

FRANCHISE

FRANCHISE
FRANCHISE

21世纪特许经营管理系列教材

特许经营 法律理论与实务

肖小文 肖永添 胡 勇 编著

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 法律理论与实务

肖小文 肖永添 胡 勇 编著

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

特许经营法律理论与实务/肖小文, 肖永添, 胡勇编著. —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 978-7-300-18672-6

I. ①特… II. ①肖…②肖…③胡… III. ①特许经营-经济法-研究-中国 IV. ①D922. 294. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 019406 号

21 世纪特许经营管理系列教材

特许经营法律理论与实务

肖小文 肖永添 胡 勇 编著

Texu Jingying Falü Lilun yu Shiwu

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京密兴印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 17

字 数 392 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2014 年 3 月第 1 版

印 次 2014 年 3 月第 1 次印刷

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

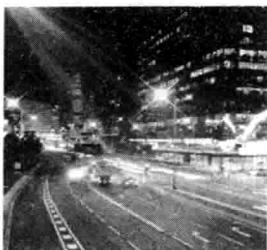
“21 世纪特许经营管理系列教材” 编委会

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		



序 言

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。但是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，不但激发特许人创造知识的热情，也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范畴。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。短短三十年，我们走完了西方耗时一百五十余年的历程，经历的是一番跳跃式的成长。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上，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。大约在十九世纪中叶，franchise 一词的含义在性质上发生了巨大的转变，被用于指代企业商业权利授权所引发的商业模式。但无论词汇含义如何演变，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商业契约和商业运营，两者联系紧密但却以契约为核心。在特许经营中，特许人和受许人之间并非是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利益为出发点，在一定的限定条件下以博弈的方式最终达成共同目标。可见，协作需要依靠强制外力来限制各方私利和博弈行为，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。也就说，契约制定了特许人和受许人间的“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，还以“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。若是并列，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，但是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师大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教材的基础上，经过反复研究和教学实践提炼而改版或重新撰写的成果。本系列教材具有以下两个特点：第一，突出对学生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，根据特许经营内在运作规律进行内容取舍与编写，凸显特许经营专业知识点和实践能力点。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，用以开拓学生视野，紧密联系实践。

写一本书要感谢很多人，而建设一个特许经营本科教育事业则需要感谢整个团队和更

多的人。感谢北师大珠海分校的领导和当年初创学院的团队们，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，才使中国特许经营本科教育事业萌芽并发展壮大！感谢全社会所有支持学院发展的学者、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，为中国特许经营的本科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学生们，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，在特许经营学院即将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本科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



FOREWORD

Franchising is an increasingly popular form of economic organisation providing an alternative means of expanding an existing business or an alternative means of entering an industry. It is a method of business operation which has revolutionized the distribution of goods and services in most industry sectors and has transformed the business landscape of most countries since its development in the United States in the 1950s. Franchising's history in China is much more recent but its development has been spectacular. The term "franchise" did not enter the Chinese language until the 1980s and franchising was not practised extensively until the late 1990s but China already has more franchise systems per capita than any other country. This development has taken place in the context of an increasingly significant, but rapidly changing, legal and regulatory regime for franchising which is the subject of Mike Xiao's impressive and important book.

The Organisation for Economic Co-operation and Development has noted that "Entrepreneurship and business activities are shaped not only by markets but also by regulatory and administrative environments established by governments". This is particularly true of the development of China's franchise sector. Until the 1997 *Measures for the Administration of Commercial Franchises (Trial Implementation)* recognized franchising as distinct method of business operation franchising was not practicably possible. The 1997 *Measures* recognizing franchising as a legitimate and viable method of business operation were a necessary prerequisite for franchised business operation and the catalyst for the rapid development of franchising in China. With the current 2007 *Regulation on the Administration of Commercial Franchises*, China now has a modern and comprehensive franchise law which, in terms of article 1, "regulates commercial franchising activities and promotes the healthy and orderly development of commercial franchising". This specific franchise law is supplemented by a range of underlying commercial laws of general application—especially contract law, intellectual property law and competition law—which impact on the franchisor/franchisee relationship. In an increasingly sophisticated business and legal environment

these laws are increasingly important.

