



高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专连锁经营类教材系列

特许经营 法律与实务

赵桂莲
王吉方
主编



科学出版社

www.sciencep.com

高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专连锁经营类教材系列

特许经营法律与实务

赵桂莲 王吉方 主 编

张秀丽 王卫国 副主编

黄体允 李正坤

图书在版编目(CIP)数据

特许经营法律与实务 / 王吉方主编. — 北京: 科学出版社, 2008

(高等职业教育“十一五”规划教材·连锁经营类教材系列)

ISBN 978-7-03-021211-6

I. ①法… II. ①王… III. ①法律—商业管理—经济—中国—高等学校—教材 IV. D923.324

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第074731号

责任编辑: 王桂莲 王吉方 王吉方 王吉方

封面设计: 王桂莲 王吉方 王吉方 王吉方

科学出版社

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

电话: 010-64033922

010-64015000 010-64015001 010-64015002

2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

印数: 1—4000

定价: 35.00元

元 35.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

科学出版社

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-64033922 010-64015000 010-64015001 010-64015002

内 容 简 介

本书系统地介绍了特许经营的基本概念和经营理念,重点研究了与特许经营相关的法律及实务知识。

本书始终贯穿理论与实践相结合的理念,以特许经营过程中涉及的法律问题为主线来编写。全书共分为六章,主要包括特许经营中的法律与实务、特许经营知识产权法律与实务、特许经营合同法律制度、与特许经营相关的其他法律与实务、特许经营常见纠纷及其解决方式、特许经营企业的法律管理实务。此外,本书还介绍了与特许经营相关的一些典型案例,从不同角度分析了特许经营企业在经营中常见的法律纠纷及其解决途径。

本书可作为高职高专连锁经营、工商管理等相关专业的教材,也可供从事特许经营事业的人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

特许经营法律与实务/赵桂莲,王吉方主编.—北京:科学出版社,2008
(高等教育“十一五”规划教材·高职高专连锁经营类教材系列)
ISBN 978-7-03-022121-6

I. 连… II. ①赵…②王… III. 专卖-商业管理-经济法-中国-高等学校:技术学校-教材 IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 074471 号

责任编辑:任锋娟/ 责任校对:刘彦妮

责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行

各地新华书店经销

*

2008年8月第 一 版

开本:787×1092 1/16

2008年8月第一次印刷

印张:20 1/2

印数:1—4 000

字数:486 000

定价:32.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<环伟>)

销售部电话 010-62134988

编辑部电话 010-62135763-8767 (VF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

高职高专连锁经营类教材系列

编 委 会

主 任 都国雄（教育部高等学校高职高专工商管理类专业教学指导委员会委员，
南京工业职业技术学院党委组织部部长，博士）

夏昌祥（教育部高等学校高职高专工商管理类专业教学指导委员会委员，
昆明冶金高等专科学校校长，教授）

副主任 王吉方（首钢大学副教授，北京欧亚陆桥咨询机构策划总监）

委 员（按姓氏笔画排序）

于 恬 王新盈 平建恒 孙开庆 刘子龙

刘建华 乔淑英 吴 虹 吴 斌 杨 元

杨叶飞 张秀丽 陈仕萍 胡启亮 赵玉国

赵桂莲 黄桂芝 寇长华 鲁 杰 曾 琢

霍文智 蔡中焕

序

随着我国改革开放的不断深入,我国许多方面的经营体制发生了重大变化,特别是餐饮业、商业、服务业等领域更是发生了深刻的变化,其中最明显的就是连锁经营模式的引入、发展及壮大。

