

中国特许加盟展&盟享加 加盟投资人群洞察报告



本报告研究说明

1 数据选取时间段 2017年1月-2022年6月

3 数据总样本量 N=284172

2 数据来源

4 加盟投资人定义

盟享加注册用户数据库及定性问卷调研

中国特许加盟展注册观众数据库及定性问卷调研

盟盟好店授权用户数据库及定性问卷调研

问卷指《后疫情时代加盟投资情况及需求调查》

TGI指数说明:

加盟投资群体中某一特征人群所占比例/总体中具有相同特征群体所占比例*100; TGI指数大于100, 代表着某类用户更具有相应的倾向或者偏好, 数值越大则倾向和偏好越强; 小于100, 则说明该类用户相关倾向较弱 (和平均相比); 而等于100则表示在平均水平。

拟通过加盟某一连锁品牌,

以开店方式进行投资经营的个体或机构, 以个体为主。

为全球特许品牌提供更精准高效的加盟对接通道
为全球特许企业提供全渠道、全场景、全产业链的资源整合服务

关于中国特许加盟展 (FRANCHISE CHINA)

中国特许加盟展始办于1999年,是经中国商务部批准,由中国连锁经营协会主办的大型专业特许加盟展览会。展会覆盖餐饮、教育、零售、生活服务、服务商等全产业链生态,为全球特许连锁企业提供加盟招商相关服务,被誉为“加盟领域的市场风向标”。截至2021年12月,已连续举办23年,累计服务连锁品牌8300个,为超过1450000加盟投资人提供创业服务。



中国特许加盟展
微信公众号

关于盟享加

盟享加 (www.mxj.com.cn) 上线于2017年,是中国连锁经营协会旗下在线加盟服务平台。通过海量信息展现+大数据分析+精准推荐,技术赋能特许连锁企业,打通线上线下的加盟业务流程,满足特许连锁企业与加盟创业者之间精准、高效的对接需求,实现线上线下全渠道24小时需求对接。



盟盟好店

目录

- 近五年加盟投资人群体趋势变化总览(2017-2021)
- 疫情给加盟投资人群体带来的影响
- 不同代际的加盟投资人群特征
- 高低线城市加盟投资人行为洞察
- 各量级投资额加盟人群的特征行为分析
- 互联网加盟投资人与展会加盟投资人特征及行为对比
- 特别观察:各属性加盟投资人关注品类洞察

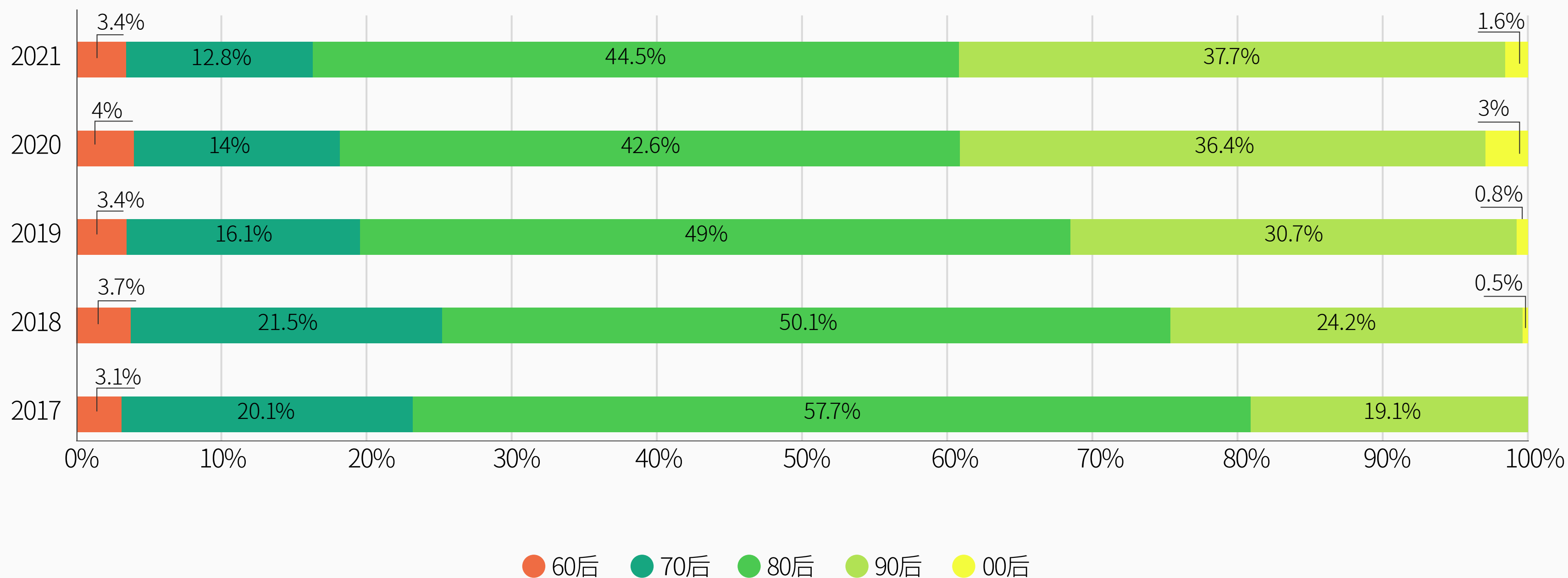
近五年加盟投资人群体趋势变化总览

2017-2021

变化一

00后开始进入视野, 90后超越70后与80后并立成为加盟投资主力双雄, 两者总占比超过80%

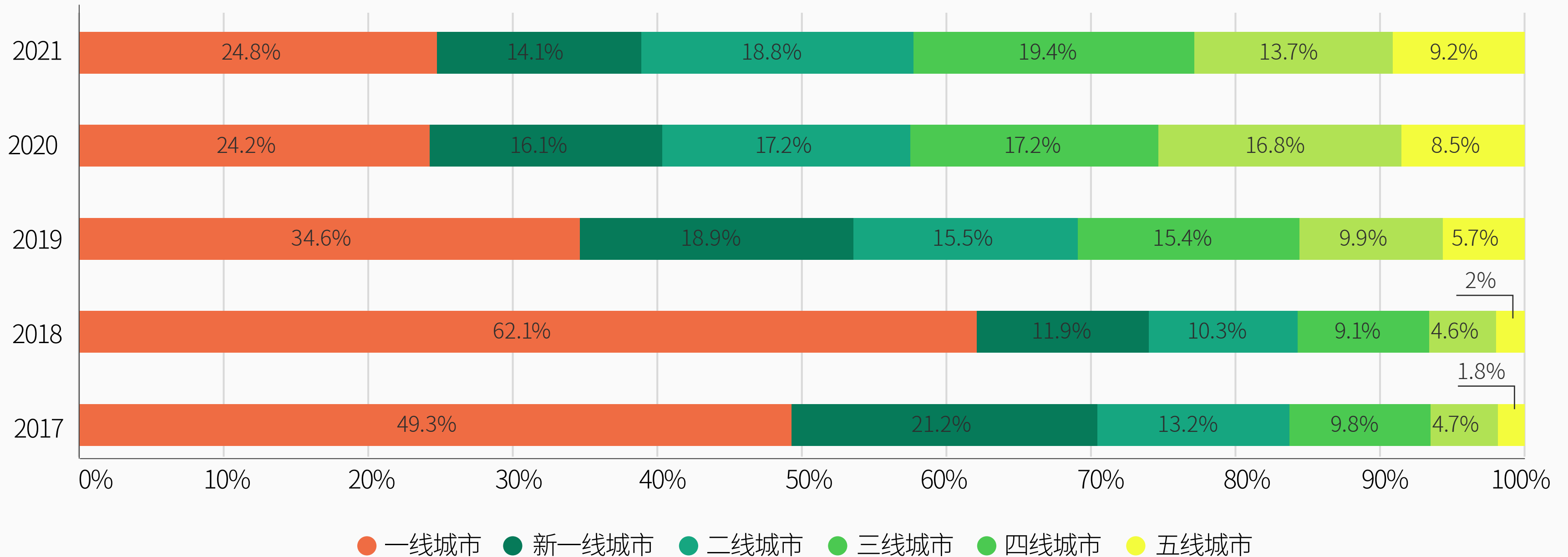
2017—2021加盟投资人年龄段分布



变化二

二线及以下城市人群比重逐年增长, 小镇加盟投资人攀升, 加盟人群下沉趋势明显

2017-2021加盟投资人所在城市分布



变化三

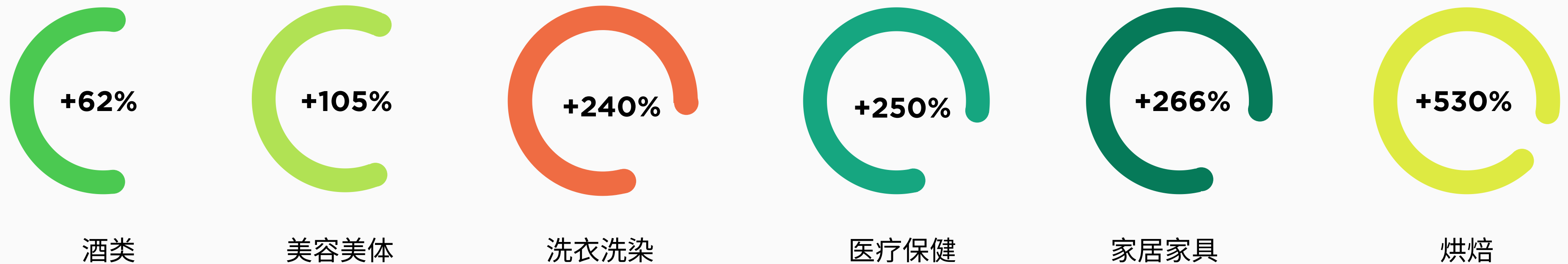
投资倾向从餐饮业态向零售业态倾斜, 饮品甜品、特色小吃始终是加盟热衷行业

2017-2021加盟投资人热衷行业TOP5变化

品类	2017	2018	2019	2020	2021
饮品甜品	12.77%	32.42%	35.7%	17.71%	17.79%
特色小吃	23.78%	17.23%	14.38%	9.23%	10.01%
专卖店				20.12%	28.26%
教育培训	13.7%	8.7%	27.2%	13.32%	7.98%
西式餐饮	8.88%	5.11%			
美容美体			3.7%	4.48%	4.14%
火锅	4.94%	4.82%	2.93%		

变化四

消费端对生活、健康的关注也体现在加盟投资热度上,洗衣洗染、家居装饰、酒、烘焙等生活零售品类及美容美体、医疗保健等大健康品类受关注度增长

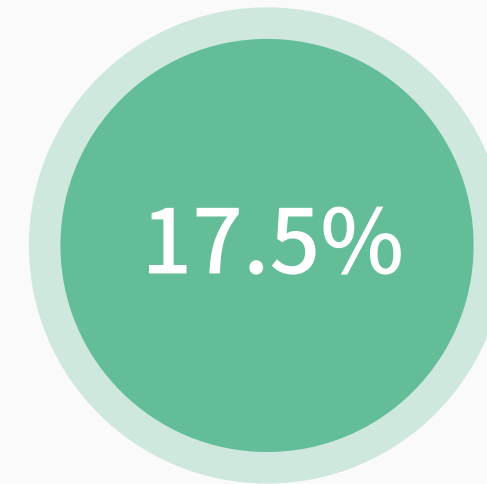
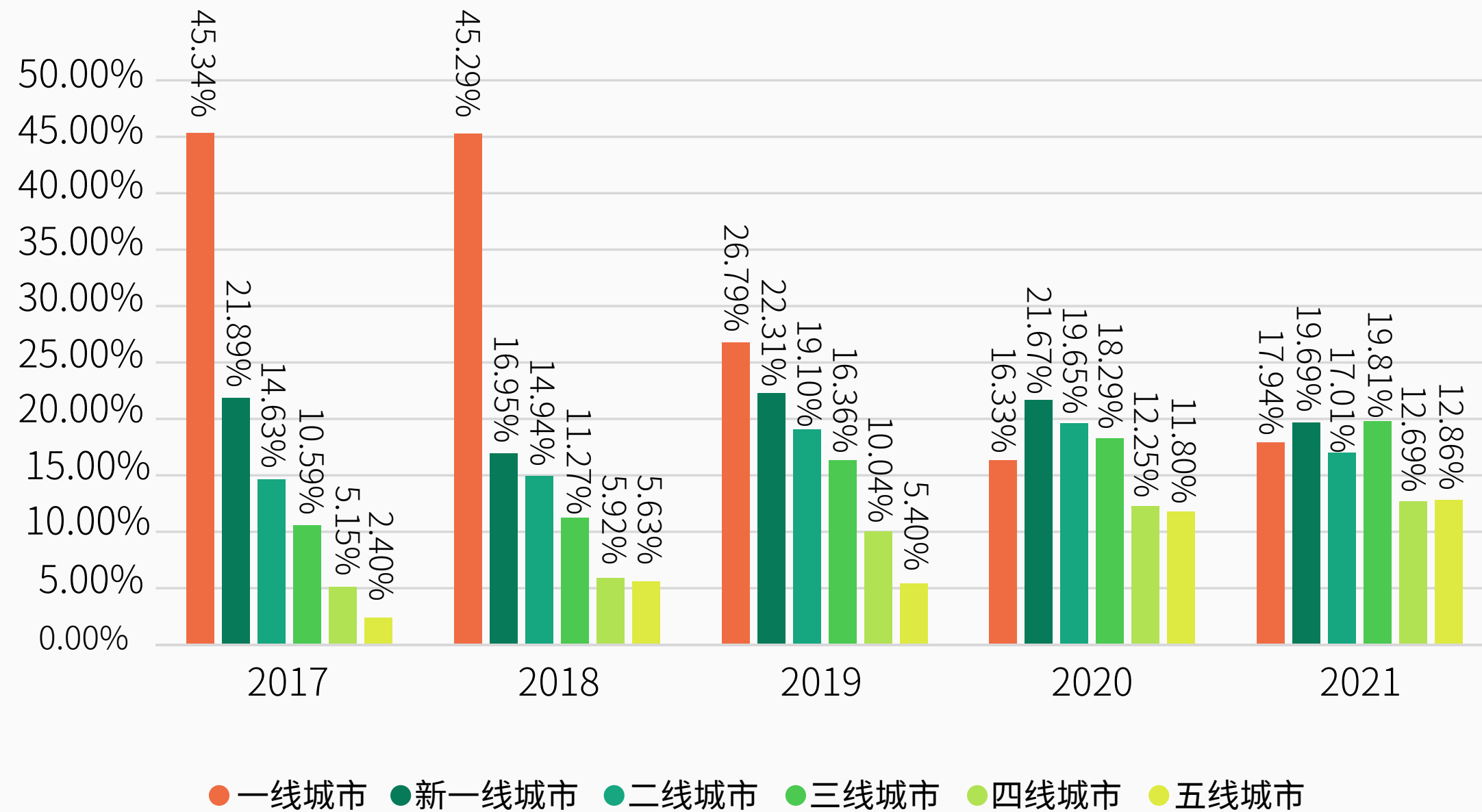


