

特许经营实务习题库、参考答案

项目一

一、单项选择题：

1. 当今主导的特许经营模式是（ ）。

- A. 产品和品牌特许
- B. 生产特许
- C. 经营模式特许
- D. 经营手段特许

2. 特许经营的核心的是（ ）。

- A. 特许经营权的转让
- B. 资金的转让
- C. 特许所有权的转让
- D. 特许技术的转让

3. 全球特许经营发展最好的（ ）。

- A. 德国
- B. 美国
- C. 中国
- D. 日本

4. 下列属于生产特许的是（ ）

- A. 百事流行鞋
- B. 肯德基
- C. 麦当劳
- D. 好利来

5. 特许经营是以经营管理权控制所有权的一种组织方式，被特许者投资特许加盟店而对店铺拥有所有权，但该店铺的最终管理权归（ ）。

- A. 特许者
- B. 加盟者
- C. 特许者和加盟者

D.两者均不是

6. 直营连锁与特许经营最本质的区别 ()。

A.产权关系不同

B.管理模式不同

C.法律关系不同

D.涉及的经营领域不完全相同

7. 下列属于产品和品牌特许的是 ()

A. 百事流行鞋

B. 汽车加油站

C. 肯德基

D. 好利来

8. 特许经营的最经典的基本原则是 ()。

A. “3S” 原则

B. 标准化

C. 专业化

D. 简单化

9. 特许经营必须把不同的职能交由不同的部分来完成，然后各个部分有机协调、合作的结果才能使特许经营体系成为一个具有自我发展和良好适应外部环境能力的有机整体。这种原则体现了 ()。

A. “3S” 原则

B. 标准化

C. 专业化

D. 简单化

10. 在管理实践中，特许人一般都会对作业流程和岗位工作中的每一细节作深入的研究，并通过手册归纳出来，职工按手册操作，各司其职，各尽其责。这种原则体现了 ()。

A. “3S” 原则

B. 标准化

C. 专业化

D. 简单化

二、多项选择题：

1. 特许经营主要分为（ ）。

- A. 产品和品牌特许
- B. 生产特许
- C. 经营手段特许
- D. 经营模式特许

2. 加盟商从特许商处能够分享到的规模效益包括（ ）。

- A. 采购规模效益
- B. 广告规模效益
- C. 经营规模效益
- D. 技术开发规模效益

3. 加盟商从特许商处获得的支持包括（ ）

- A. 选址
- B. 培训
- C. 市场分析
- D. 技术转让

4. 下列属于经营模式特许的有（ ）。

- A. 可口可乐的灌装厂
- B. 百事流行鞋
- C. 麦当劳
- D. 马兰拉面

5. 3S 原则中的专业化具体表现在（ ）。

- A. 采购的专业化
- B. 商品陈列的专业化
- C. 店铺经理在店铺管理上的专业化
- D. 公关法律事务的专业化

三、判断正误：

1. 特许经营在商业上，解释特许人（盟主）赋予受许人（加盟人）

一种特权。（ ）

2. 特许经营中特许人与受许人之间不存在有形资产关系，而是相互独立的法律主体，由各自独立承担对外的法律责任。（ ）

3. 特许经营成功发展的另一个原因就是准确定位。()

4. 专业化是为了利于特许经营模式的复制、利于特许经营体系的管理和控制或保持整个特许经营体系的一致性。()

5. 简单化指作业流程简单化、作业岗位活动简单化，由此可以使员工节约精力，提高工作效益，以最小的时间和体力支出获得最大的效益。()

6. 特许人是特许权的真正所有者。()

7. 受许人将自己所拥有的商标、商号、产品、专利和专有技术、经营模式及其他经营标志等授予受许人使用的一方，通常为法人。()

8. 直营店特许连锁中，被特许人获得特许人授权后，使用其商标、商号、经营模式、专利和专有技术等经营资源建立的店铺。()

9. 19世纪中叶，现代意义上的特许经营产生于美国。()

10. 特许经营与其它商业模式的最大区别在于它是知识产权的转让。()