连锁经营在我国经过近 20 年的发展,已从导入期进入蓬勃发展期,作为现代主流商业模式,连锁经营使世界商业的发展出现了质的飞跃,取得了突破性进展,改变和加快了世界商业的发展进程,对世界经济,特别是现代商业经济的发展产生了深刻影响。目前,我国已发展成为连锁经营大国,截至 2007 年底,已拥有特许连锁体系 2800 多个,成为世界上特许连锁体系最多的国家,超过始创国美国。连锁经营已经成为我国零售业、餐饮业、服务业众多行业等普遍采用的经营方式,取得了令人鼓舞的成绩,日益显示出强大的发展潜力。但是由于我国的连锁经营起步晚,发展时间较短,同发达国家和地区相比,无论从经营规模上还是行业领域上都存在着明显的差距。面临国际大型零售企业的竞争,国内的连锁企业如何利用有限的时间加快发展,做强、做大已成为当务之急。

面对新经济、信息化、国际化的社会大背景,面对连锁经营模式下企业的激烈竞争,人才的匮乏显得日益突出。连锁人才缺乏,特别是连锁经营中高级管理人才缺乏,已经成为制约企业发展的一个瓶颈,亟待解决。要想彻底解决人才问题,根本还是要从人才培养入手,从基础教育入手。只有培养出大量的基础性人才,才能源源不断地为连锁企业供应新鲜血液,继而让他们在经营实践中发展成熟,最终成为高级人才和专业人才。

教育部根据我国经济发展对各类专业毕业生的实际需要,结合就业状况,对专门人才培养结构进行了重大调整,对专业设置、课程内容和教学方法进行了必要的整合改造,更加突出实践技能的培养。在市场调研和人才需求分析的基础上,按照教育部的相关指导,我们进行了连锁经营系列教材的策划和组织工作,经过多次研讨,落实了全国几十所高等院校的老师和上海、北京、广州、昆明、南京、沈阳、成都、杨凌、西安等城市的企业参与编写。本教材系列密切结合连锁经营企业的实际工作,结合连锁经营业务的真实案例,其特色可以概括为四个显著的特点:

1. 知识系统

本教材系列从连锁经营管理原理、连锁企业人力资源管理、连锁企业门店营运管理、连锁企业门店开发与设计,到连锁企业的信息管理系统、物流管理、财务管理、采购管理、市场营销、仓储与配送等,对连锁企业管理中的诸多环节进行了有理论、有实践的系统探讨,使学生较全面地了解连锁经



营所涉及的方方面面的问题。

2. 实操性强

本教材系列选择连锁经营行业中的实际工作案例,引发学生的思考,让学生带着问题去学习相应的理论知识,充分调动了学生的学习积极性。针对高等职业院校的学生的特点,将抽象的逻辑建构的知识体系形象化、具体化、生活化和职业化,提高他们的兴趣,是至关重要的。因此,从连锁经营业务的实际工作案例导入,能大大提高学生学习的兴趣,从而激发其学习动力。

3. 编者队伍“产学结合”

本教材系列的编者有来自于教学一线的教师,有身兼企业资深顾问的教师,还有来自于企业的管理人员,他们立足于高职高专的教学特点,将自己的教学和工作经验融入到教材当中,使学生能接触到最实际的知识 and 案例。

4. 中外结合,相互借鉴

本教材系列详细介绍了中外连锁经营的最新现状、未来趋势、操作环节和使用程序,尤其把外国著名连锁企业的最新的发展业态和科学的应用信息技术和管理模式引入教材,这对于学生充分掌握中外连锁经营的发展历程、差距和特征、技术具有很好的探索意义。

5. 时代感强,贴近实际

本教材系列的许多资料来自于2007年至2008年上半年,紧跟我国连锁经营的现状,如我国特许奖、特许品牌、特许案例、特许金牌店长、最具成长特许企业等,并且附录里的专有名词、术语等资料,有助于针对性地进行连锁经营知识学习。

陶行知老先生有句话:“生活即教育,社会即学校,教学做合一。”我相信,只要我们职业教育界的各位同仁共同努力,深化改革,解放思想,追求创新,就能实现陶老的希望,创造卓越。