加盟投资人品类选择比例5年增幅 (2017-2021)

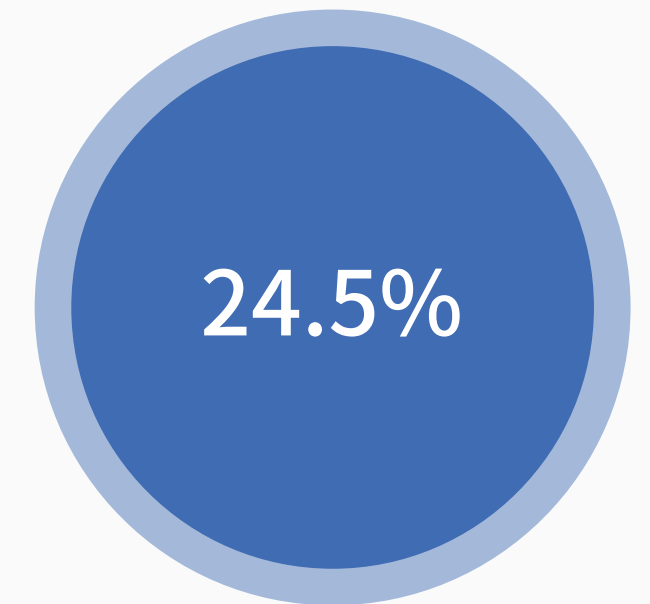
变化五

对一线城市的投资热度逐渐转向低线城市，加盟投资人异地投资意愿也有所增长

2017-2021意向投资城市分布



2019年选择异地投资的
占全体投资人比例



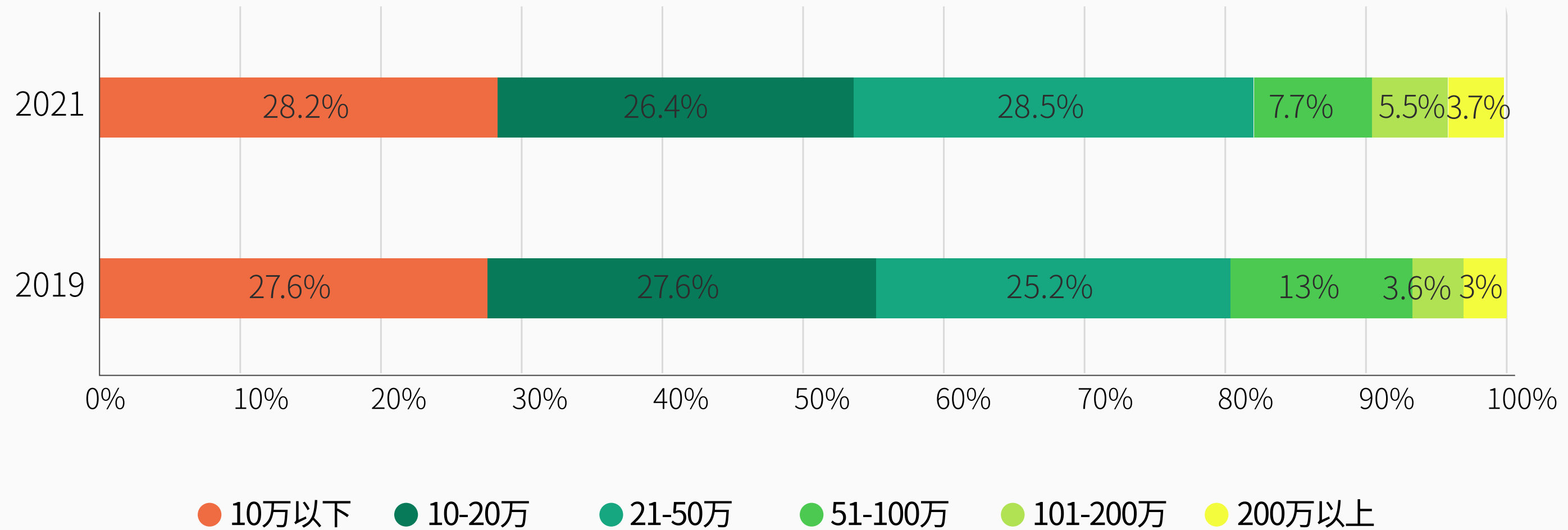
2021年选择异地投资的
占全体投资人比例

疫情给加盟投资群体带来了怎样的影响？

影响一

50万以下中小额投资群体增多;100万以上大额投资较为稳定,甚至有略微增长

疫情前后加盟投资人意向投资额组成变化

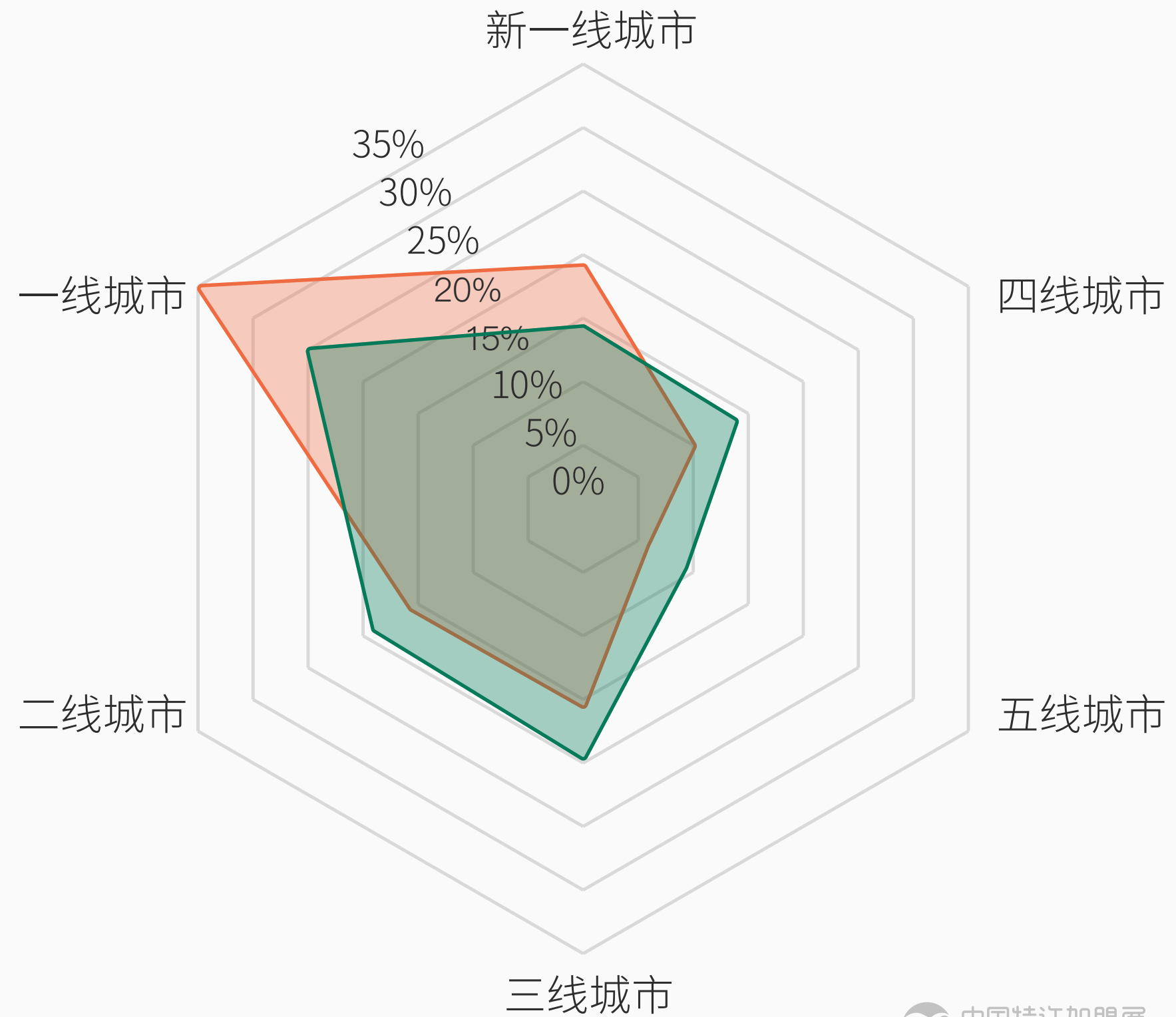


影响二

疫情后加盟投资人向下沉市场迁移,尤其四五线城市比重大幅提升

疫情前后加盟投资人来源城市变化

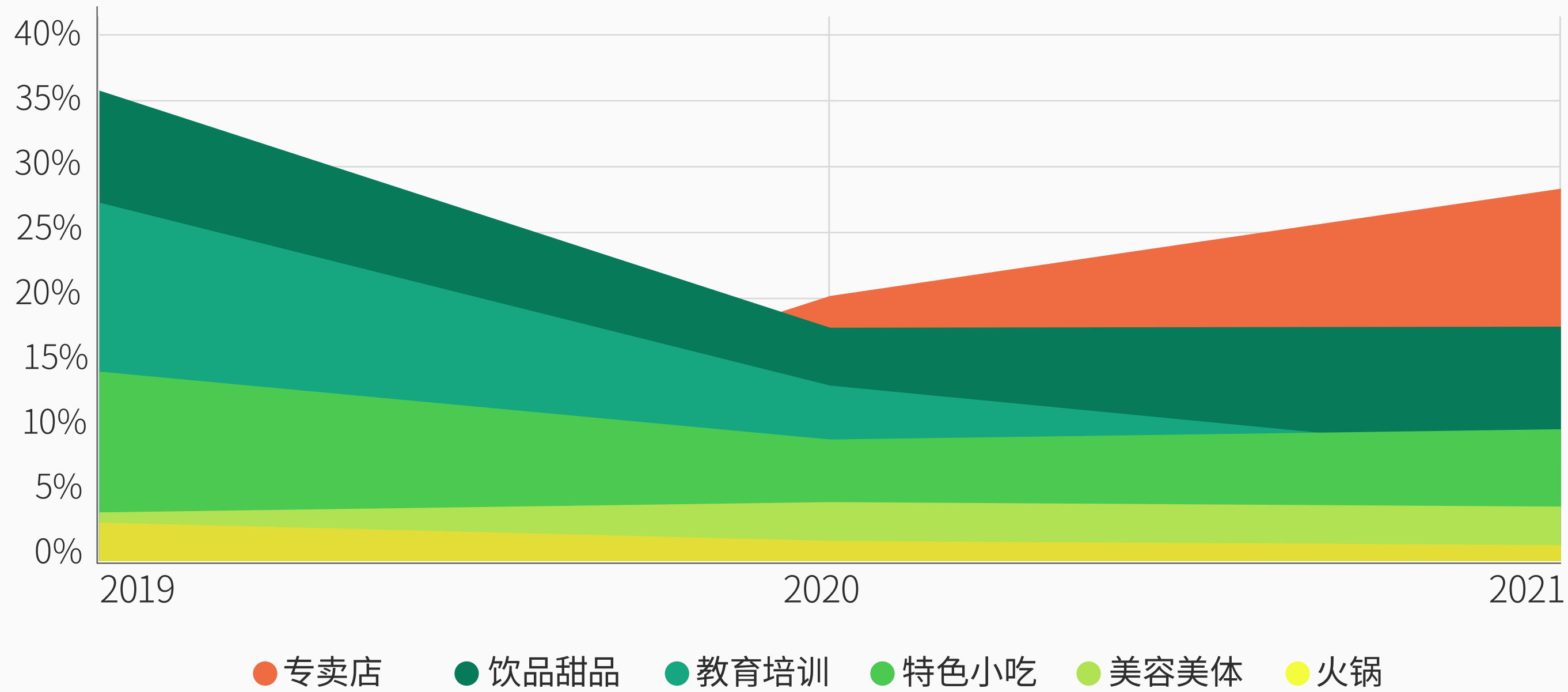
● 2019 ● 2021



影响三

零售专卖店相关品类跃升为加盟投资人最受关注品类, 受疫情和双减政策共同作用
