

商业特许经营备案案例总结

产品名称	商业特许经营备案案例总结
公司名称	上海欣度财务咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市浦东新区陆家嘴商城路738号胜康廖氏大厦2509室
联系电话	021-50862528 18201850134

产品详情

在宣布喜小茶全部关店，或者说无论怎么巧舌善辩地给出台阶但事实却实实在在地证明喜小茶的副品牌探索失败之后，喜茶又祭出了一个大招，即开放加盟或搞特许经营。然而，特许经营或加盟本是企业们应该采取的一项常规操作，但对于之前一直固执于直营的喜茶而言，其对加盟的开放却立即引起了网络上的一片议论、猜测……就在不少媒体都预测喜茶的加盟势必掀起茶饮市场的一番大风浪或所谓的腥风血雨之际，我只是想说，你们太高估喜茶了。事实上，喜茶的开放加盟大概率是根本掀不起多大的风浪。从大环境上讲，jin日的新式茶饮市场已经发生了巨大的变化，比如新式茶饮的增长速度已经放慢、蜜雪冰城们早已经占据了大片的市场、便利店和甚至同仁堂等都开始跨界进入新式茶饮市场、新式茶饮市场的竞争已经白热化了……总之就是，所有这些外在的市场环境因素都不再是几年前的新式茶饮处于增长期的状况了，包括喜茶在内的任何一家茶饮品牌想一统江湖或振臂一呼就应者如云的企图都是非常之难或几乎不可能的了。另外，从喜茶自身角度讲，其在特许经营领域内算是严格级别的加盟商选择条件明显地透露出喜茶对于加盟商的出品品质、质量管控上的担心，所以，这种谨小慎微势必进一步拖慢或迟滞喜茶扩店的速度，而这也正违背了加盟是迅速做大规模、形成规模优势和壁垒的初衷。不过，喜茶的这种严格的加盟条件并不算是完全的坏事。问题在于，如果喜茶不更改自己的其余方面，比如其一贯声称的每店不同的设计和装修、给社会大众认知层面上的高价奶茶、店面空间较大、真奶真茶等原材料等都很显然地使喜茶的单店投资较大，至少是远远大于蜜雪冰城之类的等等。如此，在喜茶声称的非一线城市，即便高价能不能被消费者接受不是个问题，加盟商的单店投资和运营费用的高昂也会使单店的盈利和投资回收成为问题。其实和喜茶这种固执于直营而后多数原因是被竞争者逼迫、被规模吸引等而放弃直营转而加盟的例子有很多，当然不乏zhi名zhu名品牌，但他们一开始确实是动静很大，但zui后却并没有一众人等预测的那样在市场中掀起一场革命，甚至都没有明显的水花能看得到。比如周黑鸭就是其中一个例子，尽管其做了包括从一开始的几百万的区域加盟转到后来的数十万的单店加盟等很多特许经营的战略战术的改变，但至少是迄今为止，后知后觉地转型特许经营的行为并没有给周黑鸭在鸭脖子和卤食市场带来明显的地位提升。但也有一种可能，可以使得喜茶通过虽然晚但是还是有希望的特许经营方式重登王zhe之位，那就是，喜茶需要全面地采用我的以中国特许经营思想为基础的大特许也即现代的、科学的特许经营体系。除此，无他。

全面放开在即，连锁企业重大机会切勿放过！

日前，疫情防控全面放开在即，特许经营 & 连锁经营企业一定要抓住、抓紧、抓牢这些决定生死兴衰的

- 机会：
- 1、创业潮兴起，躺平、观望、暂休等人群急切赚钱与做事业，中国的特许经营迎来再一次的大爆发，所以企业们赶紧招商，在为自己创造效益的同时，为社会创造价值。
 - 2、实体店人流井喷，报复性、补偿性、奖励性逛街、在店消费涌现，体验经济大比拼开始了。企业应立即准备充足的人员、原材料、商品以及做好服务、环境等的体验设计工作，否则很容易被比拼下去，从而导致丧失消费乍兴的di一波理性度不高的jue佳机会。为此，企业需要按照李维华中国特许经营思想的单店设计的八个识别体系即8I去设计、标准化、编制手册和落地实施。
 - 3、商铺租金快速反弹，要抄底的赶快行动。
 - 4、消费安全、防疫卫生成为实体店们zui受欢迎的di一核心竞争力。
 - 5、返工潮、返城潮出现，招募人才的zui佳时机来到。
 - 6、中央、地方政府出台系列复兴、振兴、赋能政策，一定要特别关注并争取。
 - 7、户外、餐饮、旅游、酒店、游乐场、健身、线下培训、彩妆、便利店、mall、KTV、娱乐、影院、保健等的需求迅速暴涨。
 - 8、线下社交复兴。店面规模可适当扩大，店面环境应改善和提升，以满足线下设计的空间需求。
 - 9、进出口业务繁荣，外贸需求旺盛。国内外都有大量库存待销，人们消费力开始提升，有条件的企业应迅速开展进出口业务。
 - 10、国际特许经营复兴，进军海外成为2023年中国连锁企业潮流。当然，外国企业瞄准中国这个大市场也是大势所趋。
 - 11、后疫情时代的商业模式完全转变为"大特许"，企业必须立即系统学习与运用：各种新老商业模式、各种线上线下渠道全部组合性设计，加入虚拟、AI、VR等现代科技，融入李维华中国特许经营思想的后疫情时代全新商业模式玩法。
 - 12、因三年疫情之苦，企业融资、dai款借款、上市需求强烈，反推企业以特许经营方式做大规模，以增强吸金魅力和谈判砝码。同时，抄底、收购、整合、入股疫时低谷企业的现象增多。
 - 13、低价、平替、即时、直播、DTC、MCN、社群、折扣店、私域、外卖外带自取继续火爆。
 - 14、下沉市场、低线城镇成为商家抢夺重点。

陆