饮零售特许经营投资持续兴旺
11.1.3 特许经营发展迎来大好时机
11.1.4 特许经营领域投资热点介绍
11.1.5 城市公用事业的特许经营
11.1.6 早教行业的特许经营
11.2 投资风险
11.2.1 特许经营中常见的投资误区
11.2.2 特许方和加盟方的风险
11.2.3 特许经营扩张中的风险
11.2.4 特许经营中潜伏四个风险
11.2.5 特许经营面临的法律风险探究

11.3 投资建议
11.3.1 特许经营创业的考虑要素
11.3.2 特许经营模式的有效经营
11.3.3 把握特许经营的市场定位
11.3.4 特许经营投资战略总结
11.4 民间资本投资特许经营大有可为
11.4.1 中国民企积极试水特许经营
11.4.2 特许经营成民资首选投资对象
11.4.3 民间资本进入特许经营亟待扫清障碍
11.4.4 民间资本PPP项目的实践与风险探析
第十二章 中国特许经营前景预测
12.1 中国特许经营前景展望
12.1.1 中国特许经营市场潜力巨大
12.1.2 中国特许经营未来前景可期
12.1.3 中国特许经营发展的机遇
12.2 中国特许经营发展趋势预测
12.2.1 2018-2024年中国特许经营发展预测分析
12.2.2 国内特许经营发展的趋势分析
12.2.3 中国特许经营发展的几大方向
12.3 中国特许经营具体发展表现
12.3.1 形式和行业领域的发展
12.3.2 竞争和管理的发展
12.3.3 经济形式的发展
附录
附录一：《商业特许经营管理办法》
附录二：《商业特许经营管理条例》
附录三：《商业特许经营备案管理办法》
附录四：《商业特许经营信息披露管理办法》
附录五：《市政公用事业特许经营管理办法》
附录六：《中华人民共和国产品质量法》
附录七：《中华人民共和国商标法》
图表目录：
图表：英国的特许加盟商转行原因的比例
图表：英国特许各加盟经营模式的比例
图表：英国的特许加盟商转行原因的比例

图表：英国特许加盟者的状况分析
图表：英国的BFA评估特许经营项目的格式标准所占的比例
图表：BFA会员年收费标准
图表：日本特许加盟店的模式图
图表：台湾历年连锁（特许）总部与店铺数
图表：台湾历年零售产值与连锁（特许）业产值
图表：中国特许经营连锁百强上榜零售企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜服装企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜农资连锁企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜其他零售企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜餐饮企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜酒店
图表：中国特许经营连锁百强上榜培训机构
图表：中国特许经营连锁百强上榜干洗企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜家装企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜保健企业
图表：中国特许经营连锁百强上榜其他服务企业
图表：2017年特许经营发展情况
图表：2017年部分上市特许企业基本情况
图表：学历教育特许经营总部的设计任务
图表：总部SIOPC系统
图表：我国餐饮业月度零售额对比情况
图表：各季度餐饮业零售额比重
图表：全国东中西部地区餐饮业发展情况比较
图表：全国各省市餐饮业发展情况
图表：餐饮业各月销售额及增长率示意图
图表：中国特许经营百强上榜餐饮企业（按业态）
图表：中国特许经营百强上榜餐饮企业（按地区）
图表：中国特许经营百强上榜餐饮企业（按总就业人数）
图表：SPA对四类信息的采集手段
图表：中国经济型酒店市场供应前十五位品牌
图表：公路的特许经营示意图
图表：品牌特许经营的3S原则分析
图表：品牌特许经营的不同授权方式
图表：品牌特许经营对品牌生态环境影响

图表：品牌特许经营在各产业的渗透力量
图表：品牌特许经营的操作流程
图表：特许经营联合的方法
图表：2018-2024年中国特许经营体系数量预测
图表：2018-2024年中国特许经营销售规模预测
略……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201711/579365.html