教育培训关注度大幅下滑

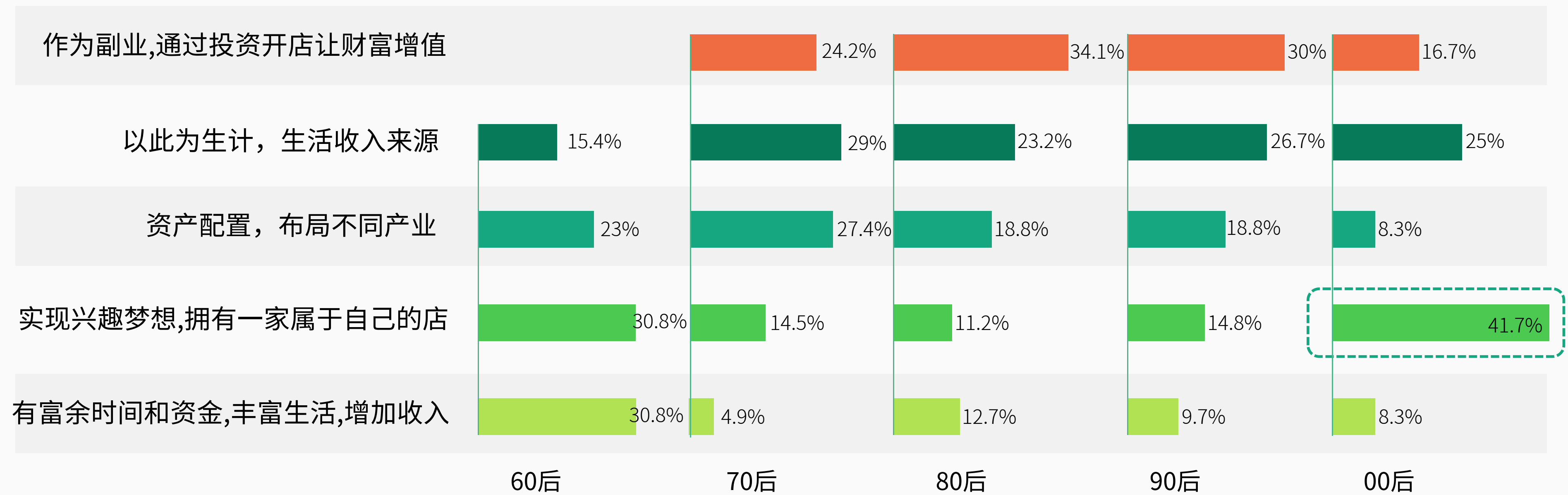
疫情前后加盟投资人关注行业变化



不同代际的加盟投资人群特征

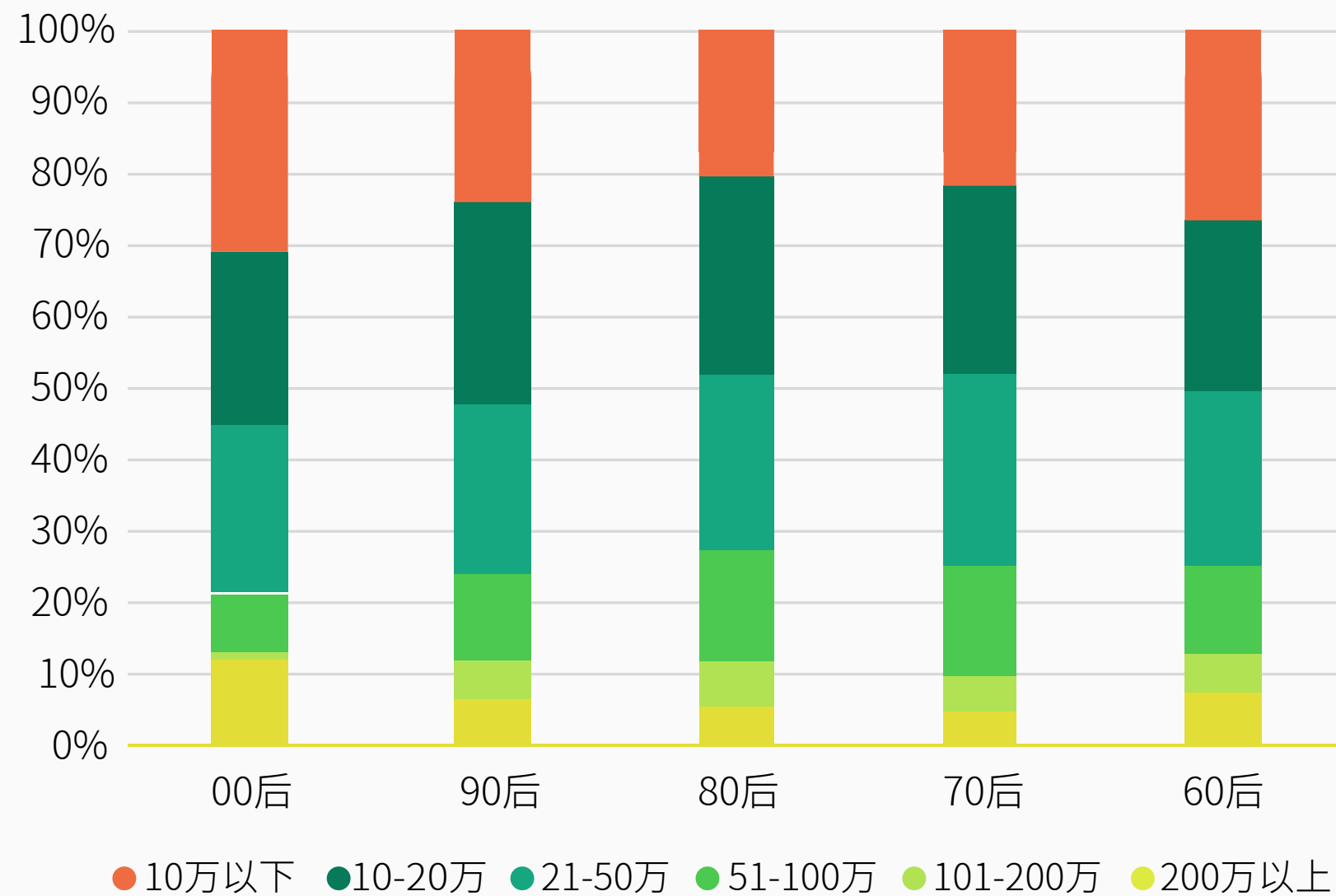
作为副业让财富增值是8090后的主要加盟动机,而00后更多为爱开店,实现自己的兴趣梦想;60后表现出明显的资金和时间富足性,资产配置布局不同产业和实现兴趣梦想、丰富生活是他们加盟开店的原因

不同代际加盟投资人加盟动机情况

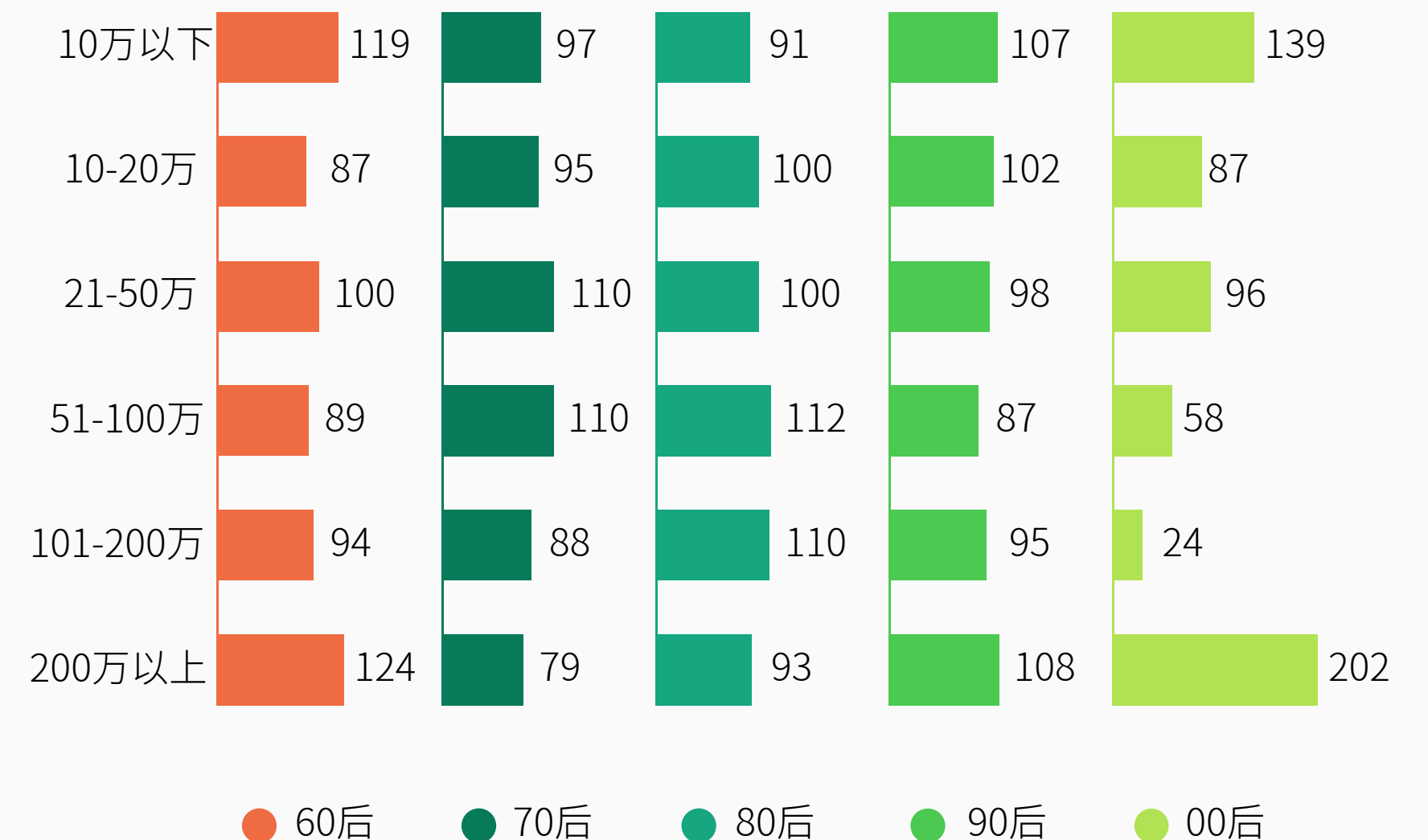


投资资金随着年龄增长呈现由低到高再降低现象；在00后、60后中10万以下的小额投资是主流，7080后则上升到21-50万；00后呈现两极分化，10万以下、200万以上投资额人群都在各年龄段最高

不同代际加盟投资人意向加盟投资资金分布



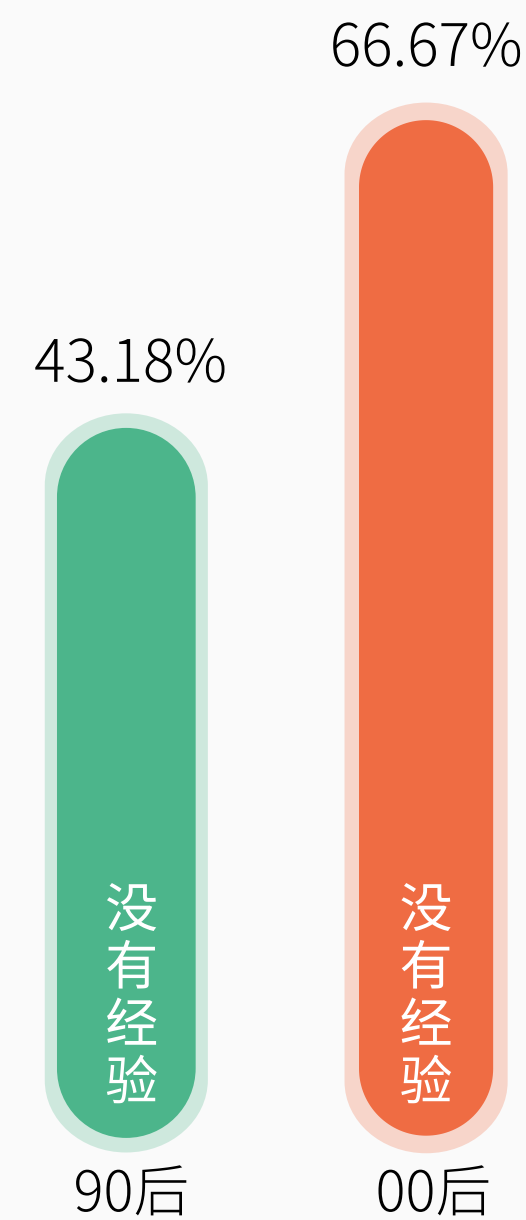
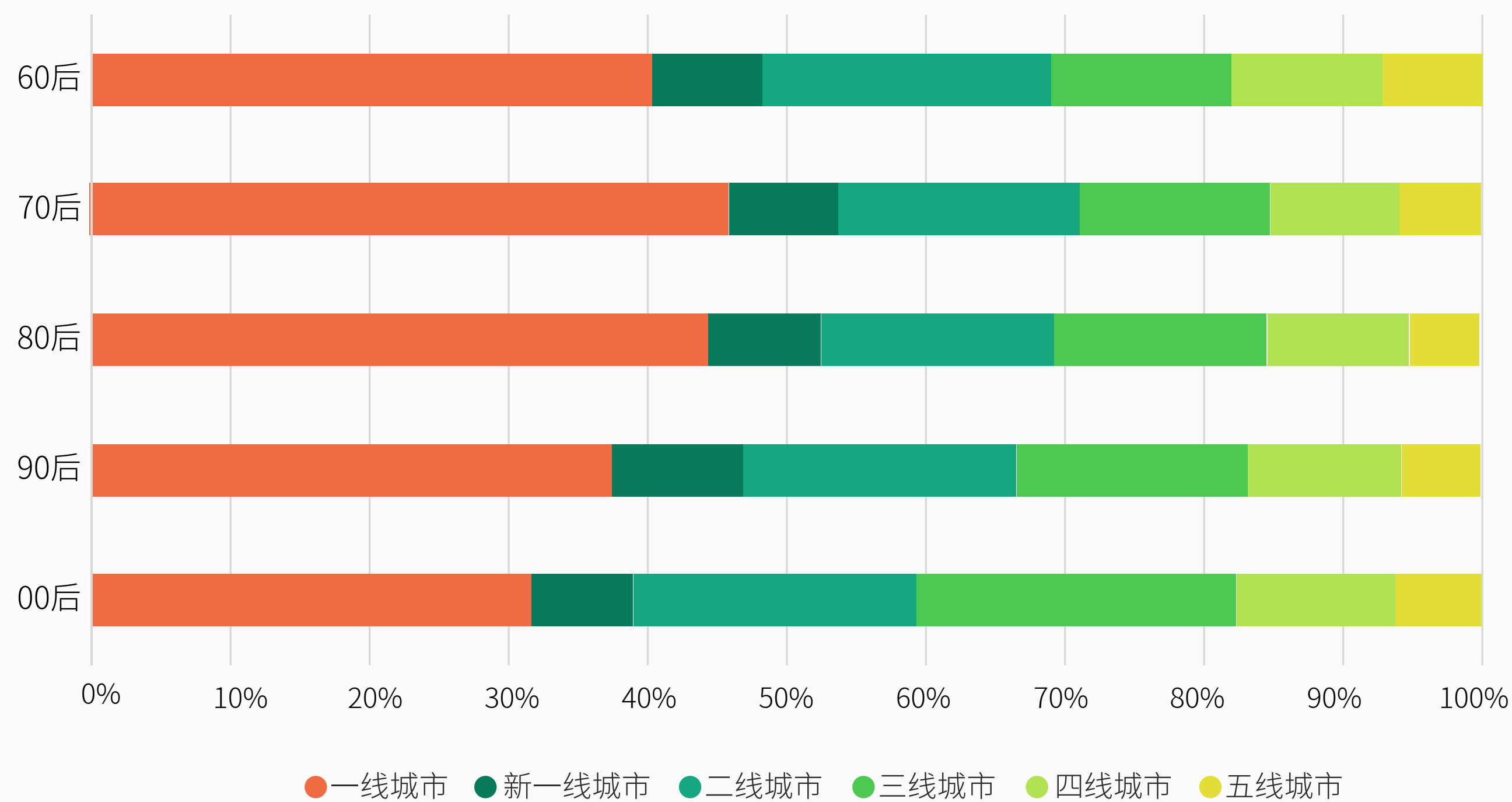
不同代际加盟投资人意向投资资金TGI指数



