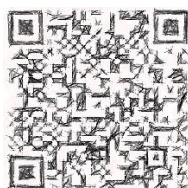


2019 年度中国特许经营合同纠纷裁判 白皮书

敬请关注报告小秘书微信号



更多资讯，请关注王红燕律师团队的微信公众号



 微信搜一搜

Q 燕语海外 Grace Law Talk

目 录

一、	引言.....	4
(一)	调研意义、目的.....	4
(二)	调研方法.....	4
(三)	材料搜集情况.....	4
(四)	报告声明.....	5
二、	中国特许经营发展现状.....	5
(一)	商业特许经营的起源.....	5
(二)	中国商业特许经营的发展过程.....	5
(三)	中国商业特许经营企业的现状.....	6
(四)	中国特许经营发展中的问题.....	7
1.	特许经营地域发展有待平衡.....	7
2.	特许人品牌发展水平参差不齐.....	8
3.	加盟商商业素质有待提高.....	8
(五)	中国品牌的走出去海外发展特许经营情况.....	8
三、	特许经营领域法律法规梳理.....	9
四、	2019 年度法院审理特许经营合同纠纷案件情况.....	10
(一)	2019 年度各地区法院案件裁判情况.....	10
1.	2019 年度特许经营纠纷判决案件区域分布情况.....	11
2.	2019 年度特许经营纠纷判决案件行业分布情况.....	13
3.	2019 年度特许经营纠纷判决案件诉讼主体情况.....	13
4.	2019 年度特许经营纠纷判决案件管辖法院分布情况.....	14
5.	2019 年度特许经营纠纷判决案件法院结案周期情况.....	15
(二)	特许经营合同纠纷中的主要诉请分析.....	16
1.	要求解除、撤销加盟合同的诉请分析.....	16
2.	要求费用返还/支付的诉请分析.....	16
(三)	特许经营合同纠纷案件中的热点问题梳理.....	18
1.	特许经营合同性质的认定.....	18
2.	特许人是否具备“两店一年”资格对合同效力的影响.....	19
3.	特许人未履行或未完全履行信息披露义务是否导致合同解除或可撤销.....	21
4.	加盟商依照冷静期规定要求解除合同.....	23
五、	2017-2019 年度杭州仲裁委员会审理特许经营纠纷案件情况.....	25
(一)	2017-2019 年案件审理基本情况.....	25
(二)	诉讼与仲裁的裁决情况对比.....	25
1.	诉请对比.....	25
2.	当事人身份对比.....	26

3. 法院判决和仲裁裁决数量对比（2017 年-2019 年杭州仲裁委员会裁决与 2019 年浙江杭州地区法院判决相比）	26
4. 审限对比	27
六、 杭州仲裁委员会特许经营合同纠纷案件的特点	27
（一） 诉争的提起者以加盟商居多	27
（二） 案件多呈系列案件	28
（三） 案件管辖以被告所在地管辖居多	28
（四） 案件具有商事案件的特点	28
七、 特许经营合同纠纷案件典型案例介绍	29
（一） “两店一年”对合同效力的影响	29
案例一：刘代友诉中山市众扬照明有限公司特许经营合同纠纷	29
案例二：孙艳诉成都万旭餐饮管理有限公司特许经营合同纠纷	29
（二） 违反信息披露义务对合同解除权的影响	30
案例一：陈施弘诉上海百索餐饮有限公司特许经营合同纠纷	30
案例二：曾德香诉广州美西西餐饮管理服务股份有限公司特许经营合同纠纷	31
案例三：贺光辉诉济南绿色源动清洁服务有限公司特许经营合同纠纷	31
（三） 冷静期对合同解除权的影响	32
案例一：邵玉潘诉浙江宝格品牌管理有限公司特许经营合同纠纷	32
案例二：陈文君诉上海燊博生物科技有限公司特许经营合同纠纷	32
八、 建议与提示	33
（一） 法院审理特许经营纠纷案件热点问题的裁判标准梳理及建议	33
1. 加盟商依据冷静期条款提出解约	33
2. 特许人信息披露义务的边界	35
3. 违反效力性强制规定与管理性强制规定对合同效力的影响	36
（二） 对特许人签订、履行特许经营合同及维护合法权益的提示与建议	38
1. 具备特许人资质，依法办理备案手续	38
2. 合同签订前，完善合同内容并履行信息披露义务	39
3. 权益受损时，及时采取维权措施	40
（三） 对加盟商签订、履行特许经营合同及维护合法权益的提示与建议	40
1. 合同签订前，做好背景调查工作	40
2. 合同签订时，充分理解合同内容	41
3. 权益受损时，及时维护合法权利	41
4. 合同终止后，履行后合同义务	42
九、 关于建立合格加盟商资格审核制度的建议	42
十、 鸣谢单位	43

