

FRANCHISE

FRANCHISE
FRANCHISE
FRANCHISE

21世纪特许经营管理系列教材

特许经营概论

侯吉建 袁 东 编著

 中国人民大学出版社

FRANCHISE

F R A N C H I S E

21世纪特许经营管理系列教材

特许经营概论

侯吉建 袁 东 编著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

特许经营概论/侯吉建,袁东编著. —北京:中国人民大学出版社,2014.2
21 世纪特许经营管理系列教材
ISBN 978-7-300-18610-8

I. ①特… II. ①侯… ②袁… III. ①特许经营-教材 IV. ①F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 317165 号

21 世纪特许经营管理系列教材

特许经营概论

侯吉建 袁 东 编著

Texu Jingying Gailun

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2014 年 3 月第 1 版

印 张 17.5

印 次 2014 年 3 月第 1 次印刷

字 数 397 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

“21 世纪特许经营管理系列教材” 编委会

主 编 王学思

副 主 编 石元蒙

编委会成员 (排名不分先后)

侯吉建	扈立家	孟子敏	肖永添	肖小文
李 昊	袁 东	范大良	徐 琳	陆剑宝
熊 科	于 雯	赵 宇	张基辉	陈晓静
崔 宇	黄 晨	胡 勇		



“特许经营管理”在中国可谓是一门新兴学问，成为高校专业课程前后也不过十多年的历史。但特许经营对于商业来说，无疑是一支极为重要的力量和一门专门的学问。透过这种商业模式，特许经营完成的是知识产品价值的再创造，不仅能激发特许人创造知识的热情，而且能使受许人乃至全社会在广泛的知识传播与分享中获取充分的收益。尽管特许经营最早的贡献源自于商业领域，但其影响范围和受到的重视却远远超出了商业领域。作为一种建立在契约基础上的协作关系，特许经营融合了市场经济的法治精神、诚信品格，考验的是现代商业社会中人与人、企业与企业或是企业与人之间的伦理道德。在这里，不仅有鹏程高远的商业志向、激情洋溢的商业智慧、先进专业的商业技术，还有缜密严肃的市场法制、兼容并蓄的商业环境，更有人类最美好的生活理想与道德情操。

那么，对于身处于深刻变革中的每一个参与特许经营的中国企业和公民来说，我们究竟应该交出一份怎样的答卷呢？当今的中国已是全球第二大经济体，也是世界上最大的特许经营市场。短短 30 年，我们走完了西方耗时 150 余年的历程，经历的是一番跳跃式的发展。然而，正如同一个在青春期快速成长的孩子，长得太快自然体格就不会很健壮。在蓬勃发展的中国特许经营市场中，欺诈、运作不规范和急功近利等现象层出不穷。作为一名在中国从事多年特许经营专业教育的教师来说，这样的现象引起了我深深的思考。

特许经营的英文是“Franchise”，最早是西方中古时期用于指代政治特权授权现象的词汇。大约在 19 世纪中叶，“Franchise”一词的含义发生了巨大转变，被用于指代企业商业权利授权所引发的商业模式。但无论该词的含义如何演变，授权一直是特许经营的核心，没有授权也就没有特许经营。与一般意义上的授权有所区别，现代商业领域中的授权是建立在企业知识产品基础上的，通过授权契约，企业在不动摇知识产品所有权的前提下，将知识产品的使用权、部分处置权和收益权授予受许人行使，不但使知识产品得以摆脱其他生产要素而单独创造价值，而且促进知识产品在全社会的广泛流通和利用，从而推动整个社会的共同进步。

特许经营的模式支柱包括授权契约和商业运营，两者联系紧密且都以契约为核心。在特许经营中，特许人和受许人之间并非合作关系而是协作关系。合作以过程为导向，参与各方并不会刻意计较各自的得与失，道德是维持合作关系的检验准绳，自治是合作关系的典型特征；与之相比较，协作以结果为导向，参与其中的各方以各自的利益为出发点，在



一定的限定条件下以博弈的方式达成共同目标。可见,协作需要依靠强制外力来限制各方的私利和博弈行为,他治成为协作关系的必需条件。特许经营中的这种强制外力主要来自于契约。通过契约,特许人确立起协作关系中的己方权利和对方义务,保证其知识产品得以成功复制和规范操作。也就是说,契约制定了特许人和受许人之间的“游戏规则”,而双方开展的一切商业运营协作,无外乎都是在这种“游戏规则”下的具体操作。从这个意义上说,我们应该感谢当年将“Franchise”翻译为“特许经营”一词的那个中国人,他不但准确地理解和表达了“Franchise”蕴含的深刻含义,而且以“特许”和“经营”这样的先后排列顺序为中国特许经营实践指出了路径。