教材建设是高职高专教育教学改革的重要组成部分,也是体现职业技能培养特色的关键。本教材系列的编写,遵循科学发展观,根据学科发展需要、教学改革需要、专业设置需要、课程改革需要,尤其是市场对人才素质的需要,结合国家教育部教育教学改革的精神,结合国家正在启动的大学生就业工程,面向社会、面向市场、面向经济建设、面向用人单位的具体工作岗位,组织专家、教授编写而成,可作为连锁经营及其相关专业学生的必修教材,也可是连锁企业、流通企业的员工的培训教材。

高职高专连锁经营类教材系列

编委会

前 言

商业特许经营是 21 世纪的一种主导商业模式。我国的商业特许经营起源于 20 世纪 90 年代初,通过十几年的迅猛发展,已取得了很大的成就。据统计,截至 2005 年底,全国已有 2320 个特许经营体系,如肯德基、麦当劳、全聚德、华联、马兰拉面、吴裕泰、福奈特、东易日盛等,涉及餐饮、零售、洗衣、室内装饰、休闲健身等 60 多个行业、业态,特许加盟店约 16 万家。特许经营的发展,在调整和改善流通结构、促进中小企业发展、扩大就业等方面发挥了积极的作用。

由于特许经营的核心是无形资产的输出,一个特许人往往有为数较多的被特许人,特许人和被特许人之间信息不对称,潜藏着较大的风险。目前,特许经营在快速发展中存在的一些突出问题是:一些从事特许经营活动的特许人不具备相应的条件;特许经营活动不规范,市场秩序较为混乱;特许经营活动当事人特别是被特许人的合法权益得不到有效保障;以特许经营名义进行欺诈等违法犯罪活动也时有发生。因此,以法律手段建立起规范、有序的特许经营环境势在必行。

值得高兴的是,2007 年 2 月 6 日,中华人民共和国国务院颁布了《商业特许经营管理条例》,这一条例明确了商业特许经营的概念,并系统规定了开展特许经营活动的主体资格,申报程序,特许人及被特许人的权利、义务及信息披露规定,同时规定了特许经营活动的法律责任。这一条例的出台对促进我国特许经营事业的发展可谓是意义重大。本书正是以该条例为背景,结合我国目前特许经营活动中的上述问题,对特许经营中的法律与实务问题进行了系统性的阐述,并提供了一些典型案例,希望能从理论与实务上给有志于从事特许经营的人士以支持和帮助。

本书具体的编写分工如下:于莉、王吉方编写第一章,赵桂莲、张秀丽、王卫国编写第二章,张国培、李正坤、毛娅萍编写第三章,黄体允、董新华、刘菁编写第四章,赵桂莲编写第五章,王吉方、张秀丽、李正坤编写第六章。

由于编者水平有限,疏漏之处在所难免,恳请各位读者予以指正,以便再版进行修正。

目 录

第一章 特许经营中的法律与实务	1
案例导入 特许人与被特许人之间的法律关系	2
第一节 特许经营与法律	2
一、特许经营与法律简述	2
二、特许经营的类型及其法律关系	3
三、特许经营与其他经营模式的区别	10
四、传销不是特许经营	13
第二节 我国特许经营法律的概况与现状	14
一、我国目前特许经营的立法概况	14
二、目前我国特许经营立法中存在的问题	15
第三节 国外特许经营法律制度概况	16
一、美国的特许经营法律制度	16
二、加拿大的特许经营法律制度	16
三、欧洲的特许经营法律制度	17
小结	17
复习思考题	18
实训项目	18
案例分析	18
特许加盟合同解除后加盟费和保证金的处理	18
第二章 特许经营知识产权法律与实务	20
案例导入 被特许者退出特许经营体系后是否有权继续使用特许经营权	21
第一节 特许经营商标法律制度与实务	22
一、特许经营与商标	22
二、特许经营商标权法律关系	25
三、特许经营商标权的取得	29
四、特许经营企业注册商标的续展、转让和使用许可中应注意的问题	30
五、特许经营企业注册商标专用权的保护	32
六、特许经营企业应注意商标与商号的冲突及其解决途径	34
第二节 特许经营专利法律制度与实务	38
一、特许经营与专利	38
二、特许经营专利权法律关系	38