Mike Xiao's pioneering book outlining, analysing and assessing the laws impacting on franchising is an important contribution to the development of franchising in China. The Chinese government is committed to franchising as a strategy for business growth and development but, in its latest 2011 – 2015 Five Year Plan, acknowledges that China's commercial franchise sector has many unresolved problems. The Five Year Plan emphasizes the role of the law in addressing the challenges facing the rapidly growing franchise sector. A better understanding of the nature and role and operation of the 2007 Franchise Regulation as well as of the key underlying commercial laws will be increasingly necessary. Mike Xiao has successfully undertaken a very challenging task, and performed a valuable service to the Chinese franchise sector, in preparing this book which should be required reading for everyone involved in franchising in any capacity.

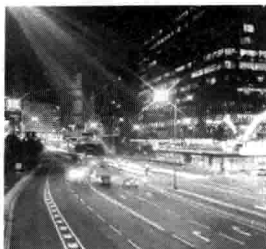
Andrew Terry



Professor of Business Regulation in the University of Sydney Business School, Sydney, Australia

Honorary Dean of the Franchise Management School of Beijing Normal University, Zhuhai.

Australia 9 August 2013



前 言

特许经营是一种日益流行的经济组织形式，已成为扩展现有的商业模式或进入一个行业的一种替代手段。作为一种商业运作模式，特许经营从 20 世纪 50 年代开始在美国发展以来，已经使大多数行业的产品和服务的分销发生了根本性的变革，并改变了大多数国家的商业景观。特许经营在中国的发展历史虽然是短暂的，但其发展速度却是惊人的。“特许”这个词直到 20 世纪 80 年代才进入中国的语言中，特许经营在 20 世纪 90 年代末才开始在中国开展广泛的实践，但是，按人均来计算，中国相比其他任何国家，已经拥有了更多的特许经营体系。这种发展变化是在一种日益重要，但却迅速发展，对特许经营的法律和监管机制日益完善的背景下出现的。这些方面成为肖小文撰写的这本重要的、令人印象深刻的书的主题。

经济合作与发展组织（经合组织）指出：“创业精神和商业活动不仅是由市场来形成，而且是由政府所建立的监督和管理环境所形成。”中国特许经营发展的情形尤其是如此。直到 1997 年，《商业特许经营管理办法（试行）》的出台，明确认可特许经营是一种商业运作的模式，特许经营才获得实际的发展。1997 年《商业特许经营管理办法（试行）》认可特许经营属于商业运作合法的、可行的方法，这成为特许经营商业运作模式发展的必要前提，也是中国特许经营快速发展的催化剂。随着 2007 年《商业特许经营管理条例》的实施，中国现在已经拥有了现代的、全面的特许经营法律，就像该条例的第一条中指出的那样，“为规范商业特许经营活动，促进商业特许经营健康、有序发展”。这部具体的特许经营法，辅以一系列的商业基本法律——特别是合同法、知识产权法和竞争法——影响着特许人和被特许人之间的关系。在日益复杂的商业和法律环境中，这些法律变得越来越重要。

肖小文所撰写的这本书是一本具有开创性的书，全面概括、分析和评估了影响特许经营发展的法律，对中国特许经营的发展具有重要的贡献。中国政府承诺将特许经营作为商业增长和发展的一种战略，但在最近的 2011—2015 年的“五年规划”中，中国政府承认中国的商业特许经营发展还存在着很多有待解决的问题。面对特许经营快速发展的现实，

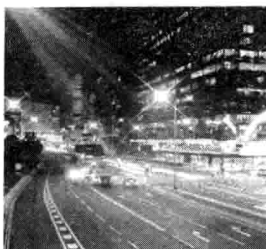
“五年规划”强调了在应对挑战时法律所发挥的重要作用。更好地理解 2007 年《商业特许经营管理条例》的特征、作用和运行，以及一些关键的基本商业法律，将越来越具有必要性。肖小文在撰写这本书的过程中，成功地承担起了这份非常具有挑战性的工作，并为中国特许经营的发展做出了具有价值的贡献。这本书应当是每一个尽其所能从事特许经营的人必读的书籍。