四、简答题：

1. 特许经营可以分为哪几种类型？

2. 中国对特许经营的法律定义是什么？

3. 经营模式特许的主要特征是什么？

4. 特许经营有哪些劣势？

5. 连锁经营的标准化主要表现在哪些方面？

五、论述题

1. 论述对特许商而言，特许经营的优势。

2. 论述对加盟商而言，特许经营的优势。

答案：

一 . 1.C 2.A 3.B 4.C 5.A

6.A

7.B

8.A

9.C 10.D

二 . 1.ABD 2.ABCD 3.ABCD 4.CD 5.ABCD

三 1.对 2.对 3.对 4.错 5.对 6.对 7.错 8.错 9.对 10.对

四 1.特许经营的类型可以分为产品和品牌特许 (product and trade name franchising, 简称 P&T 型)、生产特许 (production franchising) 以及经营模式特许 (business format franchising)。

2.中国政府对特许经营的法律定义：特许经营是指特许人将自己所拥有的商标 (包括服务商标)、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予被特许人使用，被特许人按合同规定，在特许人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。

3.经营模式特许 (business format franchising)：此类型的特许经营其主要特征是：加盟商有权使用盟主的商标、商号名称、企业标识及广告宣传，完全按照盟主的模式来经营；加盟商在公众中完全以盟主企业的形象出现；盟主对加盟商的内部管理、市场营销等方面具有很强的控制。

4. 特许经营的劣势：

(1)正是由于特许本身，使得加盟商得到了一套完善的、严谨的经营体系。可是，正因如此，加盟商很难改变这种经营模式来适应市场的、政策的各种变化。另外，由于各个地区消费者的需求不同，特许经营也很难在任何地方都能保持持续的优势。

(2)对消费者来说，加盟商的频繁变更给他们带来的是疑惑，造成了特许人、现任加盟商和以往加盟商的之间的责任不清，相互推脱责任。

(3)特许经营只能专注于某一个领域，而不可能在各个市场都取得战略性的胜利。

5. 连锁经营的标准化，表现在两个方面：一是作业标准化。总部、分店及配送中心对商品的订货、采购、配送、销售等各司其职，并且制定规范化规章制度，整个程序严格按照总公司所拟定的流程来完成。二是企业整体形象标准化。商店的开发、设计、设备购置、商品的陈列、广告设计、技术管理等都集中在总部.总部提供连锁店选址、开办前的培训、经营过程中的监督指导和交流等服务，从而保证了各连锁

店整体形象的一致性。

五、1. 特许商利用特许经营实行大规模的低成本扩张。对于特许商来说，借助特许经营的形式，可以获得如下优势：

(1) 特许商能够在实行集中控制的同时保持较小的规模，既可赚取合理利润，又不涉及高资本风险，更不必兼顾加盟商的日常琐事。

(2) 由于加盟店对所属地区有较深入的了解，往往更容易发掘出企业尚没有涉及的业务范围。

(3) 由于特许商不需要参与加盟者的员工管理工作，因而本身所必需处理的员工问题相对较少。

(4) 特许商不拥有加盟商的资产，保障资产安全完全落在资产所有人的身上，特许商不必承担相关责任。

(5) 从事制造业或批发业的特许商可以借助特许经营建立分销网络，确保产品的市场开拓。有人讲，有人的地方就有可口可乐，有色彩的地方就有柯达。为什么这些品牌能够无处不在？原因就在于它们利用了特许经营方式进行了大规模的低成本扩张。

2. 加盟商借助特许经营“扩印底版”。有人形象地把加盟特许经营比喻成“扩印底版”，即借助特许商的商标、特殊技能、经营模式来反复利用，并借此扩大规模。

(1) 可以享受现成的商誉和品牌。加盟商由于承袭了特许商的商誉，在开业、创业阶段就拥有了良好的形象，使许多工作得以顺利开展。否则，借助于强大广告攻势来树立形象是一大笔开支。

(2) 避免市场风险。对于缺乏市场经营的投资者来说，面对激烈的市场竞争环境，往往处于劣势。投资一家业绩良好且有实力的特许商，借助其品牌形象、管理模式以及其他支持系统，其风险大大降低。