三、专利申请的实质性要求	40
四、特许经营专利权的取得	41
五、特许经营企业专利权的保护	45
六、专利实施的强制许可	47
第三节 著作权法律制度与实务	47
一、特许经营与著作权	47
二、著作权的主体及其归属	48
三、著作权的客体	49
四、著作权的内容	50
五、著作权的利用	50
六、特许经营著作权的保护	51
第四节 反不正当竞争法律制度与实务	53
一、不正当竞争概述	53
二、特许经营与反不正当竞争	55
三、特许经营中反不正当竞争的实践问题及建议	56
四、不正当竞争行为的法律责任	57
第五节 商业秘密法律制度与实务	59
一、商业秘密的概念及其构成条件	59
二、商业秘密对特许经营的意义	60
三、商业秘密在特许经营中的特点	61
四、特许经营中对商业秘密侵权的认定与处理	62
五、商业秘密的法律保护	63
六、侵犯商业秘密的法律责任及救济方式	64
小结	66
复习思考题	66
实训项目	66
案例分析	66
案例 1 赵某诉北京某特许经营连锁公司侵犯著作权纠纷案	66
案例 2 沈阳市小土豆餐饮有限公司诉北京东北小土豆餐饮有限公司侵犯商标权及不正当竞争纠纷案	67
案例 3 北京中锐文化传播有限责任公司诉北京零点市场调查与分析公司侵犯商业秘密纠纷案	72
第三章 特许经营合同法律制度	79
案例导入 超越代理权的合同无效	80
第一节 特许经营合同概述	81
一、特许经营合同的概念与特点	81



二、特许经营合同的基本原则	83
三、特许经营合同的订立	85
四、特许经营合同的形式	92
五、特许经营合同的权利与义务	94
六、特许经营合同的效力	99
七、特许经营合同的履行	102
八、特许经营合同的保全	104
九、特许经营合同的变更和转让	104
十、特许经营合同的终止	107
十一、特许经营合同的解除	108
十二、特许经营合同的违约责任	111
第二节 区域特许经营合同	113
一、区域特许经营合同概述	113
二、区域特许经营合同的内容	114
三、区域特许经营合同参考示范文本	115
第三节 其他合同	121
一、租赁合同	121
二、买卖合同	122
三、商标使用许可合同	124
四、专利权使用许可合同	125
五、著作权使用许可合同	127
六、劳动合同	128
小结	132
复习思考题	132
实训项目	133
案例分析	133
案例 1 以自己的行为表示放弃了撤销合同的权利	133
案例 2 代位权了结三角债	134
案例 3 黄海燕诉北京汉森美容有限公司特许经营合同纠纷案	135
第四章 与特许经营相关的其他法律与实务	140
案例导入 超市存包遭窃, 如何赔偿	141
第一节 消费者保护和产品责任方面的法律	142
一、消费者权益保护法概述	142
二、特许企业应注意保护消费者的权利	142
三、特许企业应认真履行经营者的义务	143