TGI: 某一年龄段选择某一投资资金所占比例/总体选择相同投资资金所占比例*100

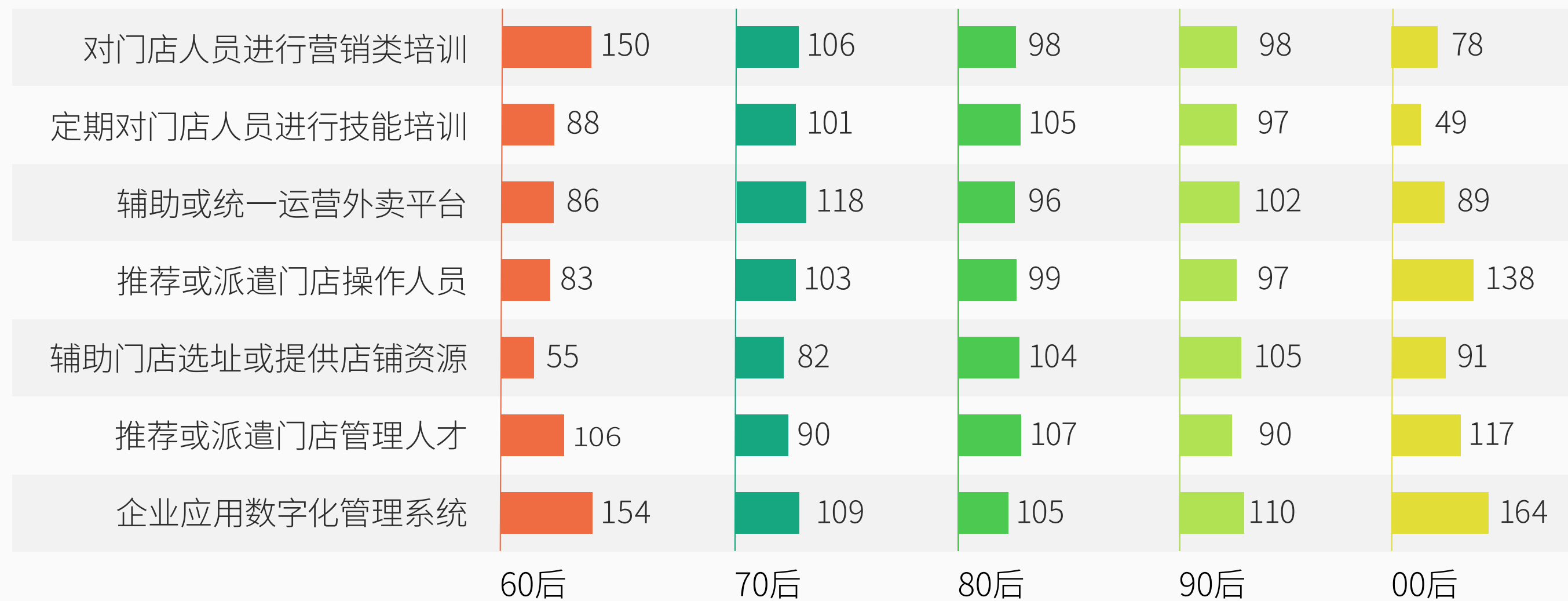
90后00后年轻的加盟投资人群体更集中在二三四线城市,且新手小白没有任何经验的占比较大

不同代际加盟投资人所在城市分布



对特许企业的需求体现出代际差异,提供店铺资源或辅助门店选址、定期对门店员工进行技能培训是8090后的普遍需求;银发族投资人对营销类培训、推荐或派遣门店管理人才需求强烈,体现出他们对企业总部的依赖性,而越年轻对营销类培训需求越弱;各年龄段,尤其00后普遍表现出对企业应用数字化管理系统的强烈需求,进入数字化特许时代,要求特许企业尽快提升数字化水平,适应新时代需求

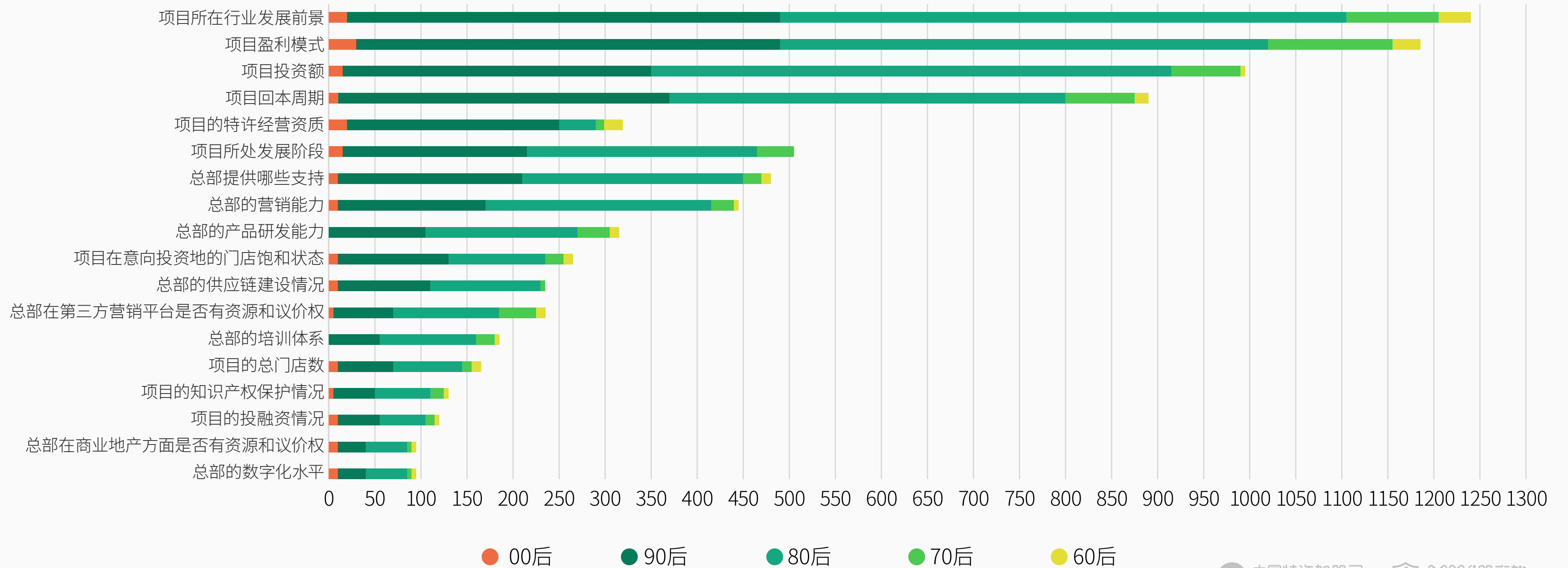
不同代际加盟投资人对特许企业需求TGI指数



TGI: 某一年龄段选择某一企业需求所占比例/总体选择相同需求所占比例*100

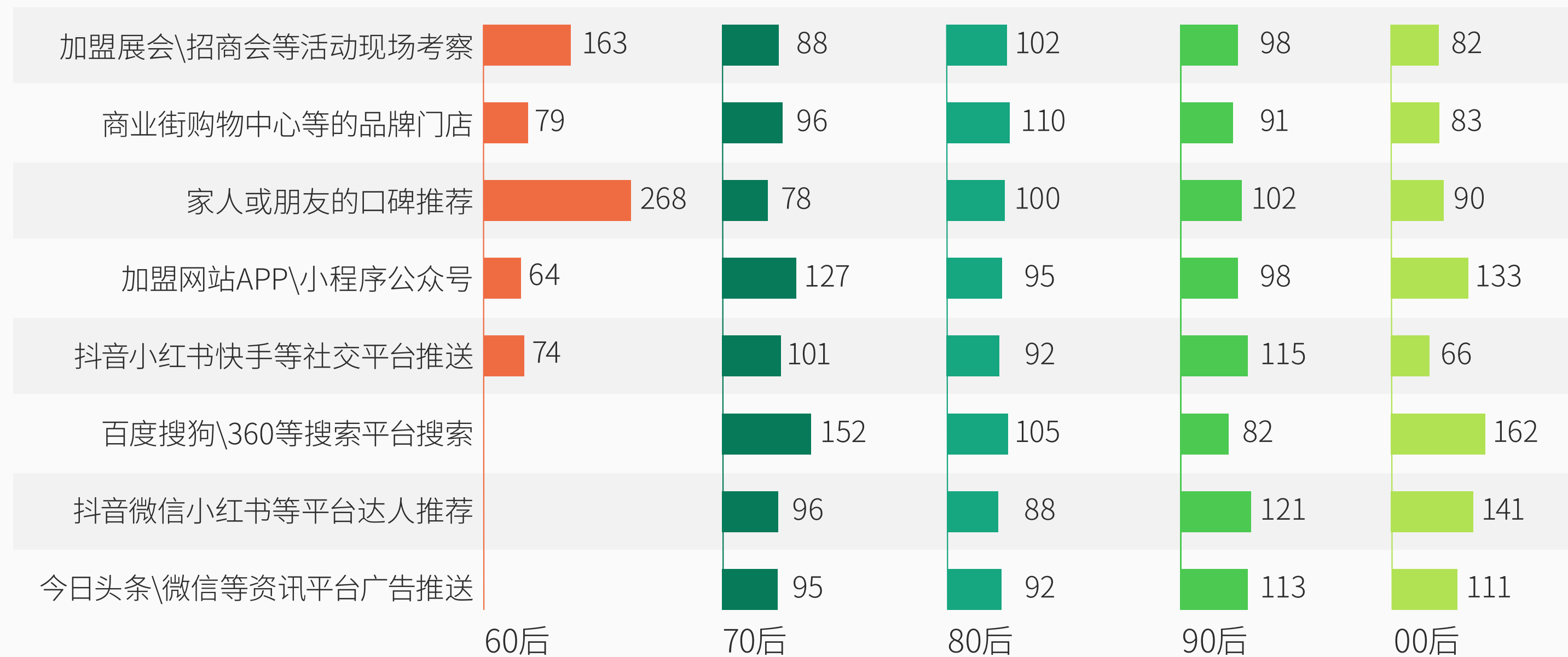
在项目考察决策因素上,排名前五的是行业发展前景、项目盈利模式、投资额、回本周期及特许经营资质,体现出当下加盟投资人既关注投资本身的基本要素,也对加盟这种模式独具的规范性越发重视

不同代际加盟投资人加盟决策因素



展会等线下活动及品牌线下门店仍然是加盟投资人最主要的信息获取渠道,网生一代的90、00后获取信息的渠道也逐渐转向互联网,抖音\微信\小红书等是其更偏好的方式,但00后表现出更强的主动性,偏好自己搜索,不喜欢广告推送等被动信息获取方式

