



特许经营

秦问宇 / 文
傅显渝 / 图

作家出版社



蔡

RBT-44/04



特许经营

作家出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

特许经营/秦问宇文;傅显渝绘. —北京:作家出版社,
2000. 1

(古古商海新思维漫画丛书)

ISBN 7-5063-1833-4

I. 特… II. ①秦…②傅… III. 商业经营, 特许—通俗读
物 IV. F715-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 57908 号

特许经营

作者: 秦问宇/文 傅显渝/图

责任编辑: 袁 敏

装帧设计: 梁毅凡

出版发行: 作家出版社

社址: 北京农展馆南里 10 号 邮码: 100026

电话传真: 86-10-65930756 (出版发行部)

86-10-65004079 (总编室)

E-mail: wrtpub@public.bta.net.cn

经销: 新华书店

印刷: 北京印刷厂

开本: 787×1092 1/24

字数: 50 千

印张: 9

插页: 1

印数: 001-10000

版次: 2000 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

ISBN 7-5063-1833-4/1·1819

定价: 15.00 元

作家版图书, 版权所有, 侵权必究。

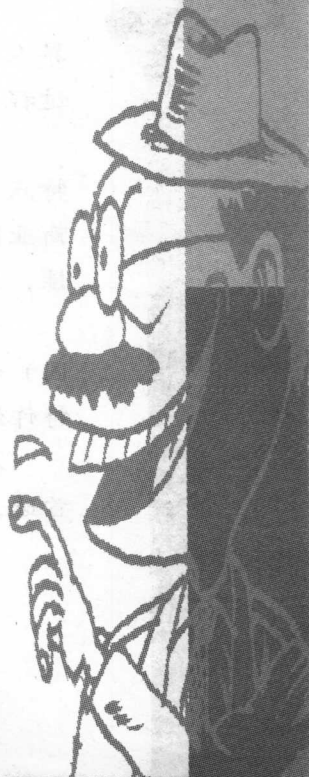
作家版图书, 印装错误可随时退换。

前 言

像一切生命的进化一样，商业形态总是在挑战与反挑战中前进，正如农业时代的杂货店和货郎，必然被工业时代的百货购物中心所取代。

著名未来学家奈斯比特预言：“特许经营将是人类下个世纪的主导商业模式。”人类社会将进入新世纪，特许经营完全有可能成为独领风骚的新业态模式。

其实，特许经营早已悄然步入商界，渗透进了中国人的生活，可口可乐、麦当劳……不一而足。克隆、复制成功，是特许经营方式让企业在保持品质的情况下，高速度低成本扩张的核心要素；无形资产有形化，先进管理体系





共享化，新技术手段市场化，是特许经营不可替代的优势。

“中国经济已进入品牌为王的时代”，这样一种观点已为商界人士广为认同。然而，我国有的企业在创出品牌、加速扩展的过程中，却总是中箭落马——这正是本书出版的动机。

本书的意图是以通俗易懂的方式介绍特许经营的概念、经营特点、操作技巧、运作思想、专家观点、法律法规、失败原因和商业陷阱等。力求全面反映国内外特许业界动态，既有宏观指导性，又有理论深度，更有操作实用性。

为此，我们特邀了世界著名特许经营发展服务组织 FDS（中国）和国内相关权威部门与古古工作室合作，创作出全球第一本特许经营漫画书籍。

本书争取成为国内特许经营公司和加盟者进行休闲式学习的首选，为中国的特许经营事业和商业业态进步尽绵薄之力。

秦问宇

1999年9月18日

目 录

1. 特许经营大白话	3
2. 告诉大家“我是谁”	5
3. 第一只肥“螃蟹”	7
4. 突破瓶颈限制	9
5. 无形资产有形化的时代	11
6. 政府鼓掌支持	13
7. 迈向富裕之路	15
8. 麦当劳叔叔的功劳	17
9. 同质时代的创新	19
10. 树大好乘凉	21
11. 造条大船好下海	23
12. 发现“冰山”的雷达	25
13. 你有，我有，全都有	27





14. “不可告人”的价格	29
15. 老板炒谁都可以	31
16. 顺风耳，千里眼	33
17. 给投资加根保险绳	35
18. 无息贷款的银行	37
19. 输出品牌美誉	39
20. 人人动脑求发展	41
21. 低成本扩张的障碍	43
22. 鸡头比凤尾实惠	45
23. 买个特许挣钱去	47
24. 营销“包产到户”	49
25. 现代“空手道”	51
26. “空手道”的平台	53
27. “量出为人”不对了	55
28. 榜样的力量是无穷的	57
29. 没有困扰，就不叫生意	59
30. 给予才能得到	61
31. 热线你、我、他	63
32. 嫁给“六好丈夫”	65



