

电子商务与特许经营的联合发展分析电子商务师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_AD\\_90\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c40\\_645179.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_645179.htm)

电子商务正在成为21世纪主要的经营模式。电子商务中，电子是手段和工具，商务才是主题。特许经营是一种可以帮助企业快速实现集团化、国际化，帮助企业实现低成本快速扩张的双赢经营模式。

电子商务和特许经营的结合将会成为商务模式的绝配。

一、电子商务和特许经营的发展现状

1. 电子商务的发展现状及存在问题。电子商务被看作是一种现代化的商业和行政作业方式。我国电子商务的发展尚处于起步阶段，企业信息化水平还比较低，传统企业尚未成为电子商务的主力；我国信息基础设施、网络安全及物流配送体系尚不能完全适应电子商务发展的需要，这成为电子商务发展的一个主要瓶颈；商务活动的支付手段还比较落后，大部分电子商务是非支付型电子商务，即网上营销而网下支付，只有小部分实现了网上营销网上支付。企业采用信息技术等高新技术上缺少内在的驱动力。信息技术人才特别是既懂信息技术又懂业务技术的复合型人才更为缺少。为了推动电子的进一步发展和建设，使它向纵深化、个性化、专业化和国际化方向发展，除了需要推动法律法规的标准建设，创造出良好的外部环境，整合企业内部资源，研究和开发好企业内部信息化的整体规划以外，更重要的是要进一步完善物流配送体系。

2. 特许经营的发展现状及存在问题。(1) 特许经营企业品牌的知名度不高。从国外经验看，一些特许组织都是在创出品牌知名度，具有成熟的品牌形象后才开始涉足特许经营，如果没有知名度较高的

企业和产品作支撑，没有消费者对品牌的认同，特许权就毫无使用价值，也很难吸引到加盟者。而在我国，名牌企业和名牌产品少，知名度低，而且品牌缺乏文化含量和现代化的运作系统，从而阻碍了特许经营的开展。(2)认识上的不足。特许经营是特许者与加盟者通过协议组成的分工合作体系，只有双方相互协调、相互支持，才能实现“双赢”。因此，我国特许经营企业首先必须纠正认识上的偏差，特许经营不等于卖牌子，收取授权费不是为了剥削加盟者的血汗，而是要为加盟者提供技术指导和服务，帮助加盟者成功。(3)标准化、自动化程度的差距。在实施特许经营过程中，大批量统一进货和多店铺统一经营，要求商品规格统一、质量稳定，生产工艺高度标准化，以便于连锁系统内统一经营战略、统一价格政策的实施和技术标准的推广运用。(4)经营管理水平低下。特许经营并不简单意味着统一的商号、统一的装修、统一的产品等，加盟者得到的不仅仅是商号、产品或技术，更重要的是隐含在这些物质要素之下的管理模式和经营理念，它们是企业在长期的经营管理中探索和积累下来的真正财富。

## 二、电子商务与特许经营结合的可行性分析

从理论上讲，电子商务和特许经营是完全可以做到优势互补的。可以从下面两个角度来分析。

### 1. 特许经营为电子商务企业解决瓶颈问题。

(1) 特许经营是解决电子商务物流的现实可行的途径之一。特许经营能完全实施商流、物流和信息流的分离。从商流方面来看，特许经营的采购由一部门进行，这个部门的任务是熟悉所适销的商品货源，与供应商形成稳定的购销关系，通过批量进货降低成本，从而实现商流的专业化。从物流方向看，特许经营的物流专业化正是其对传统商业的绝对优势。(2) 特许经

营可以解决电子商务“服务支持”的瓶颈。特许经营可以让电子商务技术从虚变实，落地生根。帮助企业开展产品推广、市场调查、品牌宣传和CI策划等等。(3)特许经营可以帮助电子商务树立品牌。依托特许经营，电子商务将淡化消费者心目中的“虚”不务“实”的印象，迎合消费者求实不求虚的心态，培养消费者的信心，建立消费者的忠诚度，这有利于帮助电子商务树立品牌形象。