谭卓 (Andrew Terry)

澳大利亚悉尼大学商学院教授

北京师范大学珠海分校特许经营学院名誉院长

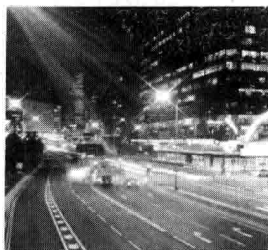
2013 年 8 月 9 日



目 录

第一章 特许经营法律基础理论	1
第一节 特许经营的概念与特征	2
第二节 特许经营的优势与风险	16
第三节 特许经营权	20
第四节 特许经营费用	23
第五节 特许经营法律制度	25
第二章 特许经营法律关系	35
第一节 特许经营法律关系体系	35
第二节 特许人与被特许人法律关系的演进	42
第三章 特许经营的市场准入制度	52
第一节 特许经营市场主体的理论基础	53
第二节 特许经营主体的资格条件	55
第四章 特许经营中的信息披露与备案制度	70
第一节 特许经营中的信息披露制度	71
第二节 特许经营中的备案制度	90
第五章 特许经营与知识产权	101
第一节 特许经营中的知识产权	102
第二节 特许经营中的商标权	104
第三节 特许经营中的商号权	116
第四节 特许经营中的专利权	121
第五节 特许经营中的著作权	125
第六节 特许经营中的商业秘密	128
第六章 特许经营合同制度	133
第一节 特许经营合同概述	133
第二节 特许经营合同的订立	140
第三节 特许经营合同的履行	188

第四节 特许经营合同的变更与转让	195
第五节 特许经营合同的解除	197
第六节 特许人对被特许人的培训、监督与控制	200
第七节 特许经营的违约责任	204
第八节 特许经营的争议解决方式	205
第七章 特许经营法律风险防范制度	210
第一节 特许经营中产生的风险	211
第二节 特许经营风险的原因分析	216
第三节 特许经营风险的法律控制	217
第四节 特许经营合同中的法律风险及防范	223
第八章 特许经营中的限制竞争法律规则	230
第一节 特许经营中的限制竞争行为	230
第二节 特许经营中限制竞争行为的合法性分析	234
第九章 特许经营法律责任制度	242
第一节 特许经营的内部法律责任	243
第二节 特许经营的外部法律责任	245
参考文献	253



第一章

特许经营法律基础理论



学习目标

- 掌握特许经营的概念、法律特征和特许经营的类型
- 了解特许经营与相关概念的区别与联系
- 了解特许经营对特许双方各自的优势和风险
- 掌握特许经营权的概念、法律性质和特征
- 掌握特许经营费用的分类
- 了解特许经营营销模式和目前我国特许经营法律的规定



知识点

- 特许经营的概念、类型
- 特许经营的优势、风险
- 特许经营的法律特征
- 特许经营的相关概念，包括特许经营与连锁经营、特许经营与直营、特许经营与传销、特许经营与分销、特许经营与代理、特许经营与合伙、特许经营与雇佣
- 特许经营权的定义与分类
- 加盟费、特许权使用费、保证金、广告费、培训费等



学习重难点

- 特许经营的概念、法律特征
- 特许经营权的定义、性质和特征
- 特许经营费用

第一节 特许经营的概念与特征

一、特许经营的概念

“特许经营”一词译自英文“franchising”，用来表示以一种特殊形式经营的商业。事实上，英文的“franchise”源自于法文“franc”，其本意是“不受奴役”，发展到“franchise”就隐含了“特许”、“自由”等含义。根据《牛津法律词典》的解释，“franchise”是指“由王室授予的权利；如果特许权是通过特许状、规定等说明被特许人为此特许权已向王国交付了一定的费用的证据来授予的，那么该特许权能够成立；其成立的基本原则是，除非经法律变成了王室特权，否则该特许权就不存在”。根据《布莱克法律词典》的解释，在汉语中，对于“franchising”一词有两种不同的翻译和理解，第一种翻译为“特许连锁”或“加盟连锁”，认为特许经营是连锁店的一种组织形式，并与公司连锁、自由连锁并列为连锁的三大类型；第二种翻译为“特许经营”，使之独立于连锁店、自由连锁、合作社等而成为一种单独的经营组织形式。根据西方营销学的界定及其在世界各国的经营实践，特许经营与其他的连锁方式有很大的区别，为了更好地区分相关概念的异同，本书将采用“特许经营”的译法。