(3) 分享规模效益。这些规模效益包括：采购规模效益、广告规模效益、经营规模效益、技术开发规模效益等。

(4) 获取多方面支持。加盟商可从特许商处获得多方面的支持，如培训、选择地址、资金融通、市场分析、统一广告、技术转让等。

项目二

一、判断题

1. 市场环境调查的主要内容包括整个社会经济、政治、文化、教育、自然地理等各个方面的调查 ()
2. 市场专题调查的内容主要包括产品需求调查, 商品购买力与可供应量调查, 商圈调查 ()
3. 商圈分析有大环境和小环境之分, 大环境分析即商圈总体分析, 其目的是确定该区域有没有开店价值 ()
4. 商圈饱和度是判断某个地区同类商业竞争激烈程度的一个指标, 通过计算或测定某类商品销售的饱和指标, 可以了解某个地区同行业是过多还是不足, 以决定是否选择在此地开店 ()
5. 特许经营权益金的收取方式常见的为比率制、定额制、月结制 ()
6. 所授权商业经营模式的价值及特许人所拥有的品牌的价值是特许经营总部在设计加盟金时要考虑的要素 ()
7. 特许经营总部收取保证金主要有两个: 一是作为采购抵押款, 二是作为对特许门店进行经营管理培训的预付款 ()
8. 特许经营总部管理成本包括特许人的前期支持成本, 市场推广和广告基金, 培训费 ()
9. 考核特许经营状况的经济指标主要有企业的商品销售额、利税额、人均利税额、资金周转次数、利润率、流动资金利润率、资金利税率等, 一般以考核资金利税率指标为核心 ()
10. 特许经营总部的总营业收入包括特许经营总部年度营业收入指标、特许经营总部年度的运营管理成本、特许经营总部年度的利润指标等 ()

二、单项选择题

1. 下列哪项不是一个特许经营的投资人对特许项目进行宏观调查的内容 ()
 - A. 经济环境
 - B. 政治环境
 - C. 市场环境
 - D. 社会文化环境

2. 下列哪项是一个特许经营的投资人对特许项目进行微观调查的内容()

- A. 产品竞争能力
- B. 居民生活习惯
- C. 居民收入与消费结构
- D. 市场管理政策

3. 下列哪项不是特许经营项目商圈调查的内容()

- A. 人口统计分析
- B. 竞争状况分析
- C. 购买力分析
- D. 区域市场管理政策分析

4. 特许经营项目的经济可行性分析最主要是进行()

- A. 特许项目加盟金计算
- B. 特许经营总部管理成本分析
- C. 特许项目保证金计算
- D. 特许项目投资收益计算

5. 特许经营企业经营效益评价的核心是()

- A. 利润率
- B. 流动资金利润率
- C. 资金利税率
- D. 商品销售额

6. 下列选项中哪项不是特许经营权益金收取的方式()

- A. 比率制
- B. 定额制
- C. 日收制
- D. 月收制

7. 下列哪项不是特许经营总部的管理成本()

- A. 培训费
- B. 广告费
- C. 特许门店员工工资

D. 赠于受许人的物品

8. 下列哪项是商圈分析中人口统计分析的内容()

A. 收入情况

B. 婚姻状况

C. 身高与体重

D. 籍贯

9. 下列哪项不是商圈分析中竞争状况的分析指标()

A. 商圈饱和度

B. 新开店的速度

C. 现有商店的数量与规模

D. 现有商店销售产品的品类

10. 下列哪项是产品竞争能力调查内容()

A. 产品颜色 B. 产品质量 C. 产品材质 D. 产品生产工艺

三、多项选择题

1. 下列哪些是宏观市场调查包括的内容()

A. 经济环境 B. 政治环境 C. 社会文化环境 D. 市场环境

2. 下列哪些是专题市场调查包括的内容()

A. 产品需求调查

B. 竞争能力调查

C. 市场管理政策调查

D. 商品购买力调查

3. 商圈分析考虑的因素有哪些()

A. 经济基础分析

B. 购买力分析

C. 竞争状况分析

D. 商业业态分析

4. 特许经营中的权益金收取方式有哪些()

A. 差额制

B. 比率制

C. 定额制

D. 日收制

5. 特许经营中的总部管理成本包括那些()

