

2011-2015年中国特许经营 行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国特许经营行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/maoyi1105/W350437N96.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-05-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国特许经营行业深度调研与投资前景研究报告》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，以及我中心对特许经营行业的实地调研，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！

特许经营以创业、促就业，拉动民间投资服务消费，在目前特定的经营环境下更显示出对社会经济发展的贡献和价值。随着特许经营不断普及和发展，特许经营对拉动内需、提高国内服务水平，都将发挥越来越重要的作用。

依据特许经营在中国的短短二十年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。从国外和国内的特许经营实践看，可以说特许经营在中国的发展必将有一个无限广阔的空间！

第一章2010-2011年国际特许经营业产业运行态势分析

第一节 2010-2011年国际特许经营运行概况

- 一、世界特许经营环境分析
- 二、国际特许经营流行分析
- 三、国际特许经营管理与市场营销分析

第二节 美国特许连锁经营的成功经验及启示

- 一、美国特许连锁经营的成功经验
- 二、美国特许连锁经营对我国启示

第三节 日本特许经营分析

- 一、日本的特许经营业务的现状
- 二、服务行业中的特许经营的状况
- 三、日本特许经营的新特点及存在的问题

第四节 英国的特许经营

- 一、英国特许经营业的发展
- 二、英国对特许经营的监管

三、英国特许经营发展的问题

四、英国特许经营发展的启示

第五节 德国的特许经营情况介绍

一、德国特许经营发展简况

二、德国有关特许经营的法律规定

三、德国特许经营的最新动态

第六节 台湾特许经营的发展分析

一、台湾特许经营的发展历程

二、台湾地区特许经营的特点

三、台湾特许经营的启示

第七节 2011-2015年中国特许经营新趋势探析

第二章 特许经营基础概述

第一节 特许经营的定义及类型

一、连锁特许经营意义涵盖

二、特许经营的本质特征

三、特许经营不同方式的分类

四、商业特许经营不同方式的分类

五、特许经营的模式分析

第二节 特许经营与其他方式的比较

一、特许经营与连锁经营的比较

二、特许经营与直营连锁以及自由连锁的比较

三、特许经营与设立分公司的比较

第三节 特许经营投资分析

一、特许经营投资利弊解读

二、特许经营风险与规避

三、特许经营市场投资前景

四、投资市场特许经营成新贵

第四节 特许经营法律法规分析

一、特许经营中的法律问题

二、特许经营体系的全面质量管理

三、商业特许经营管理办法

四、《商业特许经营管理条例》亮点分析

五、《条例》带来的机遇、挑战和风险

六、特许经营立法与直销立法

第三章 2010-2011年中国特许经营运行新形势透析

第一节 2010-2011年中国特许经营运行概况

一、中国特许体系数量分析

二、我国特许经营国际化扩张分析

三、特许经营格局情况分析

四、海外特许品牌中国发展状况分析

五、从中间组织视角探析特许连锁经营

六、特许经营的关系学分析

第二节 2010-2011年中国特许经营企业融资分析

一、债务融资

二、权益融资

第三节 2010-2011年中国特许经营制在公用事业中的问题探讨

一、我国特许经营制面临的主要问题

二、我国特许经营制发展的对策

第四章 2010-2011年中国特许经营的营销管理分析

第一节 2010-2011年中国发展特许经营的问题及对策

一、我国特许经营模式及可行性分析

二、我国特许经营发展已具备的条件及存在问题

三、发展我国特许经营的对策分析

四、特许经营的战略选择分析

第二节 特许经营的所有权理论

一、经销店经营者购买经销店的所有权