不同代际加盟投资人信息获取渠道TGI指数

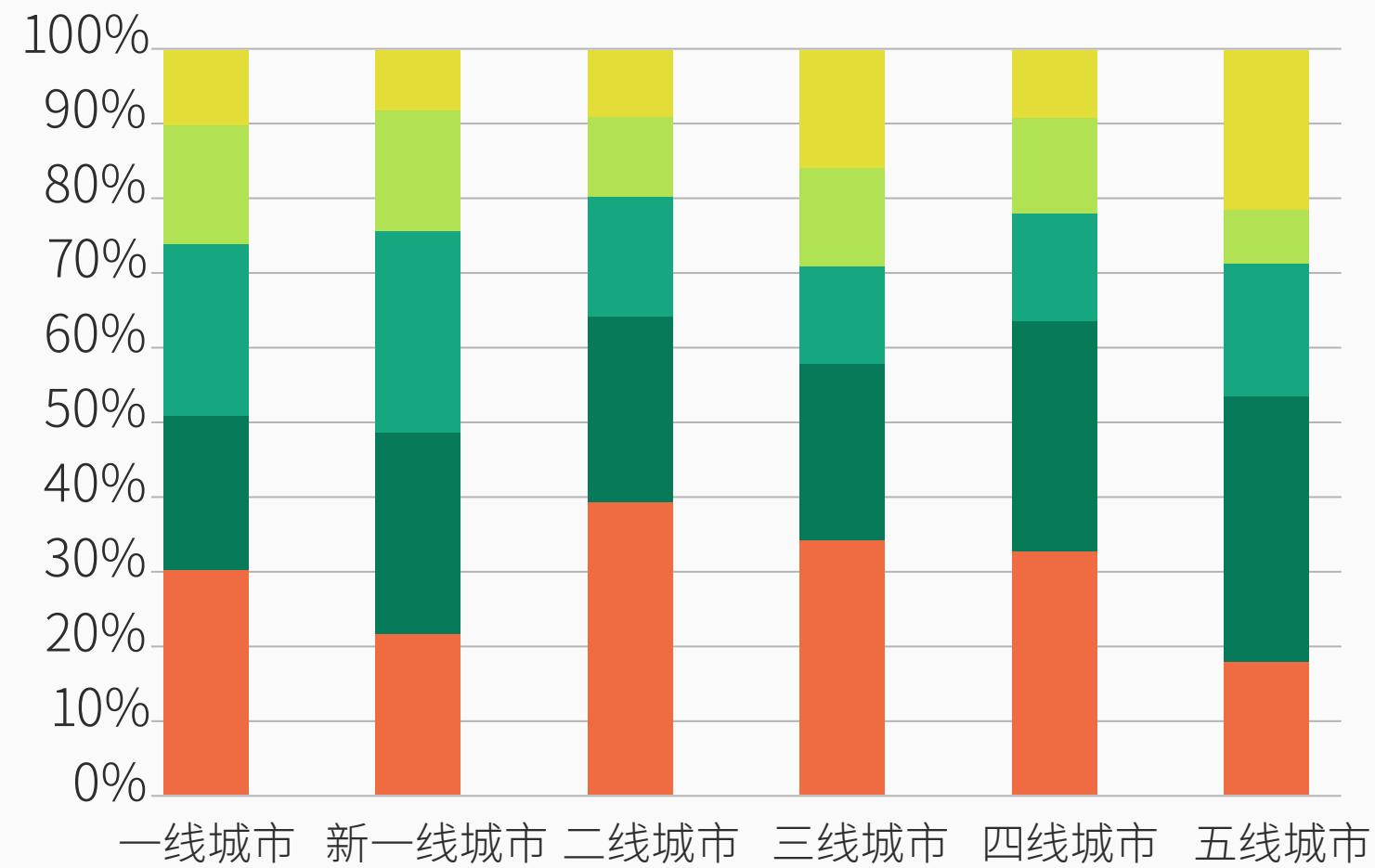


TGI: 某一年龄段选择某一信息渠道所占比例/总体选择相同渠道所占比例*100

高低线城市加盟投资人行为洞察

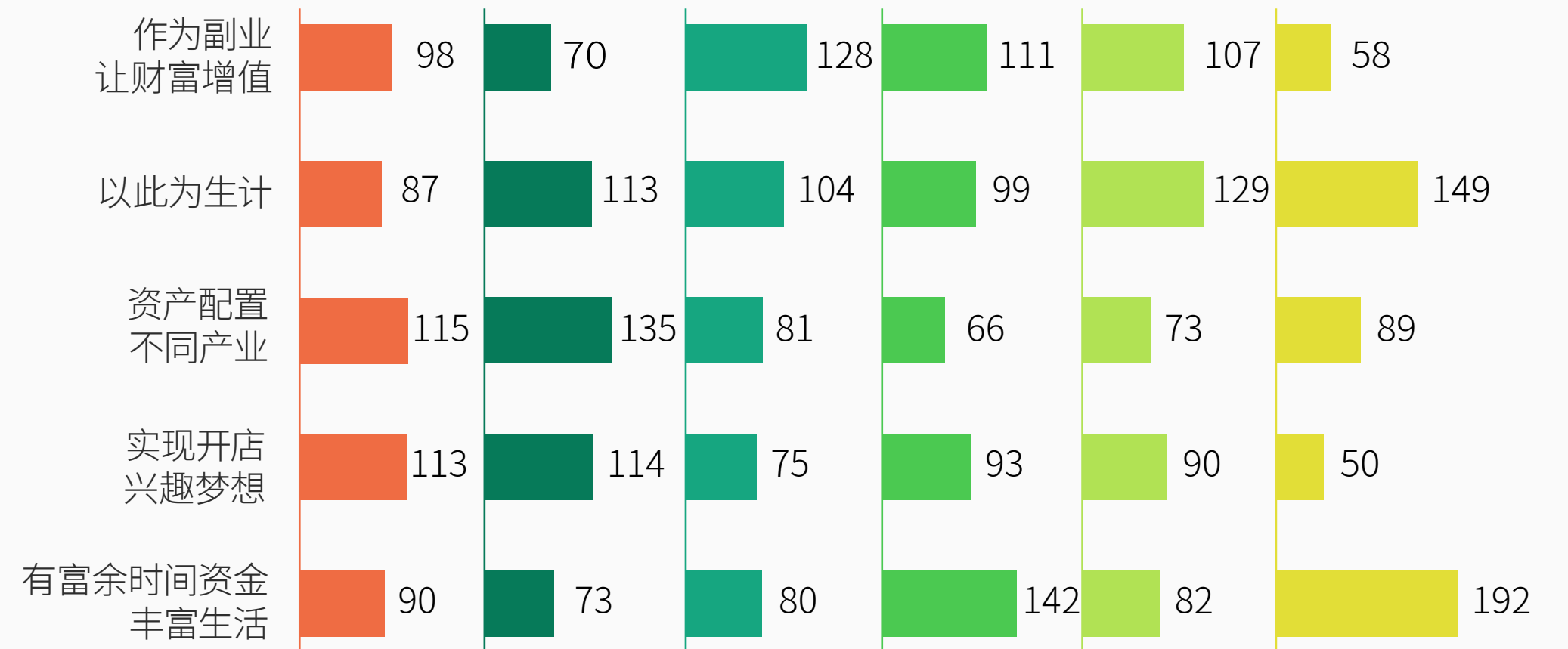
大城小镇加盟动机形成反差,一边更多是作为副业,让既有财富增值而选择开店,一边是以此为生计和有富余时间与资金为丰富生活而开店,体现出这两个城市群加盟投资人群不同的生活状态与生活态度

各线级城市加盟投资人加盟动机分布情况



● 作为副业,让财富增值 ● 资产配置不同产业 ● 有富余时间资金丰富生活
 ● 以此为生计 ● 实现开店兴趣梦想

各线级城市加盟投资人加盟动机TGI指数

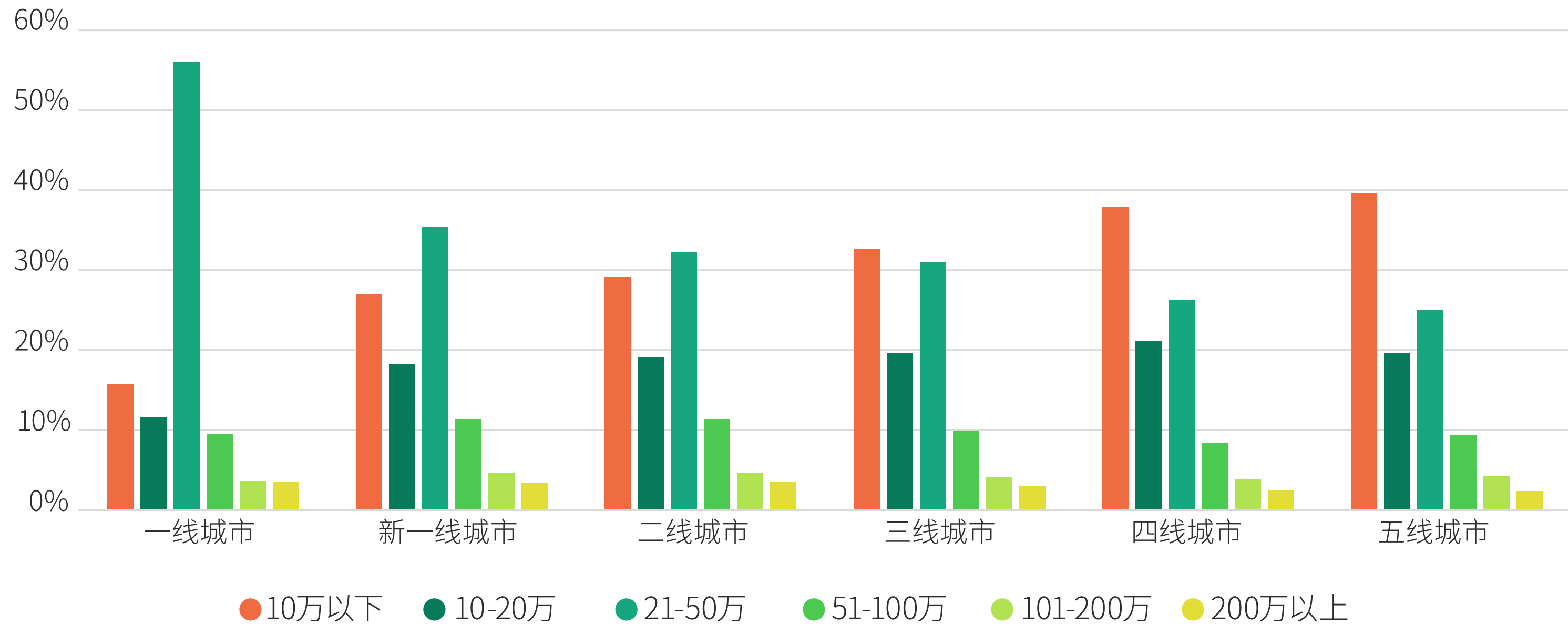


● 一线城市 ● 新一线城市 ● 二线城市 ● 三线城市 ● 四线城市 ● 五线城市

TGI: 某线级城市选择某一加盟动机所占比例/总体选择相同动机所占比例*100

从高线到低线城市，加盟投资人的意向投资额逐渐降低，三四五线城市以10万以下小额投资人相较更多，而在二线城市以上城市，意向投资21~50万的人占多数

各线城市加盟投资人意向投资额分布



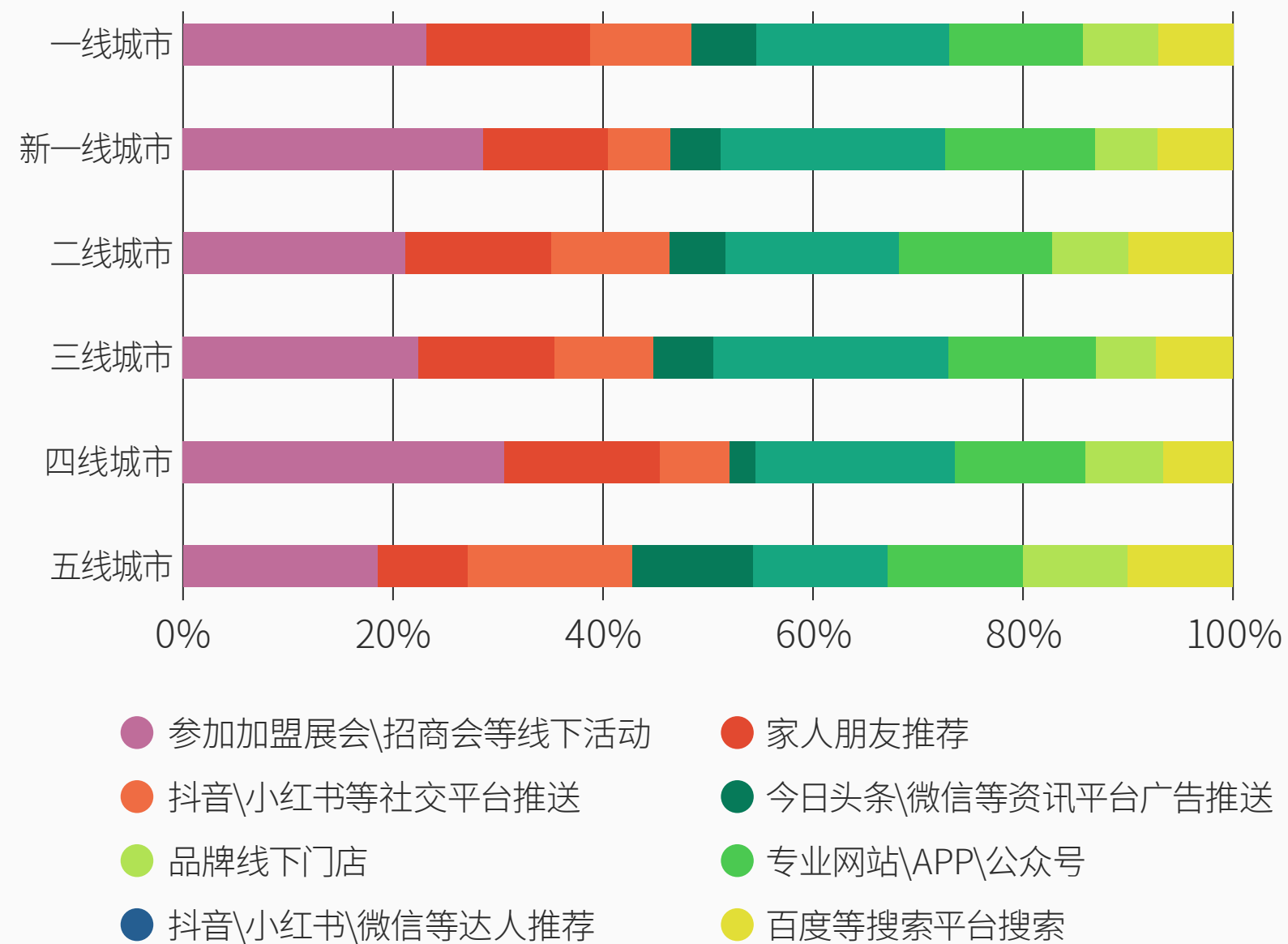
一线城市人群最关注饮品甜品,而专卖店等零售业态是其他线级城市最关注的业态。各城市群体体现出一定的城市发展差异,一线城市日韩式餐饮受到普遍关注,洗衣洗染则掉出关注榜前10;汽车维修美容进入到四五线城市人群关注前10,珠宝首饰受到五线及以下城市人群关注

