

2008-2009年中国特许经营 行业市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2009年中国特许经营行业市场分析及投资前景预测报告》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.cction.com/report/200811/6917.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 2008年中国特许经营行业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国特许经营政策环境解读

- (一) 中国面临特许经营后“条例”时代
- (二) 中国特许经营跨入法制化轨道
- (三) 商业特许经营管理条例的看点分析
- (四) 商业特许经营管理条例的优势解读

三、2008年中国特许经营行业发展社会环境分析

- (一) 居民生活水平分析
- (二) 消费水平的提高

第二章 特许经营的概念

一、特许经营概述

- (一) 特许经营的定义
- (二) 特许经营的特征分析
- (三) 特许经营的优势概括
- (四) 特许经营的发展史
- (五) 特许经营中的特许者分析

二、特许经营的分类

- (一) 按特许权授予方式分类
- (二) 按特许人与受许人的身份分类
- (三) 按特许的内容分类

三、特许经营与别的经营方式的区别

- (一) 特许经营与连锁经营之间的区别
- (二) 特许经营与代理及经销的区别
- (三) 特许经营与直销之间的区别
- (四) 特许经营与设立分公司之间的区别

第三章 2008年全球特许经营行业运行现状分析

一、2008年全球特许经营行业运行概况

（一）全球特许经营特点分析

（二）全球化特许经营涉及的行业分析

二、2008年全球特许经营的模式及战略

（一）全球特许经营模式

（二）实施全球特许经营的方法

（三）全球特许经营的战略研究

（四）全球特许经营的营销决策

三、2009-2012年全球特许经营行业发展趋势分析

第四章 2008年全球主要国家特许经营行业发展状况分析

一、美国的特许经营

（一）美国的特许经营发展史

（二）美国特许经营行业概述

（三）美国机场特许经营简析

（四）美国高等教育趋向特许经营

（五）美国特许经营的发展趋势

（六）美国特许经营的成功经验借鉴

二、英国的特许经营

（一）英国的特许经营发展回顾

（二）英国特许经营产业呈持续上升趋势

（三）英国对其特许经营业的监管

（四）英国特许经营业的发展经验

（五）英国快餐业特许经营市场分析

三、日本的特许经营

（一）日本对特许经营的定义

（二）日本特许经营的发展

（三）日本特许经营业的业务

（四）日本的特许经营法律制度分析

（五）日本特许经营的新特征和存在的问题分析

四、其他国家或地区的特许经营

- (一) 韩国
- (二) 西班牙
- (三) 墨西哥
- (四) 加拿大
- (五) 台湾
- (六) 香港

第五章 2008年中国的特许经营行业运行形势分析

一、2008年中国特许经营业概况

- (一) 国内特许经营发展的条件及市场潜力解析
- (二) 中国发展特许经营的必要性及可行性分析
- (三) 中国特许经营的特点分析

二、2008年国内特许经营发展分析

- (一) 中国特许经营发展回顾
- (二) 中国特许经营发展状况分析
- (三) 中国商业特许经营模式迎来发展新时期
- (四) 中国特许经营业开始全球化扩张征途

三、2008年中国特许经营业存在的问题

- (一) 中国特许经营与国外的差距分析
- (二) 国内特许经营发展中存在的问题
- (三) 中国特许经营市场存在的问题
- (四) 发展中国特许经营的挑战
- (五) 中国特许经营发展亟待突破“瓶颈”

四、2008年促进中国特许经营发展的策略

- (一) 中国特许经营发展的建议
- (二) 中国特许经营的竞争策略
- (三) 中国特许经营发展的双赢策略
- (四) 特许经营在国内公用事业的问题及解决途径
- (五) 特许经营者需转变市场观念

第六章 2008年中国教育业与特许经营行业发展走势分析

一、学历教育特许经营的发展初级阶段

- (一) 非学历教育的特许经营
- (二) 学历教育的直营连锁经营案例
- (三) 学历教育的特许经营萌发

二、学历教育特许经营可行性分析

- (一) 民办教育的政策及法律法规分析
- (二) 教育产权分析

三、学历教育特许经营体系的设计

- (一) 总校特许经营总部体系的设计
- (二) 加盟分校体系的设计
- (三) 特许经营合同设计

四、特许经营体系事务操作

- (一) 完善总校的特许经营总部功能
- (二) 总校与加盟分校的沟通和协调
- (三) 加盟分校的培训过程

第七章 2008年中国服装纺织业与特许经营行业发展态势分析

一、中国的服装业

- (一) 中国服装产业发展回顾
- (二) 中国服装产业现状分析
- (三) SPA对中国服装业的影响
- (四) 中国服装产业化发展分析

二、服装业的特许经营

- (一) 服饰业采用特许经营模式的特征
- (二) 特许经营给服装业带来的益处
- (三) 服装特许经营成为主流模式
- (四) 中国服装特许经营的潜力巨大
- (五) 中国发展服装特许经营的机遇与挑战
- (六) 服装企业特许经营的发展趋势

三、2008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

第八章 2008年中国餐饮业与特许经营行业运营情况透析

一、中国的餐饮业

- （一）中国餐饮业市场的概况
- （二）中国餐饮业发展总结
- （三）2008年全国餐饮市场现状
- （四）国内餐饮连锁企业凸显融资并购的发展势头
- （五）中国餐饮业面临的挑战