二、经销店经营者拥有所有权的理由

三、特许经营中的所有权

第三节 条例后时代的特许经营品牌营销

一、特许经营品牌营销的根本

二、特许经营品牌营销的基石

三、特许经营品牌营销的保障

四、特许经营品牌制胜的武器

五、特许经营品牌推广的趋势

六、特许经营发展战略的节奏把握

第四节 2010-2011年中国特许经营企业招商推广策略

一、特许经营企业招商的主要方式

二、特许经营企业成功招商方法

三、特许经营企业招商推广注意事项

第五章 2010-2011年中国教育培训业与特许经营分析

第一节 2010-2011年中国教育市场运行概况

一、我国教育市场现状

二、我国教育培训的新进展

三、外资抢滩中国教育培训市场

第二节 2010-2011年中国教育培训特许经营分析

一、教育培训特许经营市场的兴起

二、教育培训市场连锁加盟投资分析

三、教育特许在我国的新发展

第三节 2010-2011年中国特许经营拓展教育资源分析

一、教育领域里的特许经营

二、教育特许经营的社会准备与发展萌芽

三、教育特许经营的操作方式

四、教育特许经营的相关法律问题

第四节 2010-2011年中国IT培训特许经营分析

一、IT培训接轨学历教育

二、IT培训加盟市场投资分析

三、IT培训连锁经营模式分析

四、IT职教特许经营“嫁接”分析

五、IT企业的特许经营之道

第六章 2010-2011年中国服装纺织业与特许经营分析

第一节 近几年中国服装市场数据监测

一、2006-2010年服装产品产量全国统计

二、2006-2009年全国纺织品服装进出口分析

第二节 2010-2011年服装特许经营分析

一、服装特许经营成为主流模式

二、中国服装企业特许经营误区

三、服装品牌特许经营模式

四、特许经营助推温州服装行业

五、挑选服饰加盟品牌策略分析

第三节 2010-2011年中国服装企业特许经营的问题分析

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

第七章 2010-2011年中国餐饮业与特许经营运行分析

第一节 2010-2011年中国餐饮业运行现状综述

一、全国重点餐饮企业经营情况分析

二、餐饮业信息化竞争分析

三、连锁餐饮争入机场分析

四、中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式

第二节 2010-2011年中国餐饮业特许经营标准化分析

一、我国餐饮业特许经营分析

二、我国餐饮特许经营标准化问题分析

三、加快我国餐饮特许经营标准化步伐分析

四、餐饮特许经营企业聚焦知识产权保护

第三节 2010-2011年中国餐饮行业的特许经营现状分析

一、特许业新规触发酒店连锁洗牌

二、外资特许经营商进入中国市场

三、特许经营助跑食品添加剂行业

四、餐饮特许经营注意问题分析

第八章 2010-2011年中国其他行业的特许经营分析

第一节 2010-2011年中国美容美发特许经营市场分析

- 一、特许经营管理条例对美容市场影响
- 二、法国彼海儿搅热中国美容业特许经营
- 三、特许加盟已成中国美容业主流

第二节 2010-2011年中国旅游市场特许经营分析

- 一、2010-2011年我国旅游市场状况
- 二、我国风景名胜区特许经营分析

第三节 2010-2011年中国特许经营新势力分析

- 一、特许新势力之商务服务
- 二、特许新势力汽车后市场
- 三、特许新势力现代生活服务
- 四、特许新势力之农村连锁店
- 五、特许新势力之经济型酒店
- 六、特许经营之零售新战场
- 七、洗衣业特许经营前景看好

第四节 2010-2011年中国部分行业特许经营分析

- 一、二手房经纪特许经营有法可依
- 二、药店的特许加盟趋势
- 三、网吧的特许经营分析
- 四、深圳珠宝行业特许加盟态势
- 五、文具加盟市场分析
- 六、家电市场特许连锁分析
- 七、保险公司的特许经营分析
- 八、饰品连锁加盟市场分析

第五节 特许经营成败案例解析及经验借鉴

- 一、“肯德基”特许经营分析
- 二、壹加壹特许经营分析
- 三、双星特许经营分析
- 四、品奇比萨的特许经营分析
- 五、掉渣烧饼的特许经营分析
- 六、永和豆浆特许经营分析
- 七、星巴克特许经营分析