各线级城市加盟投资人加盟关注行业TOP10

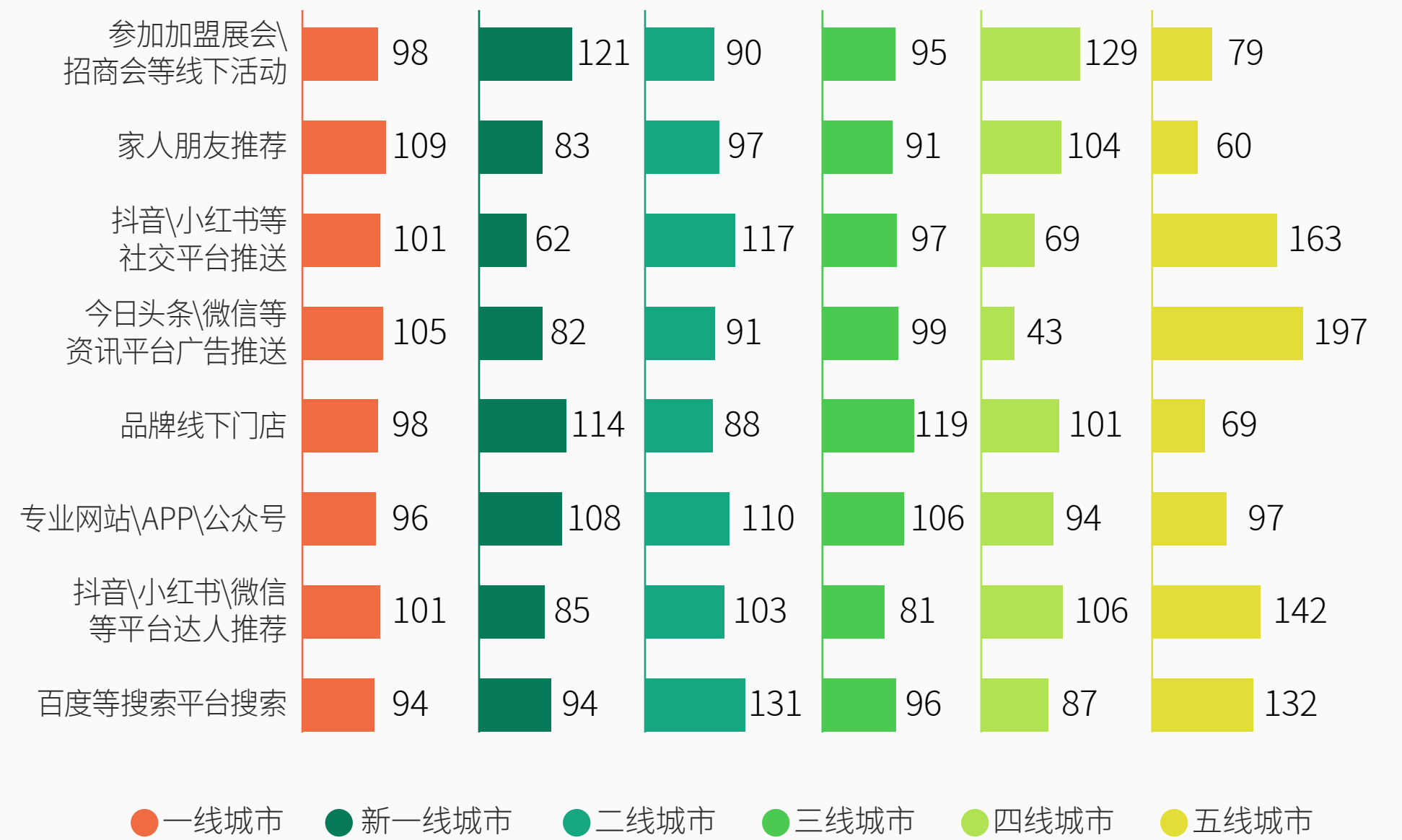
一线城市	新一线城市	二线城市	三线城市	四线城市	五线城市
饮品甜品	专卖店	专卖店	专卖店	专卖店	专卖店
专卖店	特色小吃	饮品甜品	饮品甜品	饮品甜品	饮品甜品
教育培训	饮品甜品	特色小吃	特色小吃	特色小吃	教育培训
特色小吃	教育培训	教育培训	教育培训	教育培训	特色小吃
超市	西式餐饮	美容美体	美容美体	美容美体	美容美体
西式餐饮	超市	西式餐饮	超市	汽车维修美容	珠宝首饰
美容美体	美容美体	超市	洗衣洗染	洗衣洗染	西式餐饮
日韩式餐饮	便利店	便利店	西式餐饮	西式餐饮	汽车维修美容
火锅	洗衣洗染	洗衣洗染	酒类	便利店	洗衣洗染
便利店	火锅	火锅	火锅	火锅	火锅

不管在大城还是小镇,参加展会、品牌线下门店等看得见、摸得着的方式始终是加盟投资人最信赖的加盟信息获取方式;在抖音、小红书、微信等成为连锁品牌们的重要宣传阵地后,也扮演着品牌门店的角色,受到因地理因素限制无法从线下获取更多信息的小镇加盟投资人的青睐

各线城市加盟投资人加盟信息获取方式



各线城市加盟投资人加盟信息获取方式TGI指数

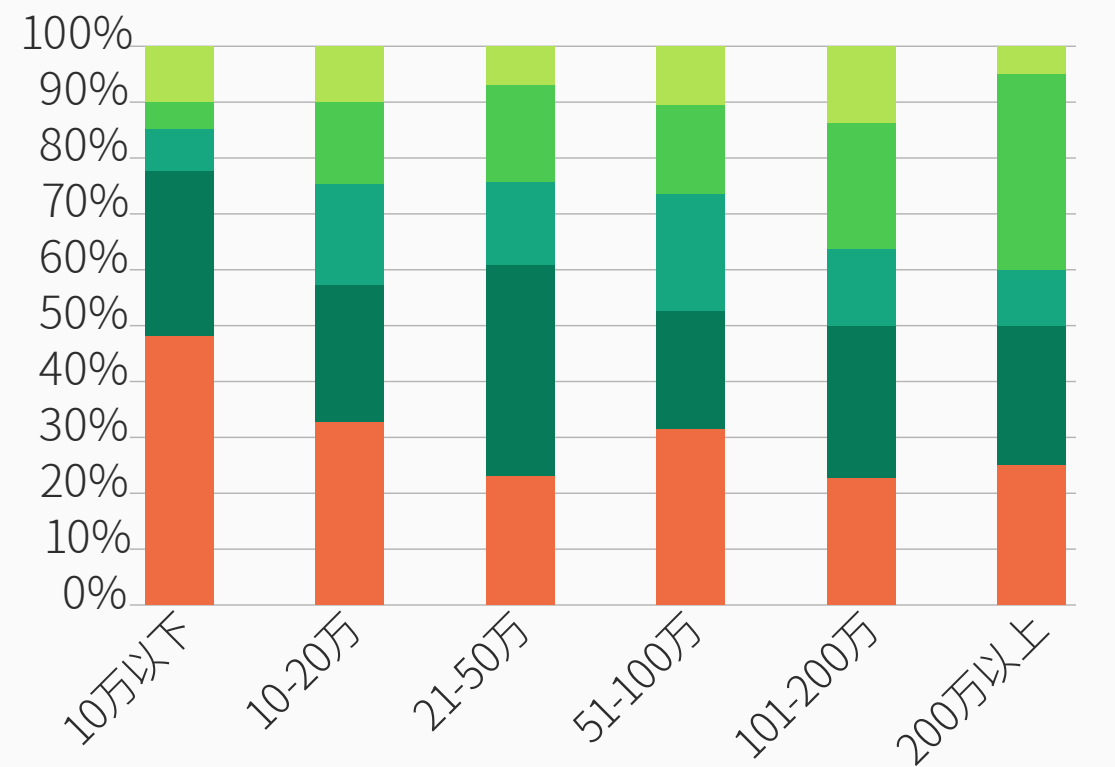


TGI: 某线城市选择某一信息获取方式所占比例/总体选择相同方式所占比例*100

各量级投资额加盟人群的特征行为分析

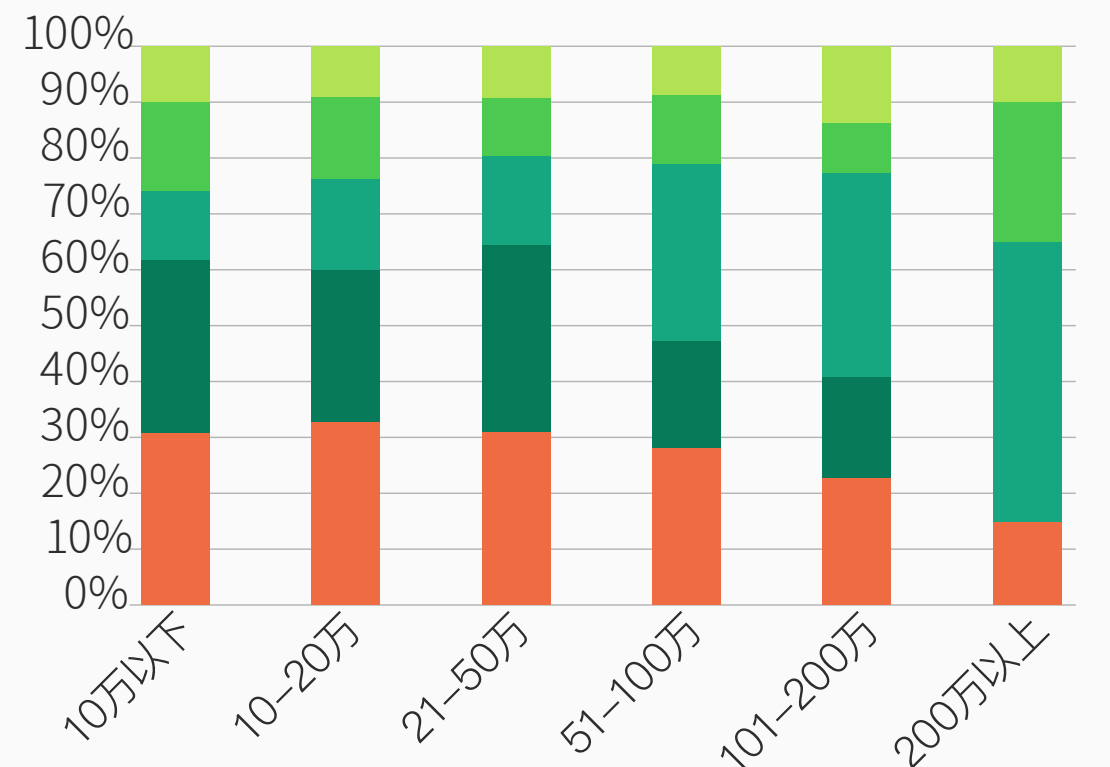
计划投资资金越大,加盟投资人的加盟经验越充足,尤其200万以上大额投资人多有多次成功加盟经验,让他们愿意继续选择加盟;50万是以加盟作为生计还是资产配置布局不同产业的分界线,将影响他们对加盟品类、回本周期等的考虑

