

特许经营

TE XU
JING YING ABC

ABC

王红 李盾 主编

- ▲ 特许经营的优势
 - ▲ 特许经营的劣势
 - ▲ 特许经营的组织
 - ▲ 特许经营的法律环境研究
-
- ◆ 特许经营的管理
 - ◆ 与受许人之间的关系
 - ◆ 与特许人之间的关系
 - ◆ 特许经营成功的案例

对外经济贸易大学出版社

经济与管理热点问题 ABC 丛书

特许经营 ABC

王 红 李 盾 主编

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

特许经营 ABC/王红, 李盾主编. —北京: 对外经济贸易
大学出版社, 2003

(经济与管理热点问题 ABC)

ISBN 7-81078-311-4

I. 特… II. ①王…②李… III. 专卖 - 商业经营 - 基本
知识 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 114592 号

© 2003 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

特许经营 ABC

主 编: 王 红 李 盾

责任编辑: 李 艺

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029

网址: <http://www.uibep.com>

河北省衡水红旗印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 140mm × 203mm 1/32 15.875 印张 382 千字

2004 年 1 月北京第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-311-4/F·190

印数: 0001 - 5000 册

定价: 27.00 元

序 言

特许经营源自美国胜家缝纫机公司,而自 1961 年美国入克罗克以 270 万美元从麦当劳兄弟手中买断了麦当劳公司,并在之后的近 40 年时间里,将其发展成为拥有遍布全球 50 多个国家、1.4 万家分店的国际快餐王国以后,特许经营的魅力才真正显现出来,现在,国外特许经营已经取得了巨大的成功,成为许多国家一种强有力的商业经营模式。在我国,特许经营起始于 20 世纪 80 年代,而真正以特许经营方式开展业务的公司可以说直到 90 年代才出现,到目前已有 600 家特许经营体系,特许经营将成为中国最具获利能力的投资方式和创业途径。

本书在充分占有资料的基础上,博采众长,具有较完整的知识体系,既有理论指导性,又有操作指导性;既适合拥有一定实践经验的企业管理者,也可以作为高校学子了解特许经营知识的入门读物。

本书由王红同志统稿并承担“第一篇”的写作任务;李盾同志为该书设立提纲并承担了“第二篇”、“第三篇”和“第四篇”写作任务;吴薇同志撰写了“第五篇”。

本书在编写过程中,参考了国内外的有关著作、论文及网站上相关资料,在此向有关作者、公司表示诚挚的谢意。限于作者的理论水平和实践经验,难免存在一些不足之处,恳请读者予以批评指正。

目 录

第一篇 基础部分

1 特许经营概述/3

1.1 特许经营的含义/3

1.2 特许经营的起源/5

1.3 特许经营的现状/7

1.4 特许经营的特征/11

1.5 特许经营与连锁经营的区别/14

1.5.1 特许经营与直营连锁的区别/14

1.5.2 特许经营与自由连锁的区别/15

1.6 特许经营与代理、经销、直销

和传销的区别/16

1.6.1 特许经营与代理/16

1.6.2 特许经营与经销/16

1.6.3 特许经营与直销/17

1.6.4 特许经营与传销/17

1.7 特许经营的类型/18

1.8 特许经营的基本形式/22

1.9 特许经营的基本原则/25

1.10 特许经营与中介组织/26

1.10.1 特许经营中介组织与分类/26

1.10.2 特许经营中介组织的功能/27



1.10.3 特许人与顾问咨询机构如何合作/29

2 特许经营的优势/31

2.1 特许经营的优势/31

2.1.1 特许经营的制度优势/31

2.1.2 特许经营的经营优势/33

2.1.3 特许经营的管理优势/40

2.2 特许经营中特许人与受许人的

双赢和冲突/42

2.2.1 特许经营中特许人与受许人的双赢/42

2.2.2 特许经营中特许人与受许人的冲突/43

2.2.3 特许人与受许人冲突的协调/43

2.3 特许经营成功率/44

2.4 特许经营的机会把握/45

2.5 特许经营的风险规避/47

2.6 特许经营分布的主要行业/48

3 特许经营的法律环境/50

3.1 特许经营中的知识产权问题/50

3.1.1 商标权/50

3.1.2 企业名称权/55

3.1.3 版权/56

3.1.4 专利权/58

3.2 特许经营中的法律问题/60

3.2.1 国际特许经营涉及的法律问题/60

3.2.2 特许经营中的法律服务/62

3.3 特许经营合同/65



- 3.3.1 特许经营合同的类型/65
- 3.3.2 特许经营合同的基本要素/65
- 3.3.3 特许经营合同的条款/70
- 3.3.4 特许经营合同的履行与终止/76
- 3.3.5 特许经营合同终止的原因/77
- 3.3.6 特许经营合同范例/82
- 3.4 特许权的保护/87
 - 3.4.1 特许权的法律保护/87
- 3.4.2 特许经营与反不正当竞争法的关系/89
- 3.4.3 特许经营限制竞争行为的表现形式/94
- 3.5 特许经营中的道德规范/95