一、引言

（一）调研意义、目的

经过近四十年的发展，特许经营行业已经在我国的各行各业落地扎根，行业发展在经历了萌芽期、起步期后，迎来了飞速发展阶段。伴随着行业迅猛发展的脚步，特许经营领域的纠纷也随之出现了井喷式的激增。由于我国针对商业特许经营活动的相关立法尚未十分完善，对于实践中因特许人与加盟商之间就法律关系的确认、权利义务的划分等方面产生的特许经营纠纷问题并非面面俱到，导致了各地法院就部分问题的裁判标准并不一致的情况出现。为了促进特许经营行业的健康发展，厘清特许人与加盟商之间更为明晰的权利义务，梳理各地法院的裁判标准，以形成初步统一的裁判标准建议，特开展本次调研活动并形成调查报告。

本次报告的主要目的为探索、盘点并研究法院及仲裁委在审理案件中对特许经营纠纷案例中的典型争议问题的裁判思路，为日后特许经营行业的立法及司法裁判实践提供合理且切实可行的裁判建议标准，引导特许经营行业更加规范、健康发展。

（二）调研方法

本次报告主要以知产宝（<https://www.iphouse.cn/>）平台（以下简称“案例检索平台”）公开的案例和杭州仲裁委员会提供的裁决分析资料为研究基础，结合部分受邀特许经营企业反馈的调研问卷结果，采用了统计调查法、定性分析法、个案研究法、抽样调查法等调研方法，对搜集到的裁判文书及调研问卷结果进行一一解读分析，并对共性问题进行归纳总结。

（三）材料搜集情况

本次报告中所搜集到的材料主要来源于部分受邀特许经营企业参与的调研问卷、案例检索平台上公开的案例以及杭州仲裁委员会提供的裁决分析资料。其中，在案例检索平台上检索到的裁判文书系于2020年2月，以“2019年”为文书出具年份、以“判决书”为裁判文书类型、以“特许经营合同纠纷”为案由而获得，合计搜集1349份裁判文书（已除去重复案例），并针对该1349份判决书进行了一一研读与案例分析；通过杭州仲裁委员会获得了其在2017-2019年度（合计三个年度）裁决的合计93个特许经营纠纷仲裁案的裁决分析资料情况，并在该资料的基础上，对仲裁案件做了进一步深入的分析与解读。

（四）报告声明

1. 版权声明

本次报告相关知识产权归中国连锁经营协会特许委员会、北京中伦（杭州）律师事务所王红燕律师团队所有，欢迎各会员单位、机构、媒体、自媒体、个人等引用本次报告数据、内容、图表，但引用时请注明来源或出处或联系版权人。