然而,我们也应该看到,与上述认识不同的是,很多中国企业和社会公众在理解这两个模式支柱时,经常认为它们是一种并列关系而非从属关系。是并列,就会有选择,或者契约在前,或者经营在前。这种先后顺序上的刻意或非刻意选择,既是中国本土特许经营实践经常出现种种偏差现象的思想根源之一,也折射出中国特许经营教育的匮乏。古人云:虽云色白,匪染弗丽;虽云味甘,匪和弗美。意思是说,丝虽然白,但不加漂染就不会靓丽;美味虽然甘甜,但不加调和就不会可口。不懂得特许经营的模式内涵,再绚烂的成功也只是昙花一现;违反特许经营规律的操作,就会把特许经营在中国的实践引入歧途。普及特许经营知识是本科教育义不容辞的责任,在当今国家经济转型和产业升级的大背景下,这个任务更显得尤为迫切。

2013年,我和诸位致力于中国特许经营本科教育的同仁们一起创建的北京师范大学珠海分校特许经营学院已经走过了十年历程。创建这所学院的目的,一是集合一批科研力量推动特许经营中国本土化的理论探索和研究;二是培养具备高素质、能适应中国特许经营企业多方面需求的高等专业人才。十年树木,百年树人!特许经营学院如同一枚播撒在中国热土上的种子,逐渐发芽和成长起来。我很欣慰地看到,历经十年的探索,我们已经摸索和提炼出一整套中国特许经营本科教育的基本模式,支撑专业的课程体系也已经建立并逐渐成熟。特许经营是一门交叉性很强的综合专业,它的主干学科来源于经济学、管理学和法学,课程设置向工商管理、市场营销、法律乃至于心理学和美学等应用领域延伸,这是适应本科教育重视基础广博面的体现;在课程体系设置上,以特许经营专业课程为核心,以专项应用能力为导向,覆盖特许经营的核心知识和专业实践能力培养,这是适应应用型本科专业人才教育导向的体现。

本次出版的“21世纪特许经营管理系列教材”一共有9本,绝大部分都是在前期原有讲义的基础上,经过反复研究和教学实践提炼而改版或重新撰写的成果。该系列教材具有以下两个特点:第一,突出对学生的特许经营专业理念和专业实践技能的培养。教材是教学的依据,也是特许经营学院育人观念的体现。本系列教材涵盖了特许经营本科教育的核心课程,根据特许经营的内在运作规律进行内容取舍与编写,凸显的就是特许经营专业知识和实践能力点。第二,大量吸收国内外与特许经营相关的理论研究和实践成果。理论是规律的总结,是指导实践的依据。特许经营学院通过与国际特许经营学会的紧密合作,积累了大量的国外特许经营研究成果,又通过与企业间的互动,获取了丰富的企业实践资料。这些成果和资料都被借鉴和吸收到本系列教材的编撰内容中,用以开拓学生的视野,紧密联系实践。

写一本书要感谢很多人,而建设一项特许经营教育事业则需要感谢整个团队和更多的



人。感谢北京师范大学珠海分校的领导和当年初创学院的团队成员，是你们秉持坚定的信念、勇于开拓的精神和十年来的鼓励与支持，才使中国特许经营教育事业萌芽并发展壮大！感谢全社会所有支持特许经营学院发展的学者、专家和企业界的朋友们，你们的诉求和建议就是我们努力的方向与动力，是你们不断的实践为特许经营本土化开辟了道路，为中国特许经营的教育提供了源源不断的启迪和素材！感谢中国人民大学出版社的编辑们，你们的认同与指导是对我们工作的高度肯定与鼓励！感谢特许经营学院的全体教师们，是你们的辛勤努力才使得本系列教材得以问世，更使得特许经营学院有了今天的发展！感谢特许经营学院的全体同学，你们是中国特许经营的未来，是你们求知的渴望激励着学院全体教师努力奉献、开拓进取！

最后，在特许经营学院迎来建院十周年华诞和本系列教材出版在即之时，我想借用一句古语来表达我的心情，并与所有关注和支持中国特许经营教育事业的朋友们共勉：“敬教劝学，建国之大本；兴贤育才，为政之先务。”这是我们所有特许经营教育与研究人员的使命，也是我们孜孜以求的人生目标！