各量级投资额加盟投资人拥有加盟经验情况



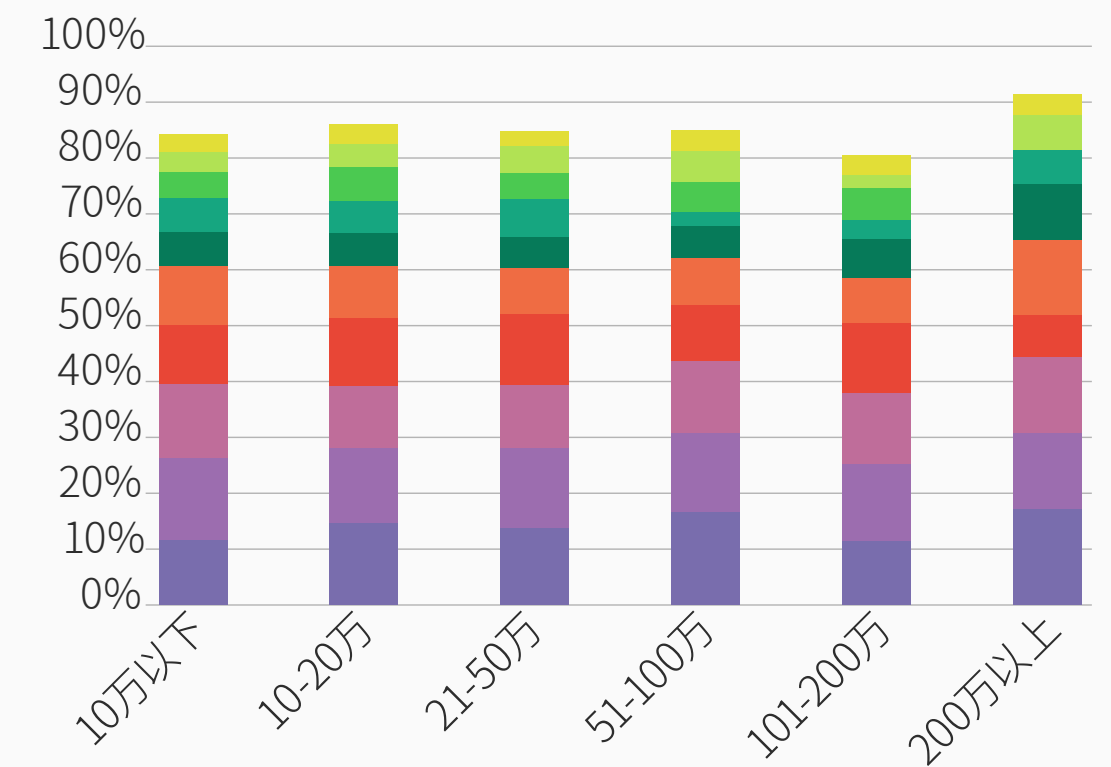
● 没有任何经验 ● 有过开店经验 ● 有一次成功加盟经验
● 有多次成功加盟经验 ● 加盟过未成功

各量级投资额加盟投资人加盟开店动机情况



● 作为副业,财富增值 ● 以此为生计 ● 资产配置,布局不同产业
● 实现兴趣梦想 ● 有富余时间金钱,丰富生活

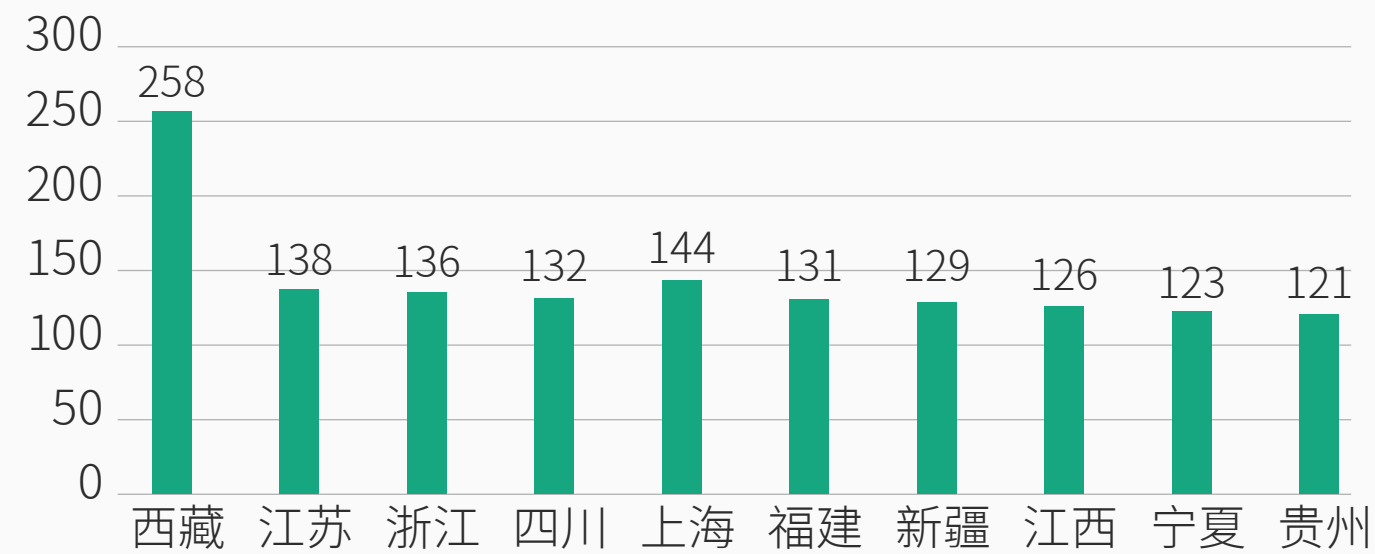
各量级投资额加盟投资人加盟决策因素前十情况



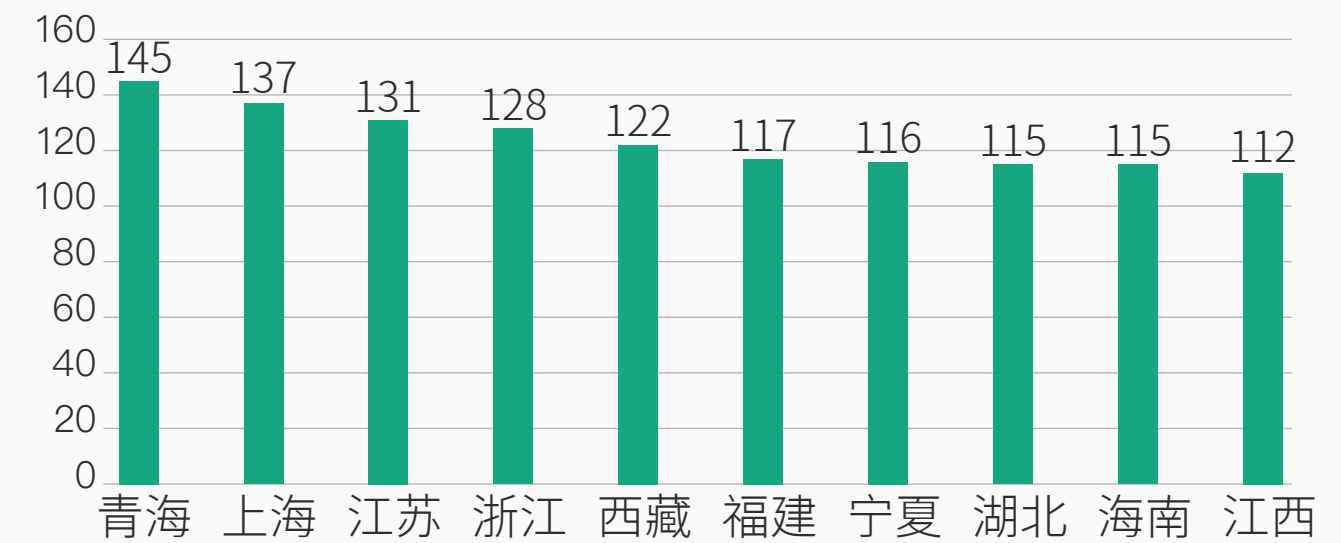
● 行业前景 ● 盈利模式 ● 投资额 ● 回本周期
● 特许经营资质 ● 项目所处发展阶段 ● 总部提供支持
● 总部营销能力 ● 总部产品研发能力 ● 门店饱和状态

以50万为线,江浙沪及沿海地区省份更愿意进行50万以上中大额、大额投资,京津地区以21-50万中位投资意向强烈,这与该地区更多以加盟开店作为副业情况相符;中部、东北部省份更愿意进行小本灵活投资