28	第二节 产品质量法律制度与实务	144
28	一、产品质量法概述	144
29	二、特许者在产品质量方面应该注意的问题	145
40	第三节 特许财产法律与实务	147
40	一、特许经营与财产法	147
501	二、特许财产法律制度	148
401	三、特许企业财产法律应用实务	155
401	第四节 特许税收法律与实务	158
501	一、特许经营与税收法律制度	158
801	二、特许经营税收法律制度	159
111	三、特许经营税收法律实务	165
111	第五节 特许经营财务法律制度	169
111	一、财务法律制度概述	169
111	二、特许经营财务管理的专门法规	172
111	三、特许经营企业在财务法律制度方面应注意的其他问题	174
151	第六节 公司法律制度	177
151	一、特许经营与公司法律制度	177
151	二、有限责任公司的法律规定	178
151	三、股份有限公司的法律规定	185
151	四、公司的其他相关制度	189
151	五、公司的解散与清算	190
151	六、特许经营活动中《公司法》应用的实务问题	191
151	小结	197
151	复习思考题	198
151	实训项目	198
151	案例分析	198
151	案例1 连锁加盟引起的“借款纠纷”	198
151	案例2 特许经营企业应如何纳税	199
151	案例3 新《公司法》对注册资本的规定	201
	第五章 特许经营常见纠纷及其解决方式	203
141	案例导入 特许经营纠纷诉讼中举证不能的法律后果	204
141	第一节 特许经营常见的纠纷类型	204
141	第二节 特许经营纠纷的解决方式	205
141	一、协商	205
141	二、调解	205
	三、仲裁	205



四、诉讼	209
小结	210
复习思考题	210
实训项目	210
案例分析	211
特许经营纠纷解决的途径——诉讼与仲裁的关系	211
第六章 特许经营企业的法律管理实务	213
案例导入 特许经营加盟合同的管辖约定	214
第一节 特许经营企业法律事务管理制度	214
一、企业法律顾问制度	214
二、公司律师制度	215
三、企业总法律顾问制度	217
第二节 特许经营企业与律师	218
一、特许经营企业律师的作用	218
二、特许经营企业如何聘请律师	219
三、特许经营企业律师的职责和业务范围	220
第三节 特许经营法律事务管理	222
一、特许经营法律事务管理的概念	222
二、特许经营法律事务管理的目标	222
三、特许经营法律事务管理的具体措施	222
四、特许经营企业主要的几种法律事务管理	225
小结	230
复习思考题	231
实训项目	231
案例分析	231
大佛口饮食服务娱乐公司诉千叶花园房地产公司服务合同纠纷案	231
附录 相关法律	233
中华人民共和国商标法	233
中华人民共和国专利法	241
中华人民共和国著作权法	250
中华人民共和国反不正当竞争法	260
中华人民共和国合同法	264
关于适用《中华人民共和国合同法》若干问题的解释（一）	276
中华人民共和国消费者权益保护法	279
中华人民共和国产品质量法	286

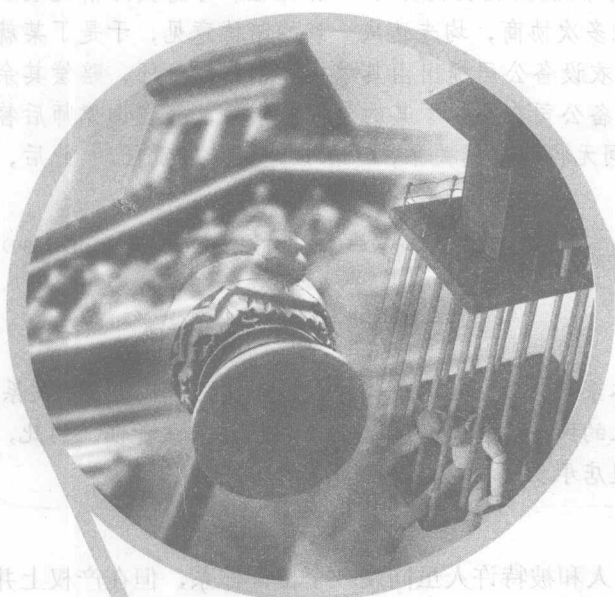


x

商业特许经营管理条例	294
商业特许经营备案管理办法	298
商业特许经营信息披露管理办法	301
驰名商标认定和保护规定	303
国家工商行政管理局关于解决商标与企业名称 中若干问题的意见	305
最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件 适用法律若干问题的解释	306
北京市高级人民法院《关于商标与使用企业名称 冲突纠纷案件审理中若干问题的解答》	309
参考文献	312