北京师范大学珠海分校教授
北京师范大学珠海分校特许经营学院院长



作为一种商业模式,“特许经营”对于中国商业组织来说已经不再陌生,然而它作为高校一个专业的历史却非常短暂。2003年,北京师范大学珠海分校特许经营学院在国内首次开办了特许经营的高等本科系统教育,其中的第一门核心课程就是“特许经营概论”。

经过多年的积累与建设,“特许经营概论”的教学内容已经明晰。在特许经营管理的本科系统教育中,这门课程主要承担两方面的任务。第一,“特许经营概论”是特许经营管理课程体系的入门课程,它主要通过对特许经营模式的产生、特征、结构、性质以及契约性文件等内容的系统性讲解,帮助首次接触特许经营的学生建立起一个比较完整的基础性认识框架,为将来进入后续专业课程的学习打下坚实的基础。第二,“特许经营概论”又是特许经营管理课程体系各专业课的前导课程,对后续各门专业课程的核心内容有提纲挈领的提示作用,从而为学生明确专业基本知识框架和学习方向提供切实的指引。

“特许经营概论”是在大学一年级中开设的,为适应大一学生的知识储备和学习特点,帮助首次接触特许经营的学生在知识理解和实践能力培养上达到专业要求,本书在编写过程中对课程结构和知识点进行了系统的层次梳理和模块化整编。全书共十一章,分为理论教学和实践教学这两个相互配合使用的模块,理论教学中细分为基础知识篇和提高知识篇。基础知识篇中又分为特许经营商业运作和特许经营契约化运作这两个更细的理论教学板块。这样整编的目的,一是根据特许经营模式的内在运作规律,将特许经营这个复杂商业现象所容纳的知识点尽量条理化、清晰化,便于学习者理清学习思路;二是促使学习者通过将理论知识学习与社会实践相结合,逐步形成商科学生必须具备的分析问题的能力和综合利用资料的能力,并借以初步培养学生的商业思维和商业意识。

在本书的编写过程中,参考了大量相关文献并引用了其中的一些材料和内容,受教材编写的需要,在引用过程中对这些资料进行了必要的结构调整和篇幅调整,在此谨向各位著作者和出版者表示衷心的感谢!同时,本书的编写也得到了特许经营学院王学思教授、石元蒙副教授和各位同事的大力支持与指导,在此也向大家致以衷心的感谢。由于编者水平有限,本书难免存在疏漏之处,恳请各位专家和读者予以指正,以便再版时仔细修正。

基础知识篇 I：特许经营商业运作

第 1 章 特许经营的含义及发展历程	3
1.1 特许经营的含义	4
1.2 特许经营的发展历程	7
1.3 中国特许经营发展概况	14
第 2 章 特许经营中的基本概念	18
2.1 特许经营当事人与特许经营关系	18
2.2 特许经营授权	29
2.3 特许经营费用	35
2.4 特许经营体系及其构成	38
第 3 章 特许经营的基本类型、体系结构与一般原则	49
3.1 特许经营的基本类型	50
3.2 特许经营体系结构	52
3.3 特许经营的一般原则	60

基础知识篇 II：特许经营契约化运作

第 4 章 特许经营法制监管	69
4.1 美国特许经营法制监管	70
4.2 中国特许经营法制监管发展历程	77
4.3 《商业特许经营管理条例》释义	82



第5章 特许经营合同	107
5.1 特许经营合同概述	108
5.2 特许经营合同的内容和基本结构	112
5.3 特许经营合同样本	116
第6章 特许经营操作手册	130
6.1 特许经营操作手册概述	130
6.2 特许经营操作手册的基本内容与结构	133

提高知识篇：特许经营深化

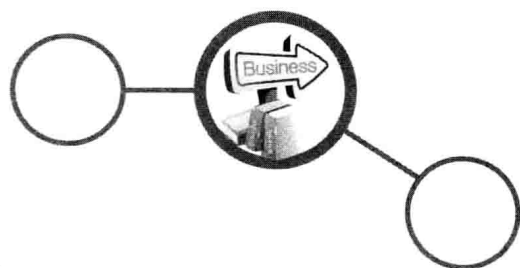
第7章 特许经营的性质	145
7.1 产权视角下的特许经营性质	145
7.2 虚拟经营视角下的特许经营性质	150
7.3 中间组织视角下的特许经营性质	154
第8章 特许经营与相关经营模式的比较	162
8.1 特许经营与连锁经营的关系及比较	162
8.2 特许经营与商务代理的比较	167
8.3 特许经营与直销和传销的比较	170
8.4 商业特许经营与政府特许经营的比较	178
第9章 特许经营的制度性优势与缺陷	182
9.1 特许经营的制度性优势	182
9.2 特许经营的制度性缺陷	191
第10章 特许经营的社会经济效益	198
10.1 特许经营为当事人创造的效益	198
10.2 特许经营为社会创造的效益	202