八、7-11便利店特许经营分析

九、世界三大化妆品公司中国市场分析

十、百圆裤业的特许经营分析

第九章 2010-2011年中国特许经营行业竞争新格局透析

第一节 2010-2011年中国特许经营竞争总况

一、特许产品经营权竞争日趋激烈

二、国外特许经营在华发展状况

三、本土与国外特许经营竞争状况

第二节 2010-2011年中国特许经营品牌竞争分析

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、土洋品牌分食中国特许加盟市场大蛋糕

第三节 2010-2011年中国特许经营竞争策略分析

第十章 2010-2011年重点特许经营企业运行状况分析

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

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

第五节 其它产业特许经营

一、联想1+1

二、7-11便利店

第十一章 2011-2015年中国特许经营的投资机会与投资风险分析

第一节 2011-2015年中国特许经营行业投资机会分析

一、家具产业的特许经营

二、脱硫产业的特许经营

三、加油站的特许经营

四、影楼的特许经营

第二节 2011-2015年中国特许经营行业投资风险分析

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、特许经营中潜伏四个风险

第三节 2011-2015年中国特许经营行业投资建议分析

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、特许经营投资战略总结

第四节 2011-2015年中国特许经营行业投资前景预测分析

一、中国特许经营蕴含巨大的潜力

二、特许经营酝酿投资好商机

第十二章 2011-2015年中国特许经营的发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国特许经营未来发展趋势分析

一、中国特许经营的发展前景展望

二、国内特许经营发展的趋势分析

三、中国特许经营发展的几大方向

四、特许经营未来生长点剖析

第二节 2011-2015年中国特许经营具体发展表现透视

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

图表名称：部分

图表 美国机场通讯服务的收入的提成比例

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 1989-2001年日本的服务业、餐饮业和零售业连锁组织数

图表 1989-2001年日本的服务业、餐饮业和零售业的销售额（直销店+连锁店）

图表 日本的服务业、餐饮业和零售业的店铺数（直销店+连锁店）

图表 日本特许经营者拥有的店铺数量划分的阶层结构

图表 日本特许加盟店的模式图

图表 韩国特许经营的销售额分析

图表 韩国特许经营中各行业销售额占总销售额的比例

图表 韩国特许经营的加盟店数分析

图表 韩国特许经营从业人数

图表 西班牙部分行业特许经营的状况

图表 截至到2004年10月墨西哥连锁经营企业所属国家的比例

图表 截至到2004年10月墨西哥连锁经营企业各行业所占比例

图表 截至到2004年10月墨西哥连锁经营企业在墨西哥地区的分布

图表 墨西哥特许经营合同不同的维持年限比例

图表 墨西哥特许经营不同加盟金的比例

图表 墨西哥特许经营不同的前期投资费用所占的比例

图表 墨西哥特许经营不过投资回收期所占的比例

图表 中国特许经营的行业分布

图表 中国特许经营的地域分布

图表 信息产业中央与地方政府之间的监管矛盾

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 2007年服装行业固定资产投资资金来源情况示意图

图表 2007年服装行业固定资产投资内资企业分类情况示意图

图表 2007年服装行业固定资产投资企业类型情况示意图

图表 2006年中国餐饮业月度零售额对比情况

图表 2006年各季度餐饮业零售额比重

图表 2008年东中西部地区餐饮业发展情况比较

图表 2008年东中西部地区餐饮业增长率比较

图表 2008年中国主要省市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2008年中国主要城市餐饮业三项指标前十名排序

图表 2004-2008年中国餐饮业结构变化情况

图表 1994-2007年零售额“跨千亿元台阶”情况

图表 中国餐饮业不同所有制所占的比例

图表 SPA对四类信息的采集手段

图表 公路的特许经营示意图

图表 洗衣行业的的增长率分析

图表 洗衣行业企业按业态分类的分析

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 略……

通过《2011-2015年中国特许经营行业深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/maoyi1105/W350437N96.html>