第一章

特许经营中的法律与实务



◇ 学习目标

- 了解特许经营的概念、特许经营和法律的内在联系；
- 理解、掌握和分析不同类型特许经营的法律关系；
- 了解特许经营营销模式和目前我国特许经营法律的规定。

◇ 技能技点

- 能够正确区分特许经营和其他营销模式的区别；
- 能够正确判断规范化的特许经营模式并有效防止特许经营陷阱。



特许人与被特许人之间的法律关系

2

丁某将一件九成新、价值 1000 元的羊绒大衣送至某洗衣设备公司的特许加盟店干洗, 3 日后丁某到加盟店取大衣, 谁知加盟店的工作人员却告知丁某大衣已被洗坏。丁某遂要求加盟店按原价赔偿其大衣, 可加盟店却称赔偿可以, 但不能按原价赔偿, 只能按洗衣收费的 10 倍赔偿, 考虑实际情况最多可以赔偿 200 元。双方经多次协商, 均未达成一致的赔偿意见, 于是丁某就向该加盟店的特许人某洗衣设备公司提出由其承担连带赔偿责任, 赔偿其余 800 元的要求。某洗衣设备公司在得知丁某的赔偿要求后, 经咨询律师后答复说: “我们与加盟店之间无投资隶属关系, 不承担连带赔偿责任。” 此后, 丁某没有提起诉讼。

(资料来源: www.texul.com/ShowArticle.asp?ArticleID=1339)



案例解析

被特许人加盟特许体系后, 双方之间是一种合同法律关系, 从法律关系的角度看, 双方都是独立的民事主体, 需要彼此独立承担法律责任。因此, 丁某的损失只由特许加盟店承担。

在特许关系中, 特许人和被特许人虽同属一个特许体系, 但在产权上并没有从属关系, 而分别作为独立的经济实体, 对外独立享有权利和承担义务。从法律关系的角度看, 特许关系是一种平等主体间的民事法律关系, 特许人和被特许人的权利与义务由特许经营合同规定, 特许体系是靠特许经营合同来确立和维系的。特许经营合同是特许经营成功的基础和关键, 它关系到特许经营双方的切身利益, 同时, 它也是解决特许经营有关纠纷的依据和基础。

点题链接

第一节 特许经营与法律

一、特许经营与法律简述

市场经济是法制经济, 任何市场经济的主体在参与市场经济活动中都必须遵守市场的规则, 即必须严格按照法律、法规进行。一旦市场经济主体活动脱离了法律的约束, 市场的秩序将陷入混乱。

特许经营是市场经济发展到一定阶段的产物, 采用特许经营方式的企业,



在生产经营活动中的投资、贷款、合同、商标、专利、著作权、产品质量、工商登记、纳税等方面都离不开市场经济的健康运行。

商业特许经营是指拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业（以下称特许人）以合同的形式将其拥有的经营资源许可其他经营者（以下称被特许人）使用，被特许人按照合同约定在统一的经营模式下开展经营，并向特许人支付特许经营费用的经营活动。目前还有很多商业特许经营企业的从业人员（包括有些企业的高级管理人员）仍然不重视法律在企业经营中的作用，或缺乏基本的法制观念。有些人认为自己的企业没什么法律问题，用不着设立什么法律机构，完全凭自己的经验和关系就可以把经营搞得很好，盲目相信自己的实力。直到出了问题，才急急忙忙找律师解决，但为时已晚，已给企业带来巨大的损失和不必要的麻烦。

3

随着市场经济的发展，企业之间的竞争更加激烈。面对这样的市场环境，要求企业增强法律意识和风险意识。特许经营企业必须遵守法律，强调依法治企。可以说，市场经济离不开法律，特许经营企业的成功也离不开法律，法律是特许经营企业成功的保障。