A. 赠予受许人的物品

B. 培训费

C. 广告费

D. 管理人员的工资

四、简答题

1、简述特许经营可行性分析的主要内容。

2、比较 3 种常见权益金收取方式的优缺点。

3、特许经营加盟金计算需要考虑的要素有哪些？

4、商圈分析要考虑哪些因素？

5、如何进行特许经营的市场可行性分析？

五、论述题

1、如何分析特许经营总部的管理成本？

2、如何进行市场调查？

答案

一、判断题

1.√

2.×

3.√

4.√

5.×

6.√

7.×

8.√

9.√10.√

二、单项选择题

1.C

2.A

3.D

4.D

5.C

6.D

7.C

8.A

9.D 10.B

三、多项选择题

1.ABC

2.ABD

3.ABC

4.BCD

5.ABCD

四、简答题

1.市场可行性分析：市场可行性分析的基础是市场调查和预测。通过市场调查掌握市场动态，

通过市场预测认识市场发展趋势，最终为确定公司经济规模提供依据。

经济可行性分析：特许加盟体系的独到之处就是，特许人想帮助受许人在支付完足够使特许人提供必要服务及使特许人赢利的特许经营费用之后，受许人能够获得一个合理的赢利性投资回报。

2.比率制：优点是收入和营业收入挂钩，缺点是受许人为了寻求自己的利益最大化，往往

采取许多隐蔽的方法隐瞒自己的实际营业额，或者制作虚假月营业额报表，从而使特许经营总部权益金遭受损失。

定额制：优点是收取方法较能让受许人接受，缺点是在市场淡季增加加盟店的负担。

日收制：优点是最大限度地避免由于单店销售额不清楚或虚报销售额而造成特许经营总部权益金的损失，同时，督导人员可随时做现场指导并进行经营指导。缺点是使用这种方法收取权益金要求特许经营总部所派专业督导员具备一定的专业知识及专业技能，这无疑会增

加特许经营总部人力资源管理部门的工作压力。

3.所授权商业经营模式的价值及特许人所拥有的品牌的价值；授权城市或授权区域的价值；

招募一个受许人的成本

4.人口统计分析；经济基础和购买力分析；竞争状况分析；基础条件分析

5.宏观调查：经济环境，政治环境，社会文化环境，自然地理环境

微观调查：产品需求调查，商品购买力与可供量调查，竞争能力调查

五、论述题

1.特许人的前期支持成本：从潜在受许人第一次向特许人咨询开始一直到该受许人的加

盟店正式开业并进入正常营运阶段，特许人需要为受许人提供一系列支持，包括接受潜在受许人的第一次咨询，挑选合格的受许人，帮助受许人选址，对受许人进行培训（免费的部分），帮助受许人招聘人员，赠予受许人物品（包括开业用品、促销品，甚至前期铺货等），开业支持，派特许经营总部的人员到受许人的加盟店进行现场指导等这些支持需要特许人耗费一定的费用，产生成本。

市场推广和广告基金：由于各个加盟单店所在区域的实际情况不同，比如消费者对该特许加盟体系认同度程度的大小、特许加盟体系在当地知名度的高低、单店规模的大小、商品销售的季节性变化、当地经济发展阶段的不同等，所以客观上就需要特许经营总部在部分单店所在区域进行单独广告战略策划，这部分自然也要算到特许经营总部的运营成本中去。

培训费：第一个培训阶段是在特许加盟合同签订后加盟单店开业前；第二个培训阶段是在受许人单店开业之后。

2. 市场调查分为宏观调查和微观调查

宏观调查也称市场环境调查，其内容包括①经济环境，包括经济发展水平、科学技术发展水平、自然资源和能源、国民生产总值和国

民收入、投资规模、人口数量及其分布、居民收入与消费结构、对外贸易发展情况和市场物价等。②政治环境，包括政府有关部门的经济政策，如工农业生产政策、工商业政策、外贸政策、市场管理政策、银行信贷与税收政策等；政府有关部门的法令和规章制度，如工商法、环境保护法、商品检验法、有关部门市场调查的多种法令条例等。③社会文化环境，包括各种教育程度的居民的购买力、居民购买力的职业构成、民族的特点和分布及宗教信仰、道德风俗、生活习惯、社会审美观念、家庭组织规模等。④自然地理环境，包括地理位置、气候和其他重要的自然条件，以及交通运输状况等。