二、餐饮业的特许经营

- （一）餐饮业特许品牌的共同特点
- （二）餐饮业特许经营发展的特征
- （三）中国餐饮业特许连锁经营仍为主流模式
- （四）连锁餐厅特许经营存在的问题及解决之道
- （五）中国餐饮业特许经营中标准化问题的研究

三、2008年中国餐饮业特许经营管理的SPA分析

- （一）餐饮业特许经营管理的现实问题
- （二）餐饮业特许经营“SPA疗法”的概述
- （三）“SPA疗法”的引进建议简析

四、2008年中国快餐业的特许经营分析

- （一）中式快餐业采用特许经营模式的优势
- （二）中式快餐运用传统饮食品牌进行特许经营的益处
- （三）艾德熊败走中国的思考

五、2008年中式快餐的特许经营攻略研究

- （一）利用传统品牌优势，走特许经营之道
- （二）符合特许经营的要求
- （三）对受许者认真考虑
- （四）定制特许经营手册并导入CIS
- （五）提供培训支持
- （六）激励与约束

第九章 2008年中国其他部分行业的特许经营行业发展局势分析

一、公路的特许经营

- (一) 公路特许经营权的授权主体
- (二) 公路特许经营权的权利内涵
- (三) 公路特许经营权的转让
- (四) 建立公路特许经营制度的法律依据
- (五) 与公路特许经营相关的其它若干问题

二、洗衣业与特许经营

- (一) 中国洗衣业特许经营的现状分析
- (二) 洗衣行业特许经营的基本操作方法
- (三) 中国洗衣业特许经营的发展前景光明
- (四) 中国洗衣业特许经营的发展趋势
- (五) 洗衣业特许经营加盟的利弊及建议

三、IT行业与特许经营

- (一) 中国IT行业特许经营萌芽的条件
- (二) 中国IT特许连锁经营现状概括
- (三) IT企业的特许经营经验借鉴
- (四) 电子商务与特许经营的结合
- (五) 中国IT业特许经营的案例

四、风景名胜区的特许经营

- (一) 风景名胜区特许经营概述
- (二) 商业特许经营与中国风景名胜区管理
- (三) 基于公用事业的风景区特许经营
- (四) 其它国家风景名胜区特许经营经验的启示
- (五) 风景名胜区特许经营的机动性

第十章 2008年中国特许经营与品牌市场分析

一、从根本上认识品牌特许经营

- (一) 品牌特许经营的特点
- (二) 品牌特许经营对其品牌生态环境的影响
- (三) 品牌特许经营在部分产业中渗透力
- (四) 品牌特许经营的操作流程分析

二、2008年中国特许经营品牌发展现状

- (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

三、加盟特许品牌的步骤分析

- (一) 前期调查并选择行业
- (二) 对特许连锁经营总部的考察
- (三) 与总部签定特许经营合同

四、2008年特许经营与品牌的发展对策分析

- (一) 做好特许经营品牌的代理商
- (二) 拓展特许经营品牌的分销渠道
- (三) 特许经营品牌的维护和价值开发

五、2008年中国特许经营品牌文化建设的探讨

- (一) 准确进行品牌定位
- (二) 品牌CIS策划与设计
- (三) 品牌的传播与推广
- (四) 品牌文化建设
- (五) 品牌资产管理

第十一章 2008年中国特许经营的管理和营销策略分析

一、特许经营体系的构建

- (一) 特许经营理念的导入及体系的基本设计
- (二) 特许经营管理体系的建立
- (三) 特许经营加盟推广体系的设计与营建
- (四) 特许经营体系的全面质量管理、维护及更新

二、特许经营与企业

- (一) 特许经营对中国中小企业发展的影响
- (二) 中国企业特许经营的运营分析
- (三) 企业进行特许经营成功的九个因素
- (四) 企业采取特许经营模式扩张需注意的问题

三、特许经营的管理及制度

- (一) 从管理的角度分析特许经营
- (二) 特许经营管理者的责任

(三) 特许经营体系的管理

(四) 特许连锁店的经营规章制度

四、中国特许经营供应体系的管理措施

(一) 特许经营供应链概况

(二) 供应链的用户需求管理

(三) 供应链的供应商管理

(四) 供应链的物流配送管理

(五) 供应链的信息管理

五、特许经营的营销

(一) 特许经营的营销优势

(二) 特许营销模式给企业带来的益处

(三) 特许营销招商工作上的四种模式

(四) 关系营销在特许营销中有效应用

(五) 特许经营条例对品牌营销的影响

第十二章 中国特许经营的优势企业分析

一、教育业特许经营

(一) 新东方

(二) 北大青鸟APTECH

(三) 红黄蓝

二、服装业特许经营

(一) “以纯”

(二) 美特斯·邦威

(三) 班尼路

(四) 杉杉集团

三、餐饮业特许经营

(一) 麦当劳

(二) 肯德基

(三) “可口可乐”

(四) 全聚德

四、经济型酒店业特许经营

(一) 速8

(二) 格林豪泰

(三) 7天

五、其它产业特许经营

(一) 联想1 + 1

(二) 7-11便利店

第十三章 2009-2012年中国特许经营行业发展及投资分析

一、2009-2010年中国特许经营发展趋势分析

(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

二、2009-2010年中国特许经营投资前景分析

(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

三、2009-2010年中国特许经营具体发展表现

(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

四、2009-2010年中国特许经营投资机会分析

(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

五、2009-2010年中国特许经营投资风险分析

(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

六、2009-2010年中国特许经营投资建议分析

(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

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（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6917.html>