- 4 特许经营在中国的发展/98
 - 4.1 特许经营的发展状况/98
 - 4.2 特许经营在世界各地/105
 - 4.2.1 特许经营在美国/105
 - 4.2.2 特许经营在日本/106
 - 4.2.3 特许经营在欧洲/108
 - 4.3 中国发展特许经营的条件/109
 - 4.4 影响特许经营的因素/115
 - 4.5 特许经营中的中西方文化
 - 基础的差异/117
 - 4.6 特许经营在中国的发展前景/120

第二篇 特许人部分

- 5 特许人概述/125
 - 5.1 特许人的概念/125



- 5.2 特许人应具备的基本条件/125
- 5.3 特许人的权利和义务/126
- 6 特许经营的发展目标与可行性研究/129
 - 6.1 特许经营计划的构成/129
 - 6.2 特许经营发展计划的主要内容/130
 - 6.3 特许经营发展计划的关键点/132
 - 6.4 特许经营可行性研究的必要性/132
 - 6.5 特许经营可行性研究的主要内容/133
- 7 特许经营组织体系的构建与管理/138
 - 7.1 建立特许经营体系条件/138
 - 7.2 建立特许经营体系的步骤/138
 - 7.3 维护特许经营体系的手段/141
 - 7.3.1 运用经济手段维护特许经营体系/141
 - 7.3.2 运用法律和行政手段维护特许经营体系/143
 - 7.4 特许经营的组织结构/144
 - 7.5 特许经营的组织发展/147
 - 7.6 发展特许组织的策略/148
 - 7.7 特许总部组织的建设/152
 - 7.7.1 特许总部的功能/152
 - 7.7.2 完善和加强特许总部的服务与控制功能/152
 - 7.7.3 特许总部的地位/153
 - 7.7.4 特许总部流程控制程序/155
 - 7.8 特许总部的制度建设/155



- 7.8.1 特许总部的会议管理制度建设/155
- 7.8.2 特许总部的文件管理制度/157
- 7.8.3 特许总部员工工作纪律制度/159
- 7.8.4 特许总部的其他管理制度/162
- 7.9 特许总部人员的职责和素质/162
 - 7.9.1 特许总部督导人员的职责、
素质和条件/162
 - 7.9.2 特许总部总经理的职责制度/164
 - 7.9.3 特许经营中心总监职责制度/165
 - 7.9.4 企划总监职责制度/165
 - 7.9.5 营销总监职责制度/166
 - 7.9.6 技术总监职责制度/167
 - 7.9.7 人力资源总监职责制度/168
 - 7.9.8 财务总监职责制度/170
 - 7.9.9 行政主管职责制度/171
 - 7.9.10 行政助理职责制度/172
 - 7.9.11 成本会计职责制度/173
 - 7.9.12 收入会计职责制度/174
 - 7.9.13 往来账会计职责制度/174
 - 7.9.14 出纳员职责制度/175
 - 7.9.15 营销区域主管职责制度/176
 - 7.9.16 市场部主管职责制度/176
 - 7.9.17 加盟服务中心主管职责制度/177
 - 7.9.18 产品开发部经理职责制度/178
 - 7.9.19 物料部主管职责制度/179
 - 7.9.20 产品部主管职责制度/179
 - 7.9.21 物流部主管职责制度/180



- 7.9.22 品质保证部主管职责制度/180
- 7.9.23 配送中心主管职责制度/181
- 7.9.24 营建部主管职责制度/182
- 7.9.25 前台文员职责制度/182
- 7.9.26 行政部司机职责制度/183
- 7.10 特许组织的人力资源开发/185
- 7.10.1 特许组织的人力资源开发的策略/188
- 7.10.2 特许组织的人力资源开发的方式/198
- 7.10.3 特许组织的劳动管理/199
- 8 特许经营的营运与营销管理/203
- 8.1 特许体系的市场扩张/203
- 8.2 进行试点经营的必要性/204
- 8.3 特许经营的市场定位/206
- 8.4 选择合适的受让人/208
- 8.5 销售特许经营的步骤/209
- 8.6 特许经营商圈的划分/211
- 8.7 样板店的分布/214
- 8.8 样板店的选址/217
- 8.9 加盟店与总部的配合/221
- 8.10 特许组织采购与存货/222
- 8.11 特许组织配送与仓储/227
- 8.11.1 特许组织配送与仓储制度/227
- 8.11.2 如何构建特许经营配送体系/237
- 8.11.3 物流在特许经营企业取得竞争优势中的关键作用体现/238
- 8.11.4 自建配送中心应考虑的问题/239