33. 在哪里发财?	67
34. 开会带来的财富	69
35. 机会就是出路	71
36. 有所不为, 才能有所为	73
37. 隔行如隔山	75
38. 取人之短经营法	77
39. 策划新加盟店	79
40. 勇气和判断力	81
41. 出门靠朋友, 特许凭管理	83
42. 诚信的承诺	85
43. “扮演”有个性的角色	87
44. 时势造英雄	89
45. 钱、钱、钱, 命相连	91
46. 加盟费用的组成	93
47. 革命的统一战线	95
48. 不打无准备之仗	97
49. 让别人帮助你成功	99
50. 理想决定“钱”途	101
51. 形形色色的加盟店	103





52. 过把特许老板瘾	105
53. 市场通道督导队	107
54. 服务就是力量	109
55. 到什么坡，唱什么歌	111
56. 攻城掠寨的标准化	113
57. 温室里的花朵	115
58. 个人能力，自我解读	117
59. 亲儿子与义子的比例	119
60. 看似容易上手难	121
61. 手册的力量是无穷的	123
62. 心急不能喝热粥	125
63. 生意不是“闯大运”	127
64. 能上能下，游戏的规则	129
65. 可靠的码头	131
66. 和骗子过招	133
67. 慧眼识骗局	135
68. 热豆腐烫嘴巴	137
69. 缔结商业“婚姻”	139
70. 一粒老鼠屎，坏了一锅汤	141





71. 打破沙锅问到底	143
72. 军中无戏言	145
73. 先说断，后不乱	147
74. 香消玉殒的联营	149
75. 未战先咨询	151
76. 亲兄弟明算账	153
77. 付出就要有收获	155
78. 仲裁解决纠纷	157
79. 特许权的转让	159
80. 竹篮打水一场空	161
81. 甩手大掌柜	163
82. 手艺与机器的矛盾	165
83. 多与少的冲突	167
84. 利润是经营的终极目标	169
85. 倾巢之下无完卵	171
86. 不懂就是不懂	173
87. 为生意加点“兴奋剂”	175
88. 没有规矩，难成方圆	177
89. 正确认识自己的位置	179





90. 撒大网捕小鱼	181
91. 公说公有理，婆说婆有理	183
92. 正确的吃苦意识	185
93. 欲速则不达	187
94. “零点启动”难成功	189
95. 摸着石头过河	191
96. 寻求“朝阳”生意	193
97. 布满鲜花的陷阱	195
98. 预防市场“近视眼”	197
99. 金刚钻与瓷器活	199
100. 败事犹如水推沙	201
后 记	202





1 特许经营大白话

如果要用短短的几十个字来解释一种复杂的经营业态，能立马领悟的人恐怕为数不多。什么是特许经营？不懂专业术语的人多是云山雾罩，难明就里，但连锁经营人人都知道，特许经营就是连锁经营的一种。

用形象的比喻来讲：连锁经营好比是一位母亲，她有三个儿子，一个叫直营连锁；一个叫自由连锁；最后一个叫特许经营。本书要介绍的是她最宠爱的儿子——特许经营，又名加盟连锁。为方便起见，本书统称特许经营。

所谓特许，指的是由一个公司来做总部，大批中小商人在独立经营的前提下，加盟做分店。特许总部向加盟者提供经营商品、经验、品牌、信息等等支持，加盟者以有偿的方式购买特许权。

与传统经营业态不同的是，特许总部对加盟者既有控制力，又不妨碍他们各自的自主性。特许经营比过于松散的自由连锁合作紧密，但又不像直营连锁那样死板。

特许经营赚钱的原理在于：通过分工协作，改变了独立店单兵作战的被动局面，实现多网点配合作战，高水平分工。能提高竞争力当然挣钱啦！





2 告诉大家“我是谁”

特许经营的概念现在在国内很混乱，不同版本的书有不同的解释，大家有些真假难辨。在我国台湾省，我的名字叫加盟经营，在香港特区叫特许经营，在祖国内地又有人称我为连锁经营。内地这种叫法让很多人把我和连锁混为一谈。

我到底是谁？我与传统的自营式连锁店有什么区别？

其实，叫我为特许经营最准确，我这种经营业态的核心是特许权的转让。特许经营总部是出售特许权的地方，各地慕名而来投资的人叫加盟者，他们购买特许权后，办的店叫加盟店。特许经营是总部和加盟者一对一签订合同而形成的“联姻”关系，因此，我的加盟店是独立的，各店之间没有任何关系；特许总部向加盟者提供的特许权和服务是有偿服务；各加盟店的人事权和财务权也是独立的，特许总部无权进行干涉；加盟店的老板是独立的法人，不是打工仔。

与我有区别的直营式连锁经营店，总部对各分店拥有所有权，对分店与经营有关的大小事情均有决定权。分店的利润要上缴总部，分店经理是总部聘请的员工而非老板，行为必须按总部的指示执行。

现在可以记住我了吧！