特许经营作为一种新型商业模式，自一百多年前发端于美国以来，已为欧美和亚洲等大部分国家与地区广为接受。在许多国家的经济中，特许经营被称为“21 世纪主导商业模式”，扮演着极为重要的角色。关于特许经营的定义，各国立法和法律理论分别从商业自治及法律调整的两个层面对特许经营进行规制，它们对特许经营所下的定义因其侧重点不同而异，到目前为止，不同的国家、国际组织之间尚没有一个统一、明确的定义。

（一）1979 年美国联邦贸易委员会的定义

1979 年美国联邦贸易委员会规定，凡属于下列两种连续性关系之一的，肯定为特许经营。

第一种连续性关系具有下列三个特征：

（1）特许经营的被特许人出售的货物或服务项目要求达到特许经营特许人规定的质量标准（指被特许人按照特许人的商标、服务标记、商号名称、广告或其他商业表征经营商业）或被特许人出售标明特许人标记的产品或服务项目；

（2）特许人对被特许人企业的经营方法行使有效的控制（significant control）或给予有效的协助（significant assistance）；

（3）在业务开始后的 6 个月内，被特许人要向特许人或其成员支付 500 美元或 500 美元以上的费用。

第二种连续性关系具有以下三个特征：

（1）被特许人出售由特许人或与特许人有关的商人供应的货物或服务项目；

（2）特许人为被特许人找到开立账户的银行或为被特许人找到自动售货机、货物陈列架的地点或位置，或向被特许人介绍能够办妥上述两件事的人员；

（3）在业务开始后的 6 个月内，被特许人要向特许人或其成员支付 500 美元或 500 美

元以上的费用。

上述两种定义描述中,第一种描述中包含了商业模式特许经营的概念,而第二种描述则对特许经营的概念进行了较大的拓展,因为根据第二种描述,商业特许经营模式显然只是特许经营中的一种。但这两种描述明确地指出被特许人必须在规定的时间内向特许人交纳一定数额的费用却是很有价值的,因为这反映的不仅是被特许人的义务,也同时表明,获得特许人所授予的特许权是需要一定代价的。因此,特许权是一个可以为特许人获得价值的源泉。另外,这个定义也分别简明地描述了特许经营双方的权利和义务,这说明,特许经营是一个相互给予、合作的关系。其中,特许人的“帮助”是特许经营得以顺利进展的一个重要条件。同时,这一定义中关于特许经营是一种“连续性关系”的观点也值得关注。

(二) 美国第一个制定特许经营法的州——加利福尼亚州关于特许经营的定义

美国各个州关于特许经营的定义虽然略有不同,但大体上还是非常相似的。最具代表性的是美国第一个制定特许经营法的州——加利福尼亚州关于特许经营的定义。在《加利福尼亚商业与职业法》中,特许经营被赋予如下定义:特许经营意味着一份合同或契约,无论口头或书面,它都在两个或两个以上个人之间采用如下方式明示或暗示:

(1) 被特许人被授权从事所提供的生意,以某种实实在在的规定好的营销计划体系来出售或分销产品或服务;

(2) 被特许人按照这个计划或体系的生意运营切实地关系到特许人的商标、服务标记、商业名称、标志、广告或其他表明特许人或其分支机构特色的象征物;

