

# 中国特许经营行业发展模式与市场策略研究分析报告2023-2028年

产品名称	中国特许经营行业发展模式与市场策略研究分析报告2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

## 产品详情

中国特许经营行业发展模式与市场策略研究分析报告2023-2028年\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*【报告编号】362017【出版日期】2023年1月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 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 2019-2022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 2019-2022年中国特许经营发展分析3.1

2019-2022年中国特许经营发展状况3.1.1 “十三五”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 2021年中国特许经营发展情况3.1.4

2022年中国特许经营发展态势3.1.5 2022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  
特许经营需转变市场观念 第四章 2019-2022年教育培训与特许经营分析4.1  
2019-2022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 2019-2022年服装业与特许经营分析5.1 2019-2022年中国的服装业5.1.1  
2021年中国服装行业发展回顾5.1.2 2021年中国服装产业发展状况5.1.3 2022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 2019-2022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 2019-2022年餐饮业与特许经营分析6.1  
2019-2022年中国的餐饮业6.1.1 中国餐饮业发展综述6.1.2 2020年中国餐饮业的发展回顾6.1.3  
2021年中国餐饮业的发展分析6.1.4 2022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 2019-2022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  
中式快餐运用传统食品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 2019-2022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 2019-2022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  
2019-2022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APTECH10.1.3 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810.4.2 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 2023-2028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：中国特许经营连锁零售企业图表：中国特许经营连锁服装企业图表：中国特许经  
营连锁农资连锁企业图表：中国特许经营连锁其他零售企业图表：中国特许经营连锁餐饮企业图表：中  
国特许经营连锁酒店图表：中国特许经营连锁培训机构图表：中国特许经营连锁干洗企业图表：中国特  
许经营连锁家装企业图表：中国特许经营连锁保健企业图表：中国特许经营连锁其他服务企业图表：202  
2年特许经营发展情况图表：2022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：中国特许经营餐饮企业（按业态）图表：中国特许经营餐饮企业（按地区）图表：中国特许经营餐饮企业（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：2023-2028年中国特许经营体系数量预测图表：2023-2028年中国特许经营销售规模预测