### 2. 电子商务给特许经营带来的好处。

(1)传统特许经营企业可以利用电子商务整合企业内部资源。借助企业资源计划ERP，计算机集成制造系统CIMS、计算机辅助设计CAD，对研发、生产、供应、营销等环节进行连接，对人、财、物等资源进行优化。(2)利用电子商务整合企业外部资源。通过加强企业间的供应链管理、客户组员管理等，确保对市场变化的及时了解和迅速反应，保持竞争优势。(3)对特许经营的网上销售环节带来的好处更多。可以利用互联网的在线销售突破地域的限制，扩大销售量；可以方便地通过互联网查找产品和价格等。总之，电子商务与特许经营的有效结合正是现代商业模式发展创新的切实体现。下面进一步分析电子商务和特许经营如何实现成功对接。

### 三、电子商务与特许经营联合发展的模式分析

传统特许经营石油特许经营总部、特许经营加盟店和受许单元组成的一个有机系统。它的发展经历了从产品分销特许经营到生产特许经营，再到经营模式特许经营三个发展阶段。产品分销特许经营模式也被称为第一代特许经营，在汽车销售、加油站等行业有很好的应用；生产特许经营往往涉及到专利或占有技术诀窍的使用许可，比如可口可乐的罐装厂；经营模式特许经营也称“全套盈利公式型连锁”，这种模式在零售业、餐

饮业、汽车行业以及房地产服务等行业得到了广泛的应用，比如麦当劳。

1.传统特许经营转向网络特许经营。(1)传统特许经营转向中间特许经营发展。一般而言，中间特许经营模式是指由网络公司等第三方帮助传统特许经营的这些加盟店实现电子商务，由网络公司实行统一管理，根据消费者和便利店之间的地理关系份配送货店，货到付款。从某种意义上说，中间特许经营是传统特许经营向电子商务上的移植，是介于传统特许经营和网络特许经营的一种中间模式。传统特许经营转向中间特许经营如图所示。(2)中间特许经营转向网络特许经营。中间特许经营荏苒是以传统特许经营为母体，只是借助网络电子商务这一营销手段，来增加其经营收益。它在未进入网络环境之前，已经构成特许经营了。而网络特许经营是以网络环境为主题，以其为中心，然后发展出来的特许经营模式，是一种非常新颖的特许经营形式。关于网络特许经营的演变过程及运行模式需要进一步研究。

2.电子商务与既有特许经营企业的整合。电子商务与既有特许经营企业的整合模式有两类，一类是契约合作体，另一类是股权合作体。(1)契约合作体，又称非股权合作体。它是指公司相互统一共同采取某种经营方式的联合，各企业经营管理仍有独立性，而只是利用对方的业务特长。合作体不具有法人资格，没有独立的财产权，合作各方都以自己的身份承担法律责任。(2)股权合作体。它是由合作各方通过签订合同而建立起来的契约式企业。它有自己的章程、管理形式、组织机构，由董事会作为最高权力机构，任命经营班子负责日常经营工作。

3.实体企业实行电子商务过程中自建特许经营网络。实体企业实行电子商务过程中，在完成了企业内部信息化的基

本改造后，为了建立一个物流配送的地面支撑系统，可以考虑自行建立特许经营的网络。总部和各个加盟店之间，产权分离，经营权相对统一。实体企业要建立自己的特许经营网络需要有一些基本条件。首先，特许经营要有自己的强势品牌，在消费者和社会公众中拥有很强的忠诚度、凝聚力和渗透性。其次是要有特有的技术和服务。特有的技术和服务是现代特许经营不可分割的一部分。再者是要有成功的经营管理模式。特许者所推广的经营管理模式应该是特许人实行和总结出来，并被实践证明是正确和成功的。

#### 四、总结和建议

电子商务和特许经营联合之后，相继有一系列的问题要进一步考虑：

- 1.如何解决网络特许经营的物流配送问题。
- 2.如何解决信息系统的建设问题。
- 3.网络特许经营营销模式，及营销模型的构建及评价。
- 4.网络特许经营核心竞争力的构建及评价。

除了这些，在实现电子商务和特许经营真正的联合后，相继还会有许多问题需要解决。随着研究不断地深入，这些问题将逐一讨论。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)