实践教学篇：特许经营案例

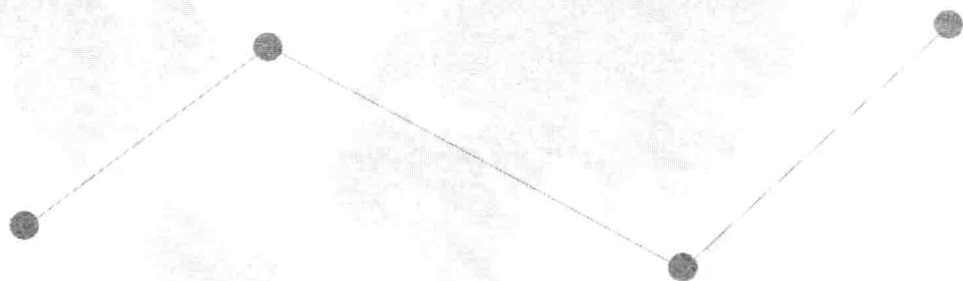
第11章 特许经营案例选编	211
11.1 克罗克——麦当劳王国的缔造者	211
11.2 象王洗衣的特许经营之路	215
11.3 红高粱快餐的失败与再建	224
11.4 特许经营欺诈案例	232
11.5 可口可乐——特许经营成就品牌价值	239

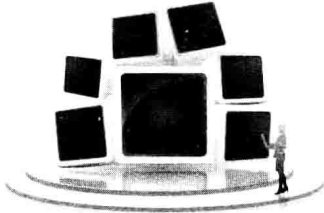


11.6 美国退伍军人特许经营创业项目	243
附录 特许经营法规及相关文件	249
附录 1:《商业特许经营管理条例》	249
附录 2:《商业特许经营备案管理办法》	252
附录 3:《商业特许经营信息披露管理办法》	255
附录 4: 国务院法制办、商务部负责人就《商业特许经营管理条例》 有关问题答中国政府网记者问	257
附录 5: 商务部新闻发言人就《商业特许经营备案管理办法》和《商业特许经营 信息披露管理办法》有关问题答中国政府网记者问	260
附录 6: 特许经营重要备案文件	262
附录 7:《中国连锁经营协会特许经营道德规范》	264
参考文献	266



基础知识篇 I： 特许经营商业运作





第1章

特许经营的含义及发展历程



本章导学

1. 本章教学内容及教学目的

本章首先从词源释义的角度出发，引出特许经营的概念。在此基础上，通过对特许经营发展历程的阐述，帮助学习者了解特许经营模式的形成原因，以便为进一步学习特许经营的基本构成和运作规律做铺垫。此外，本章还阐述了我国特许经营的发展历程及发展现状的特点，以开阔学习者的视野。

对本章进行学习后，学习者应对什么是特许经营有基础性的把握，并能从特许经营的发展历程中感知现代特许经营模式形成的基本原因。

2. 本章知识要点

(1) 重点掌握。

1) 特许经营的定义及特许经营的模式支柱。

2) 特许经营各发展阶段的特点。

(2) 掌握。

1) “Franchise”一词的含义在发展与演变过程中的变革。

2) 国外有关特许经营的定义。

3. 本章疑难点

(1) “Franchise”一词所指代现象的核心是某种权利的授权许可以及由其引发的一系列当事双方的各种关系。

(2) 特许经营模式的核心问题是授权问题，由此产生了特许人和受许人在授权契约和商业运营问题上的各种相互关系。

(3) “系统复制+统一管理”理念对特许经营模式演变产生的革命性影响。



1.1 特许经营的含义

1.1.1 “Franchise”的词源释义

“Franchise”一词是“特许经营”的英文名称，其含义随着时代的变迁经历了许多改变，了解“Franchise”的词源释义及变化历程，对于把握“特许经营”的现代含义和基本特征具有非常重要的意义。