- 8.12 特许经营一揽子协议的组成/241
 - 8.12.1 特许经营一揽子协议的组成/241
 - 8.12.2 操作手册/242
 - 8.12.3 培训手册/244
 - 8.12.4 地点选择标准/247
 - 8.12.5 营销手册/248
 - 8.12.6 广告手册/249
 - 8.12.7 地区支持手册/251
 - 8.12.8 质量控制模式/251
 - 8.12.9 开业前手册/252
 - 8.12.10 现场检查手册/254
 - 8.12.11 报告手册/256
- 8.13 特许商销售一揽子计划的组成/257
 - 8.14 特许经营品牌的评估/259
- 8.15 特许经营的产品与服务估价/261
 - 8.16 特许经营的费用/266
 - 8.16.1 特许经营收取费用的方法/267
 - 8.16.2 特许人的费用管理/267
 - 8.16.3 如何确定加盟费用/274
 - 8.17 特许经营的资金管理/279
 - 8.18 特许经营的融资渠道/284
- 8.19 特许人的获利来源与利益转移/287
- 8.20 怎样确保受许人上报营业额的
 - 真实性/291
 - 8.21 营销特许权的确定/292
- 8.22 特许人对受许人的营销支持/294
 - 8.23 特许经营的营销策略/297



- 8.24 特许经营的服务策略/299
 - 8.24.1 特许经营提供的服务/299
 - 8.24.2 特许经营的服务策略/304
 - 8.24.3 特许人应公开的信息/307
- 8.24.4 特许人手册的主要内容及作用/308
 - 8.25 特许经营信息系统/310
 - 8.25.1 特许经营信息系统的功能/310
 - 8.25.2 特许人是选择通用系统还是
特定系统/313
- 8.25.3 互联网在特许企业中的应用领域/314
- 8.25.4 特许企业内部网络的建设/315
- 8.26 特许经营与电子商务的互补/318
- 8.27 特许人获得成功的要素/320
- 8.28 特许人失败的主要原因/322

第三篇 受许人部分

9 受许人概述/327

9.1 受许人的含义/327

9.2 受许人应具备的基本条件/327

9.3 受许人的权利与义务/328

9.4 受许人应具备的基本素质/329

9.5 受许人的法律地位及问题/322

9.6 特许经营保护指南的内容/333

10 受许人的业务经营与管理/335

10.1 寻找特许商的途径/335

10.2 建立特许经营加盟店的基本步骤/340



- 10.3 如何评估特许人/342
- 10.4 如何购买特许经营权/344
- 10.5 对特许人业务计划的评估/348
- 10.6 对特许经营产品与服务的评估/351
 - 10.7 受许人承担的财务责任/353
 - 10.8 受许人的融资决策/354
 - 10.8.1 受许人的融资方式/354
 - 10.8.2 受许人从特许人可得到的
 - 融资条件/358
 - 10.9 受许人的营销决策/359
 - 10.9.1 受许人的营销作用/359
 - 10.9.2 受许人对特许人营销
 - 项目的运用/359
 - 10.9.3 多店铺受许人在特许经营中
 - 的作用/361
 - 10.10 特许经营的进货决策/361
 - 10.10.1 特许经营的进货渠道/361
 - 10.10.2 特许经营的进货程序/364
 - 10.10.3 特许经营的统一进货/366
 - 10.11 受许人的日常管理制度/366
 - 10.12 受许人的培训/373
 - 10.12.1 受许人培训的意义/373
 - 10.12.2 受许人培训的类型/374
 - 10.12.3 受许人培训的内容/376
- 10.13 合同期满受许人应考虑的问题/378
 - 10.14 特许经营的退出/378
 - 10.14.1 受许人退出特许经营
 - 行业的做法/378



10.14.2 受许人解除合同承担的责任/379

10.15 受许人自身的败因/380

10.16 受许人识别加盟陷阱的方法/380

第四篇 特许人与受许人的关系

11 特许人与受许人的关系/385

11.1 特许人与受许人如何相处/385

11.2 影响特许人和特许加盟商之间

关系的可能原因/386

11.3 受许人损害公众利益，责任谁负/387

第五篇 案例与法规

12 案例/391

12.1 肯德基在中国——“世界著名

烹鸡专家”经营案例/391

12.2 麦当劳：全球第一店/411

12.3 “7—11”：便利店成功的典范/416

12.4 日本西武特许体系的操作流程/421

12.5 联想特许经营现状与未来/424

12.6 马兰拉面“拉”起中国快餐旗帜/429

12.7 前门全聚德烤鸭的成功/432

12.8 华联靠加盟创效益/440

12.9 著名的国际特许经营品牌/442



13 我国及国外特许经营有关法律法规/445

13.1 商业特许经营管理办法(试行)/445

13.2 连锁店经营管理规范意见/448

13.3 关于连锁店登记管理有关 问题的通知/451

13.4 关于连锁店经营专营商品有关 问题的通知/453

13.5 企业连锁经营有关财务管理 问题的暂行规定/454

13.6 关于连锁经营企业增值税纳税 地点问题的通知/461

13.7 外商投资商业企业试点办法/462

13.8 驰名商标认定和管理暂行规定/467

13.9 商标使用许可合同备案办法/469

13.10 关于进一步规范特许加盟 活动的通知/474

13.11 特许经营企业备案管理办法/475

13.12 美国特许经营有关法规/478

13.13 法国特许经营立法/487

- 附录: 主要参考文献/491

第一篇 基础部分