2. 风险提示

本次报告仅为参考研究资料，不构成对加盟、投资、决策等任何建议或法律意见，由此带来的风险请慎重考虑，版权人不承担因使用本次报告信息而产生的任何责任。

二、中国特许经营发展现状

（一）商业特许经营的起源

特许经营商业模式起源于 19 世纪中叶的美国，缝纫机厂家胜家公司为开拓市场，运用特许经营的方式开辟销售网络，发展至上个世纪 60 年代已在全球建立了 3 万多家专卖店和经销店，大幅度提高了产品的销量，打响了商业特许经营的“第一枪”。然而，在商业特许经营发展初期，加盟店与总部之间的关系相对较为松散，除了相同的店名和产品外，店铺实际经营治理完全由加盟商决定，特许人总部对加盟店缺乏统一的管理。随着市场的逐渐成熟，一些具有代表性的服务型企业开始制定出一整套的商业管理制度，用以保证加盟店所提供的服务与特许人总部的一致性，包括店铺装潢、员工服装、菜单、产品原料、制作方法等各个方面。至此，商业特许经营开始飞速发展，特许人的商业模式能够在各个地区内迅速复制，既降低了加盟商的商业风险，又利用加盟商产生规模效应，扩大了原品牌的市场地位。

（二）中国商业特许经营的发展过程

八十年代，肯德基等跨国公司开始进入中国市场，但由于政策法规方面的限制，起初并不是以许可的方式开设连锁店铺，而是采用了合资公司的方式。随着经济改革的深化，国内民营企业开始探索以许可的方式开设分店。1997 年，我国原贸易部发布了《商业特许经营管理办法》（试行），为特许经营模式在我国的发展提供了初步的制度保障。截至 1998 年 4 月，根据中国连锁经营协会数据显示，其协会成员约有 50 家企业从事特许经营。随着法律法规的不断完善以及商业特

许经营模式在各行各业的推广，特许经营开始进入前所未有的极速发展阶段。截至目前，经历 20 多年的发展，我国的特许经营企业数量已经跃居全球首位，特许经营的商业模式在我国得到广泛的应用。

（三）中国商业特许经营企业的现状

为了解目前中国特许经营企业的现状，本报告通过调查问卷的方式收集了部分特许经营企业的相关信息，以便反映出特许经营企业的实际情况。参与本次调研问卷的企业主要涉及了餐饮、蔬果、农副产品、酒店、汽车后市场服务、健身、洗衣、酒业、咨询等多个行业。其中，参与调研的深圳百果园实业（集团）股份有限公司截至 2019 年上半年已经在全国 80 多个城市拥有 4000 多家社区门店，每月还以近百家新增门店的速度持续增长。北京福奈特洗衣服务有限公司是 1997 年率先将欧洲洗衣模式引入中国的企业，目前已经在全国近 320 个城市中开设了 1500 多家洗衣店，其中加盟店占比 88%，约有 28% 的加盟商选择开设二店。

从特许人的特许经营体系/品牌数量来看，50% 以上的特许人主要围绕一个品牌来经营，84% 的特许人开展特许经营活动时使用的品牌数量不超过 3 个，这反映出目前特许经营企业的资源集中化程度较高，主要通过集中精力做好 1-3 个品牌，以便发挥品牌的规模优势。

从行业分布上来看，我国商业特许经营模式已经涉及了零售、餐饮、洗衣、教育、酒店等几十个行业，一、二、三线城市市场已经趋于成熟饱和，四线城市正在成为特许企业争夺的新战场。¹超市、干洗、饰品专卖、快餐、汽车后市场行业的部分企业已经开始将把四线城市作为未来发展的重点区域。²除此之外，传统的酒店行业也在寻求革新。2014 年前后，中国酒店行业中特许经营的模式仅占 11%，到 2018 年时已经跃升至 60% 以上，特许经营在酒店行业成为了主流的管理模式。知名国际酒店品牌洲际酒店在 2018 年开展的签约项目中，有 56% 采取了特许经营模式，在 2019 年，该比例更是超过 70%，充分体现了特许经营模式在酒店行业的成熟程度。

从特许人加盟模式的方式来看，超过 91% 的企业采用总部授权或者总部和区

¹ 《中国特许经营市场依然巨大 成民资进入重要领域》，载于 https://m.sohu.com/a/127974292_132388，访问时间 2020 年 6 月 27 日。

² 《中国特许连锁 100 强企业发布 四线城市成开店新选择》，载于 <http://www.bj.chinanews.com/news/2015/0517/45269.html>，访问时间 2020 年 6 月 27 日。