微观调查亦称市场专题调查。调查专题的内容因产品的不同而不同，主要包括以下几个方面。①产品需求调查。主要了解国内外市场需要什么产品，需要多少，以及对产品发展的要求。②商品购买力与可供量调查。社会商品购买力调查首先要调查消费者的收支构成及其变化、消费结构及其变化，以及收入变化所引起的需求变化和社会集团购买力。③竞争能力调查。产品竞争能力调查主要包括：产品的质量与价格与市场上竞争力较强的产品进行比较评价；产品的性能在市场竞争中所具备的优势；国际市场上该产品的进、出口价格及未来发展的动态及原因；生产同类产品企业的生产水平和经营特点。

项目 3

一、判断题

1. 战略就是在竞争中做出取舍，其实质就是选择应该做哪些事情。
()
2. 抢占商业先机形成规模经济是大型零售业连锁发展的关键。()
3. 市场的竞争程度不会对战略的设计思路产生较大的影响。()
4. 竞争战略就是创造差异性。()
5. 环境是对组织绩效起着潜在影响的外部力量。()
6. 制定战略规划的过程可以使大型特许经营企业审视一下目前和未来发展的经营环境和经营能力，但是中小企业就不需要制定战略规划。()
7. 战略规划的本质是通过内外环境分析后，确定适合特许经营企

业的目标和方向，以及关键策略。（ ）

8. 战略规划是组织为谋求长远生存与发展所做出的具有全局性、方向性、长期性的资源统筹规划与行动的系统安排。

9. 特许经营企业在同一地区开出的加盟店越多越好，那样就不会给竞争对手留下可乘之机。（ ）

10. 配送中心的扩张应与加盟店的扩张在扩张区域、扩张速度上相配合。（ ）

二、单项选择题：

1. 影响组织行为诸多因素中最关键、最基本的因素是（ ）。

- A. 经济因素
- B. 政治因素
- C. 社会因素
- D. 技术因素

2. 组织所处的较为简单,确定性较强的环境是（ ）。

- A. 动态环境
- B. 稳态环境
- C. 内部环境
- D. 均衡环境

3. 连锁经营中的区域集中的布局策略属于下列哪种战略范畴（ ）。

- A. 规模发展战略
- B. 区域发展战略
- C. 业态发展战略
- D. 时间发展战略

4. SWOT 分析中的 W 是指（ ）

- A. 优势
- B. 劣势
- C. 机遇
- D. 威胁

5. 特许人授权受许人投资开设一个新店，或者在原有门店基础上按照统一模式改造新店的特许模式是（ ）。

- A. 普通单店特许

B.熟店转让

C.托管特许

D.区域特许

6. 加盟店选址在具体操作中，包括目标城市市场评估、商圈调查评估、店址调查评估、选址决策四个层次。其中第一步是哪一步骤。

()

A. 商圈调查评估 B. 目标城市市场评估

C. 店址调查评估 D. 选址决策

7. 根据特许权要素的不同组合可以将特许经营划分为三大类型，下列选项中哪一项不是按特许要素的不同而划分的类型内容。()

A. 生产特许 B. 产品-商标特许

C. 直接特许 D. 经营模式特许

8. 单店经营模式设计是特许权组合设计的第一步。单店经营模式设计对特许人来讲是一种创新性活动，下列哪个选项不是单店经营模式元素。()

A. 供应商管理 B. 商品/服务组合

C. 总部战略控制 D. 客户定位

9. “两店一年”是从事()的必要条件。

A. 自由连锁 B. 特许连锁 C. 正规连锁 D. 直营连锁

10. 特许连锁又叫特许加盟，其简称是()

A. RC B. FC C. VC D. IC

三、多项选择题：

1. 战略定位的三个不同的原点分别是()。

A. 基于种类的定位

B. 基于需求的定位

C. 基于供应商的定位

D. 基于接触途径的定位

2. 宏观环境因素一般包括()。

A. 经济因素

B. 政治因素

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/475202210122011212>