二、特许经营的类型及其法律关系

（一）特许经营的类型

依据不同的标准，特许经营可以有許多不同的分类。如果按照特许经营涉及的领域不同，宏观上可以分为政治领域的特许经营、经济领域的特许经营、文化教育领域的特许经营等几个大的类别。其中，经济领域的特许经营中最重要的就是政府特许经营和商业特许经营。

1. 政府特许经营

政府特许经营是指中华人民共和国境内外的企业和其他经济组织依法取得政府授予的特许经营权，在一定期限和范围内经营基础设施、生态环境、文物古迹、旅游资源以及依附于其上的名称、形象、知名度和特色文化等无形资产的使用权、经营权等相关权益，提供公共产品或者公共服务等。

一般情况下，政府授予的特许经营项目具有如下特点：

- 1) 一般都是资本密集型、投资回收期较长的行业。
- 2) 通过招标等公平竞争的方式确定被特许人并与之签订特许经营合同。
- 3) 政府通常会对外特许出去的项目提供指导和帮助。
- 4) 特许经营期间，政府有关行政主管部门按照各自的职责对特许经营项目进行检查、评估、审计，对被特许人违反法律、法规、规章规定的行为予以纠正并依法处理。

比如，2006年3月1日实施的《北京市城市基础设施特许经营条例》就

体现了以上特点。

2. 商业特许经营

商业特许经营的特许人是指拥有一定经营资源和经营模式的企业，如非特别指明，本书后面所述的特许经营就指商业特许经营。按照不同的分类标准、不同学者的观点，特许经营的分类有很多种。本书采用中国连锁经营协会的观点，将特许经营作如下分类。

(1) 按特许权的内容进行划分

1) 较早出现的特许经营方式被称为“产品品牌特许经营”，又称“产品分销特许”，是指特许人向被特许人转让某一特定品牌产品的制造权和经销权，特许人向被特许人提供技术、专利和商标等知识产权以及在规定范围内的使用权，对被特许人所从事的生产经营活动并不作严格的规定。这类特许经营形式的典型例子有汽车经销商、加油站以及饮料罐装和销售等。目前，在国际上，这种模式逐渐向经营模式特许经营演化。

2) “经营模式特许经营”被称为第二代特许经营。目前人们通常所说的特许经营就是这种类型。它不仅要求加盟店经营总店的产品和服务，质量标准、经营方针等都要按照特许人规定的方式进行。被特许人缴纳加盟费和后继不断的权利金（特许权使用费），这些经费使特许人能够为被特许人提供培训、广告、研究开发和后续支持。这种模式目前正在国内外快速发展。

根据特许内容，还可以将特许经营分为：商品商标特许经营，即大制造商为名牌化产品寻找销路，授权加盟者进行商业开发的权利的特许经营活动；经营模式特许经营，即加盟者按总部的全套经营模式进行经营的特许经营活动。

(2) 按特许双方的构成进行划分

1) 制造商和批发商。软饮料制造商建立的装瓶厂特许体系属于这种类型，其具体方式是：制造商授权被特许人在指定地区使用特许人所提供的糖浆并装瓶出售，装瓶厂的工作就是使用制造商的糖浆生产饮料并装瓶，再按照制造商的要求分销产品。可口可乐是最典型的例子。

2) 制造商和零售商。汽车行业首先采用这种特许方式建立了特许经销网，在石油公司和加油站之间有同样的特许加盟关系。它的许多特征同经营模式特许经营有相似之处，并且越来越接近经营模式特许经营，汽车制造商指定“分销商”的方式已经成为经营模式特许。

3) 批发商和零售商。这种类型的业务主要包括计算机商店、药店、超级市场和汽车维修业务网点。

4) 零售商和零售商。这种类型是典型的经营模式特许，代表企业是快餐店。