

文化衍生品特许经营研究报告

2007年5月

本报告属商业机密，所有权属于上海纵横市场资源开发有限公司。其所涉及的内容和资料只限于双方签署协议的合作方使用。收到本报告后，收件人应即刻确认，并遵守以下的规定：1) 若收件人不希望涉足本报告所述项目，请尽快将本报告完整退回；2) 在没有取得所有权方的书面同意前，收件人不得将本报告全部和/或部分地予以复制、传递给他人、影印、泄露或散布给他人；3) 应该像对待贵机构的机密资料一样的态度对待本计划书所提供的所有机密资料。

【报告摘要】随着 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会将在中国举行，文化衍生品特许经营逐步进入人们的视线。如何将文化活动资源转化为商品，获得最大的经济价值和社会价值，并由此进一步推动文化的传播，是两大盛会共同要解决的问题。

本报告以上海世博会的特许经营计划为例，剖析文化衍生品特许经营的基本问题，为文化（活动）运营商和意向特许经营商家提供建议。

第一章、明晰文化产品内核，确定衍生品发展战略

第一节 文化（活动）核心要素分析

第二节 提炼适合商业化的文化元素

第二章、特许经营总则

第一节 特许经营的目的

- 一、通过特许产品的销售，推广文化活动理念和品牌
- 二、为消费者提供参与的机会，传播激发消费者参与相关文化活动的热情
- 三、加深相关文化在受众中的接受度
- 四、创造经济价值

第二节 特许经营的定义及特点

- 一、特许经营是指授权合格企业生产和销售带有特定文化（活动）名称、会徽和吉祥物等知识产权的产品
- 二、特许经营的特点

第三节 特许经营企业的分类

- 一、特许生产企业
- 二、特许销售企业

第四节 特许经营企业选择原则

- 一、与文化活动匹配的社会形象和商业信誉
- 二、主要考察方面
- 三、资金要求

第三章、特许经营产品类别

第一节 特许经营产品划分原则

- 一、充分体现文化（活动）特性
- 二、宜于市场推广接受性

第二节 特许产品的构成

- 一、产品分类及特性
- 二、各类别产品

第四章、特许经营管理模式

第一节 特许经营管理机构 and 职能

第二节 设计管理模式

第三节 生产管理模式

第四节 销售管理模式

第五章、特许经营费的收取

第一节 一般特许经营费的收取标准

第二节 通常特许经营费率

第一节 特许经营计算基础

附件：

- 1、 特许经营文化要素提炼表
- 2、 特许经营行业划分标准和涵盖类别
- 3、 特许经营测算模型