从词源考证来看，“Franchise”的词源含义大致有以下几种通行的说法：

- (1) 源于中古英语“Franchise”，意思是政府正式赋予个人或一个集团的权利或特权。
- (2) 源于古法语词根“Francis”，意思是免于奴隶、苦役的身份。
- (3) 源于中古法语“Franche”，意思是无偿的、被免除的，即封建时期帝王君侯或政府赋予个人的特权。

从以上“Franchise”的词源考证可以看出，“Franchise”在西欧中古时期是政治领域中的词汇，它专门用来指代一种政治特权许可现象。这种特权许可现象的产生源自于西欧封建时代的政治、经济和社会制度背景。

西欧封建时代早期，土地是经济活动领域中的主要财富，拥有土地的封建帝王将一部分领土及附属的人民、自然资源、财产分封给大封建主和贵族，使其成为诸侯。获得分封的诸侯享有在其领地内行使行政管理权、征税权以及其他获准使用的权力。同时，诸侯必须宣誓在政治上向帝王效忠，并给予帝王经济利益上的回报。因此，在西欧封建社会中就形成了严格的领主—附庸等级关系，西欧封建社会政治结构上的典型特征也由此得以确立。

西欧封建社会发展到中后期时，随着城市和商业的兴起，商业贸易和殖民地贸易为当权者带来了大量的收益，于是商业贸易权利和殖民地贸易权利成为当权者向诸侯、集团或个人授权的重要内容。同样，作为回报，获取授权的一方要向授权方提供相应的价值回馈。这一时期的“Franchise”虽然在授权内容上增加了大量的商业贸易权利，但本质上仍未脱离政治领域。

与西欧封建时代相类似，在中国封建社会中也存在类似的政治特权许可现象。明朝官营解盐生产，征发盐户到盐池服役，盐户被称为盐丁。盐丁另立户籍，世代相传，实际上成为了封建国家的工奴，终生为国家服役。盐丁的生活极为痛苦，经常有抗工逃亡的现象发生。清朝建立后，清政府于1648年废除了盐丁制度，改解盐生产为民营，交由商人自行浇晒解盐。1649年，清政府又将盐池分为513号，规定一户商人经营一号，并逐一登记。经营解盐生产的坐商需要自筹资金雇用盐工捞盐，每产一百引的盐（二百四十斛为一引）需纳税七十引，一引折合白银三钱二分，另外三十引不纳税，抵做商人的工本费。坐商雇用工人的工资，是以工人的技术水平的高低来决定的，并按年支付。这种雇佣关系表明，坐商与盐工之间实际上已经具有了资本主义社会生产关系的基本特征，是一种历史的进步。当时，盐池有20 000多名工人，生产规模巨大，超过了欧洲早期资本主义工厂手工业的水平。从明朝官办，盐丁逃亡，到清朝的坐商经营，人们踊跃赴工，这是一次深刻的历史性转变，表明坐商经营这种生产方式符合历史发展潮流，对于促进生产力具有积极意义。



从“Franchise”的词源释义和中国封建社会解盐生产的实例可以看出,早期“Franchise”所指代的现象具有以下两个鲜明的特点:

(1)“Franchise”一词最早的发端是与特权阶级或政府行为有关的,属于政治领域中的专业术语。到后期,这种纯粹的政治行为开始与商业活动发生联系,政府将自身的部分专属权利授予私人或相应的集团从事商业活动使用,但主导者仍然是封建政府或帝王君侯,因此其本质上是一种早期的原始政府行政许可行为。

(2)除特定的权利授权外,“Franchise”指代的现象中还包含了权利交易双方形成的多重关系。这种多重关系既包括政治身份上的隶属关系,也包括权利监管中的管理关系,还包括经济利益上的交换关系。以这三个核心关系为基础,权利交易双方甚至还可以发展出其他的关系,如人际关系等。

19世纪中叶,美国商人伊萨克·胜家(Isaac Singer)在商业领域中创造了一种新的商业模式,由此使“Franchise”这种授权许可的概念被现代商业活动所借用,用来指代商业经营者将自己的部分专属权利授予其他商业经营者使用并从中获利的现象,这就是商业特许经营,也是“Franchise”一词在现代商业经济领域中最为普遍的意义^①。尽管如此,授权和由授权引发的权利交易双方的关系仍然作为“Franchise”必备的要素延续了下来,成为今天我们观察和理解特许经营必不可少的两个基本要素。

1.1.2 特许经营的定义

特许经营作为一种源自西方经济社会的商业模式,在我国的应用时间有限。了解西方市场经济发达国家对“特许经营”的概念界定,对于正确地理解和应用这种商业模式具有重要的借鉴意义。