(3) 被特许人需要直接或间接地支付特许经营费用。

上述定义中对于契约以及被特许人必须支付费用再一次进行强调,被特许人按照特许人的某种规定来经营也被反复地提及,这些都对我们研究特许经营的本质具有很大的启发作用。

(三) 欧洲特许经营联合会(European Franchise Federation, EFF)的定义

欧盟成员国特许经营企业的总商会——欧洲特许经营联合会,在其章程中对特许经营作了如下定义:特许经营是一种建立在有独立的法律、经济地位的企业之间紧密的和不断发展的合作关系基础之上的营销产品、服务、技术的营销网络。在这个营销网络中,特许权人和其各自的专营人有权利也有义务根据特许权的概念经营业务。特许权允许被特许人使用特许权人的商号、商标、服务标记、技术秘密、经营和技术手段、工作程序制度、其他工业和知识产权之一或全部,并在双方为达到上述目的而签订的书面特许经营协议的框架内和有效期内,得到特许权人商业和技术上的不断帮助。此定义首先突破了特许经营仅仅为“营销”体系这一传统的看法,具有很好的启发和拓展的积极作用。其次,这个定义也对特许权的内容进行了详细的描述,可以说是诸多定义中描述特许权最为完善的一个。它强调特许经营契约是“书面特许经营协议”,这一点与有些特许经营的定义不同。

(四) 日本特许经营协会的定义

日本特许经营协会认为,特许经营是指一种存在于特许经营人和授权人之间的持续性的合同关系,基于此,授权人授予特许经营人从事商品销售或其他利用与授权人相同的模式进行经营的权利,经营人可以使用特许权人的商标、服务标志、商业名称或其他象征该经营模式的标识,以及经营管理中的商业秘密。授权人应负有善良管理人之注意义务,并

应向特许经营人所拥有的企业投入必要的资金（即必须进行实质性投资）以及对其日常营运提供导向和支持。这个定义集中体现了商业模式特许经营的特点。

（五）世界知识产权组织（WIPO）的定义

世界知识产权组织在 1994 年颁布的《特许经营指南》中将其定义为：特许经营是这样一种安排：开发出经营某种商业体系的一方（特许人）允许另一方（被特许人）按照特许人规定的条件使用其体系，同时取得一定的对价。这种关系是一种持续性关系，被特许人按照特许人确立的标准和商业实践开展经营，并接受特许人的监督和持续的援助和支持。

（六）国际特许经营协会（International Franchise Association, IFA）的定义

其定义为：特许经营是特许人与被特许人之间的契约关系。对被特许人经营中的特定领域、经营诀窍和培训，特许人有义务对被特许人提供或保持持续的兴趣；被特许人的经营是在由特许人所有和控制下的一个共同标记、经营模式和（或）过程之下进行的，并且被特许人从自己的资源中对其业务进行投资。在所有定义中，IFA 的这一定义在国际上被广为引用，影响较为深远。

上述各种定义，虽然表述各有不同，但关于特许经营的要素基本是一致的，即特许经营是一种以特许经营合同为连接的商业模式，合同一方为特许人，将自己所拥有的特定经营模式，连同知识产权（商标、专利、专有技术、商业秘密）的一种或数种，按照合同约定授予合同另一方即被特许人使用，被特许人按照合同约定在统一的业务模式下从事经营活动，并向特许人支付相应的费用。

（七）我国法律对特许经营的定义

我国于 2007 年 2 月 6 日颁布并于 2007 年 5 月 1 日开始实施的《商业特许经营管理条例》第 3 条规定：商业特许经营（以下简称特许经营），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。

从以上特许经营的定义可以看出，传统意义的特许经营是指特许人将自己拥有的商号、商标、商业秘密授权给他人使用，利用他人资金拓展企业的一种投资方式。随着特许经营的不断发展，目前它正形成一项独立的产业，特许经营亦不再简单地指一项投资活动，而具有了多方面的含义。在商业层面上，特许经营被定义为一种销售商品、服务或技术的商业模式；在法律层面上，特许经营被理解为以知识产权等经营性资源授权为核心的—种指导性、继续性与控制性的合同契约关系；在市场层面上，特许经营被阐述成一种高效吸收资金进行低成本扩张的投资理念；而在制度层面上，特许经营又代表了一套垂直整合的组织安排。因而，“特许经营”这个词在不同的场合有不同的含义，它可以被理解为一个过程，一个特许人授权并对被特许人进行标准化管理的过程，也可以被理解为一个权利组合，一个包括商标、服务标记、商号、专有技术、商业秘密、运作模式在内的权利组合。

二、特许经营的法律特征

通过以上对于特许经营各种不同定义的分析 and 总结，我们可以从中归纳出特许经营这