域代理商授权的方式接受加盟商，其中 58.33%的企业采用总部直接授权加盟商的方式，33.33%的企业采用总部授权与区域代理商授权并行的方式。这说明总部直接授权仍然是主流的加盟方式，其优势在于总部可以更加有效地管理和监督加盟商，而区域代理商授权的模式则更有利于在当地更为快速地拓展业务。

从特许人加盟店分布的情况来看，除青海、西藏、新疆等西部省份外，大部分特许人均在各个省份发展了加盟店，其中，北上广地域是特许人的“宠儿”，成为特许人选择开设加盟店最多的地区。这也反映出特许经营模式的优越性，能够不受地理环境的限制在各地推广自身的特许经营资源，且沿海地区与中西部省份的差距在不断缩小。

从门店开设情况上来看，根据 2019 年中国特许百强企业调查结果显示，食品零售企业的加盟商多店率高达 59%，远远高于平均加盟商多店率的 30%，成功占据行业内多店率第一的宝座；而家政服务、洗染业、房屋中介与汽车后市场的平均多店率较低，为 10%左右。与此同时，相较于 2018 年度行业的续约率，2019 年的门店续约率普遍有所下降，平均在 85%左右。其中，美容休闲类企业的续约率约为 80%；火锅与商务服务类企业的续约率不到 75%。此外，在我国经济下行压力的影响下，2019 年度特许经营行业的门店平均关店率约为 15%，较上一年度增长 5%。

（四） 中国特许经营发展中的问题

1. 特许经营地域发展有待平衡

从本次报告调研统计的案件数量省份分布情况来看，我国商业特许经营行业的特许人总部主要集中在北京、上海等东部沿海地区。根据商务部业务系统统一平台统计的数据显示，截至 2020 年 7 月 1 日，备案的特许总部合计为 5730 家，其中，仅北京、上海、广东、浙江、山东、江苏六个省份的特许总部合计 3320 家，占比 57.91%。而中西部省份的特许总部数量较少，以其中作为中西部地区拥有最多特许总部的重庆地区为例，亦仅只有 342 家特许人企业。由此可见，商业特许经营在中西部地区虽然已经具有相当成熟的市场，但是相较于中部地区来说，在数量上仍然存在明显差距，西部地区仍然存在着巨大的开发潜力。

2. 特许人品牌发展水平参差不齐

中国的特许经营行业经过数十年的发展，从快速发展期进入到了成熟期，期间孕育了许多驰名中外的知名品牌。根据 2020 年 6 月 2 日中国连锁经营协会发布的“2019 年行业基本情况及连锁百强调查”结果显示，红星美凯龙、永辉、居然之家、盒马鲜生、美宜佳、孩子王、百果园、大参林、柒一拾壹、罗森 10 家企业连续两年保持双位数增长。³但是，特许人品牌发展中也存在部分无商业价值或商业价值低的品牌，在搭上“特许经营”的“便车”后，为追逐盲目扩张的暴利，夸大或虚假宣传品牌与经营能力，引诱加盟商缴纳加盟费后拒不提供任何经营资源或持续支持，继而引发系列索赔案件，导致特许品牌走向没落，也由此造成了特许经营行业品牌价值不一、发展水平不同的现象。

3. 加盟商商业素质有待提高

从加盟商组成情况来看，自然人是该群体的主要组成部分，其身份一般是具有一定小额资本的独立创业者。基于对特许经营模式低风险的信赖，加盟商在与特许人订立合同前往往对特许人的经营资源并不了解，以至于在签订合同后产生特许人未提供经营资源或者提供的经营资源未达预期的矛盾，加盟商对门店经营丧失动力，最终经营不善，引发合同纠纷。就现阶段商业特许经营行业中，仍存在部分加盟商属于冲动型加盟，在经营中过度依赖特许人，没有积极主动地独立经营，甚至认为加盟就表示必须保证其商业投资成功，在经营中坐以待毙，最终导致加盟经营的失败。

（五）中国品牌的走出去海外发展特许经营情况

此次经营的潮流早已席卷全球，早在上个世纪 60 年代开始，美国特许经营

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38451