1. 国际特许经营协会的定义

特许经营是一种双边协议或许可和被许可关系。某一个人或集体(受许人)有权使用另一企业(特许人)的商标和运营模式,从事特定商品或服务的经营活动;为了获得这种权利,受许人有义务向特许人支付加盟金和特许权使用费。

【定义简析】

国际特许经营协会(International Franchise Association, IFA)的定义描述中首先指出特许经营具有契约特征,它是围绕权利交易的双方在权利交易及由之所引发的相互关系上达成的一揽子双边协议。其次,特许经营归根结底是一种商业经营活动,这种活动的主体是特许人和受许人,活动的客体(授权或许可的内容)是商标和运营模式的使用权。最后,被授权方必须支付加盟金和特许权使用费,作为获得授权的代价;同时其商业行为必须受到授权方的高度限制,只能在授权方许可的范围内开展经营,即定义中“从事特定商品或服务的经营活动”的含义。

国际特许经营协会对特许经营这种商业模式的理解首先是从其契约性切入,而不是从商业运营的细节特征上切入的,这是受到了西方社会自古传承下来的法制观念的影响,也

^① 当前社会经济活动中还存在“政府特许经营”(Concession)的概念,本书将在第七章对其进行专门解释。如未经特别说明,本书各章所指的特许经营就是商业特许经营(Franchise)。



是现代市场经济条件下商业活动必须遵从的契约精神在人们对事物认知上的反映。深刻理解这一点，对于正确理解特许经营的本质以及思考如何在中国开展特许经营活动，具有重要的意义。

2. 欧洲特许经营联合会的定义

特许经营是一种经营产品和（或）服务和（或）技术的体系，基于在法律和财务上分离且独立的当事人——特许人和他的单个受许人之间紧密和持续的协作，依靠特许人授予其单个受许人权利，并附加义务，以便根据特许人的概念进行经营。此项权利经由直接或间接财务上的交换——给予单个受许人商号和（或）商标和（或）服务标记，经营诀窍，商业和技术方法，持续体系，以及其他工业和（或）知识产权，在双方一致同意而制定的书面特许经营合同的框架和条款之内。

【定义简析】

欧洲特许经营联合会（European Franchise Federation, EFF）的定义方式与国际特许经营协会的定义方式基本一致，但更加强调特许经营模式的细节性特征。首先，该定义强调了特许经营活动的两个主体是法律和财务上分离且独立的，从而刻画出特许经营双方独立民事主体的地位。其次，该定义指出了特许人和受许人双方协作的基本方式和权利义务分配。最后，该定义详细地指出了特许经营中权利授权许可的内容，并强调契约是书面特许经营合同。

对 EFF 的定义理解中尤其需要注意的是：定义将特许经营视为一种建立在特许权交易双方之间的紧密和持续协作的“体系”，从而突破了特许经营只是产品或服务营销手段的狭隘观念，深刻揭示出特许经营作为一种商业模式具有其完整的模式系统和运营理念的特征。此外，定义高度强调特许经营活动中特许人面对的是“单个受许人”并与之开展契约和经营上的紧密协作关系，这对于深入理解特许经营关系的构建与维护具有重要的启发意义。

3. 日本特许经营协会的定义

特许经营是指事业者（特许人）与其他事业者（受许人）之间缔结合同，将其所拥有的商标、服务标志、贸易名称，以及其他足以象征营业的标识和经营的诀窍授予对方，使其在同一企业形象下销售商品或从事其他事业。而受许人在获得上述权利的同时，相应地需为此支付一定的报酬给特许人并投入必要的资金，在特许人的指导和援助下运营事业，特许经营合同对这种当事人之间的持续关系予以认定。

【定义简析】

日本特许经营协会（Japan Franchise Association, JFA）的定义指出，特许经营是一种建立在授权契约基础上的商业运营活动，同时对于授权许可内容的构成以及特许人和受许人双方的权利义务分配都作出了较为详细的描述。

JFA 的定义高度强调特许经营是一种长期的持续关系，这种长期的持续关系不仅通过特许经营合同得到认定和保证，也需要通过特许人的指导、援助以及受许人自身的投入来确保稳定。这一点对于当前规范中国特许经营活动具有积极的启示意义。此外，JFA 的定义还强调受许人必须在特许人的“同一企业形象”下开展特许经营活动，形象地刻画出特许经营模式所应达到的基本模式特征。