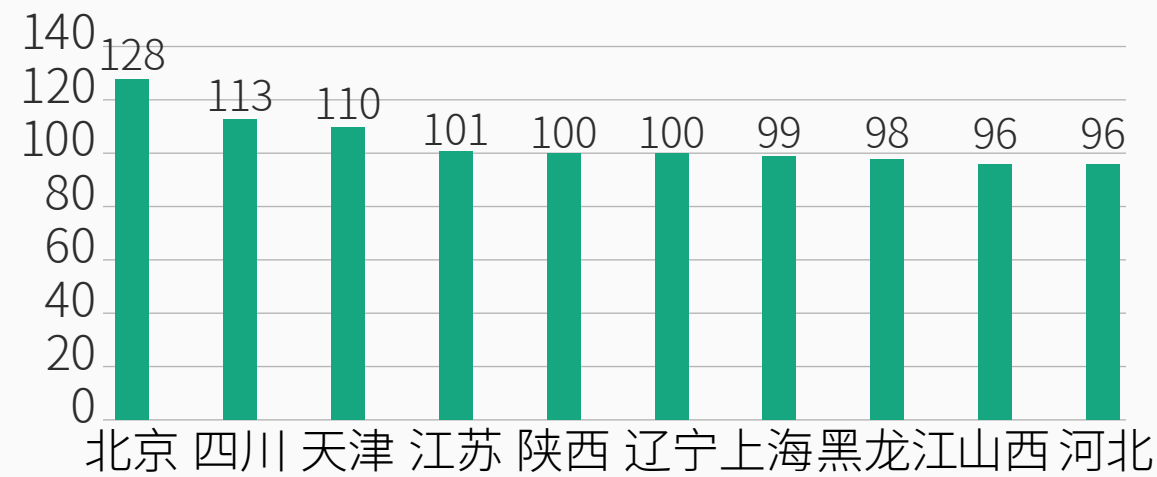
101-200万投资额加盟投资人所在省份TGI前10分布



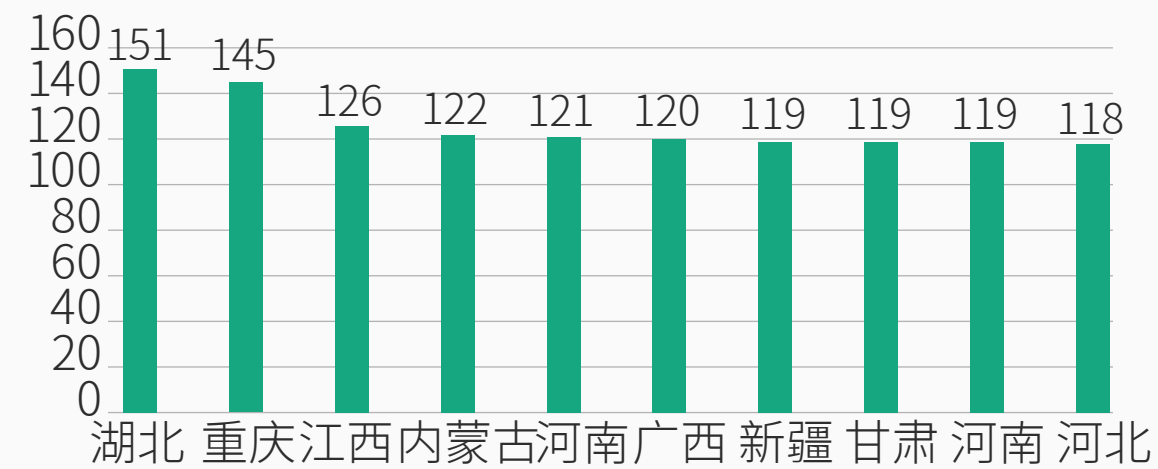
51-100万投资额加盟投资人所在省份TGI前10分布



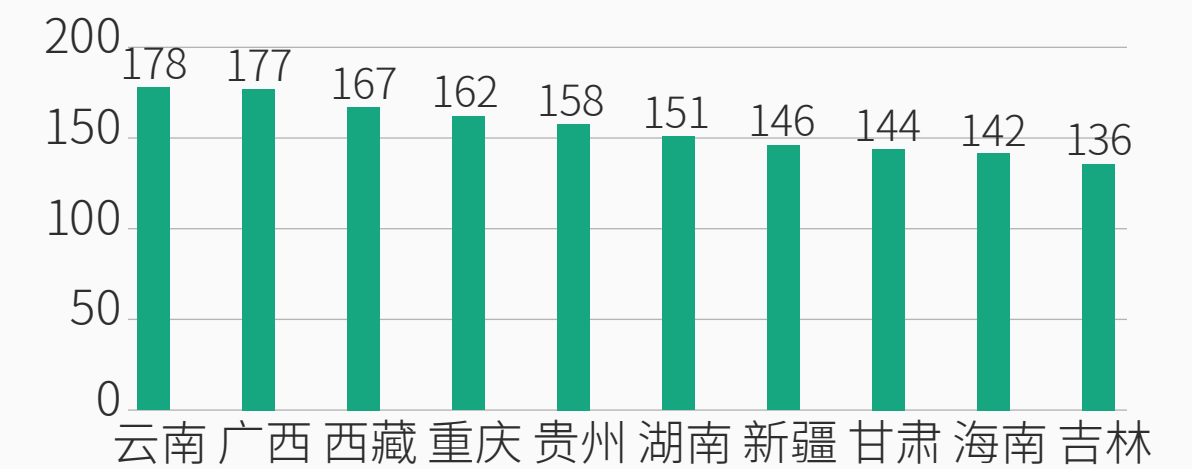
21-50万投资额加盟投资人所在省份TGI前10分布



10-20万投资额加盟投资人所在省份TGI前10分布



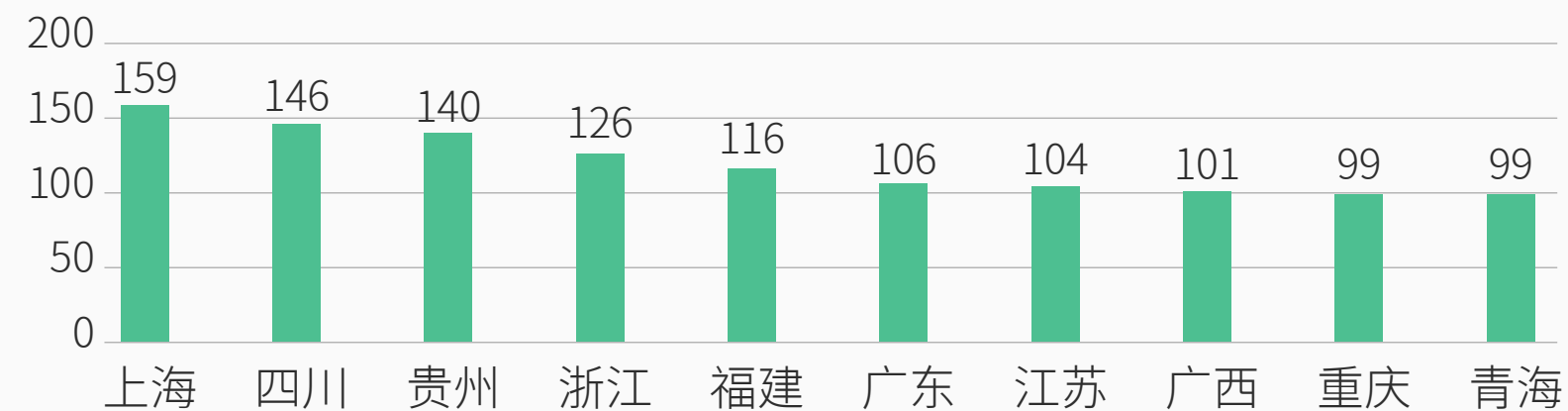
10万以下投资额加盟投资人所在省份TGI前10分布



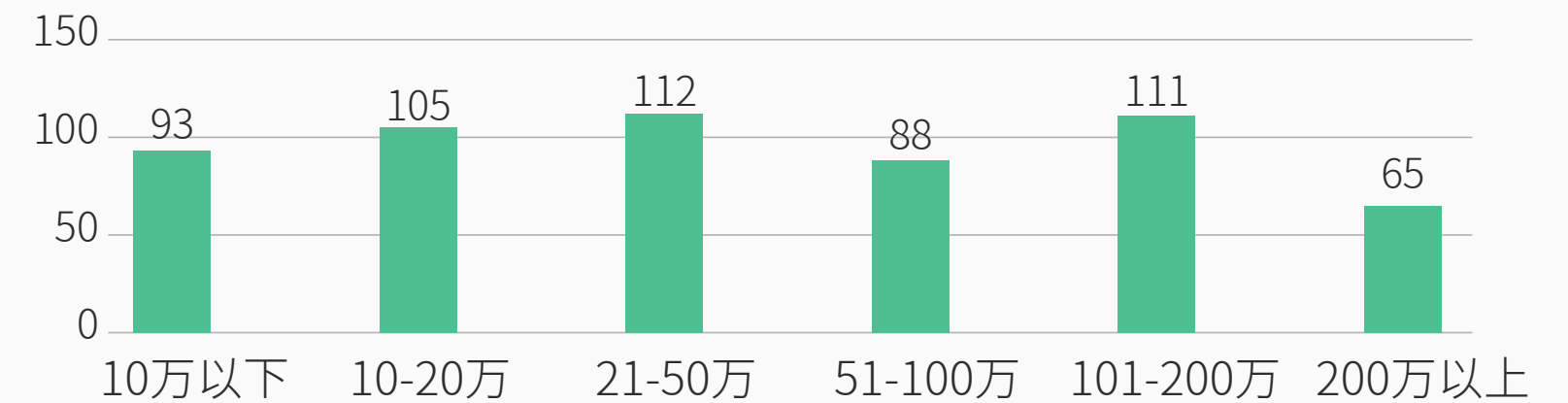
TGI: 某一省份选择某一投资额区间所占比例/总体选择相同投资额所占比例*100

200万以上的大额投资人非常看重项目的规范性,对回本周期的要求相对较低,更看重长期回报。华东、沿海省份200万以上大额投资意向更强,西南区域投资人实力不容小觑

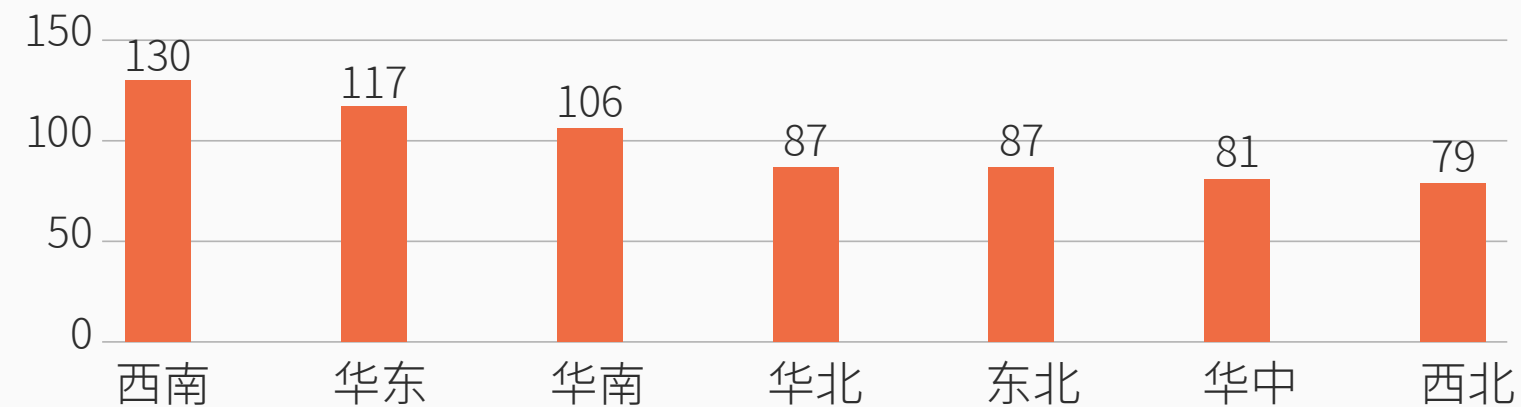
200万以上投资人所在省份TGI前10分布



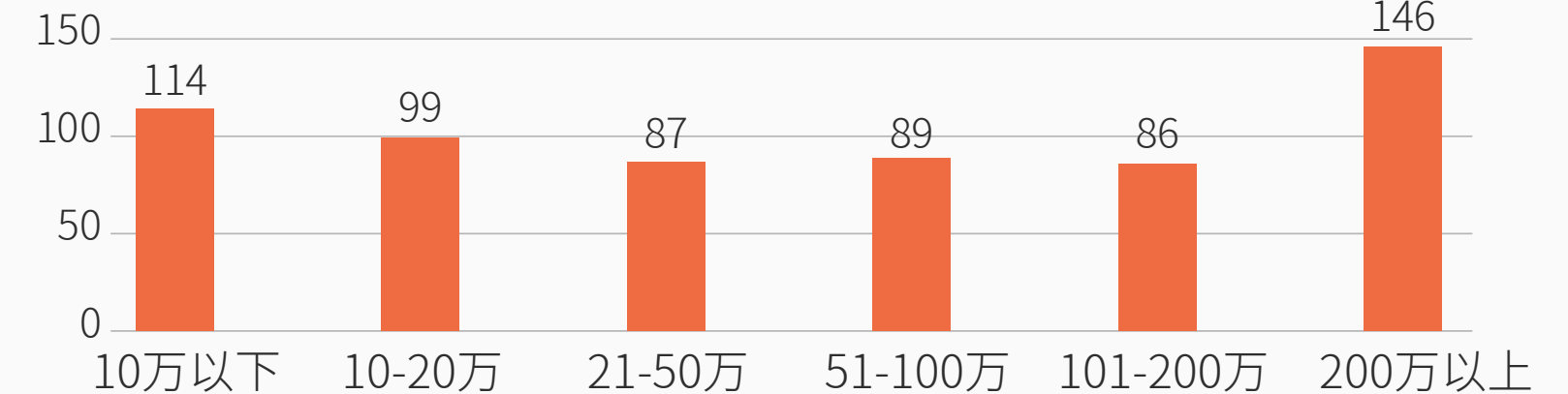
各量级投资额加盟投资人对项目回本周期关注TGI分布



200万以上投资人地理区域TGI分布



各量级投资额加盟投资人对项目特许经营资质要求TGI分布



TGI: 某一量级加盟投资人对企业资质要求所占比例/总体选择资质要求所占比例*100
 某一区域\省份加盟投资人选择200万以上投资占总体选择200万以上投资所占比例*100

随着投资额的增长,对教育培训的关注度逐渐上升,并在51-100万人群中成为首要选择;100万以上更大额人群首选标准化程度高、应用加盟模式最早最成熟的西式餐饮,并普遍将休闲娱乐、酒店、珠宝首饰纳入考察范围;中小额投资额人则更关注零售专卖、饮品甜品、特色小吃这些更为大众化、回本周期相对较快的业态

各量级投资额加盟投资人关注行业TOP10

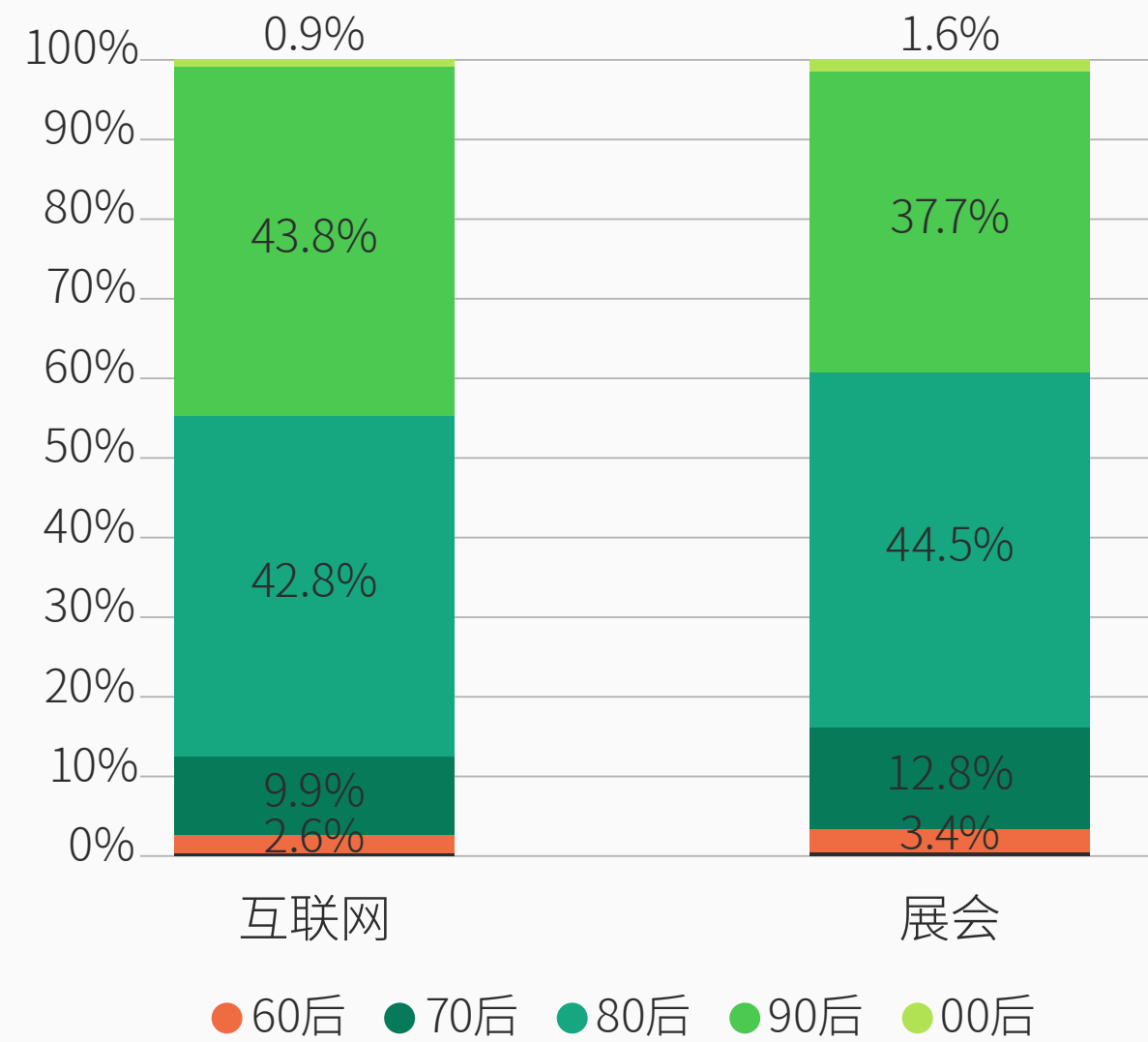
10万以下	10-20万	21-50万	51-100万	101-200万	200万以上
专卖店	饮品甜品	专卖店	教育培训	西式餐饮	西式餐饮
特色小吃	特色小吃	饮品甜品	饮品甜品	烘焙	休闲娱乐
饮品甜品	专卖店	教育培训	专卖店	饮品甜品	教育培训
美容美体	教育培训	超市	汽车维修美容	专卖店	饮品甜品
家居家具	洗衣洗染	特色小吃	日韩式餐饮	教育培训	酒店
装修环保	美容美体	便利店	便利店	火锅	专卖店
珠宝首饰	便利店	日韩式餐饮	火锅	休闲娱乐	火锅
教育培训	酒类	美容美体	特色小吃	珠宝首饰	烧烤烤肉
超市	火锅	西式餐饮	家居家具	酒店	珠宝首饰
食品营养品	汽车维修美容/西式餐饮	孕产康	酒店	特色小吃	便利店

互联网加盟投资人与展会加盟投资人特征及行为对比

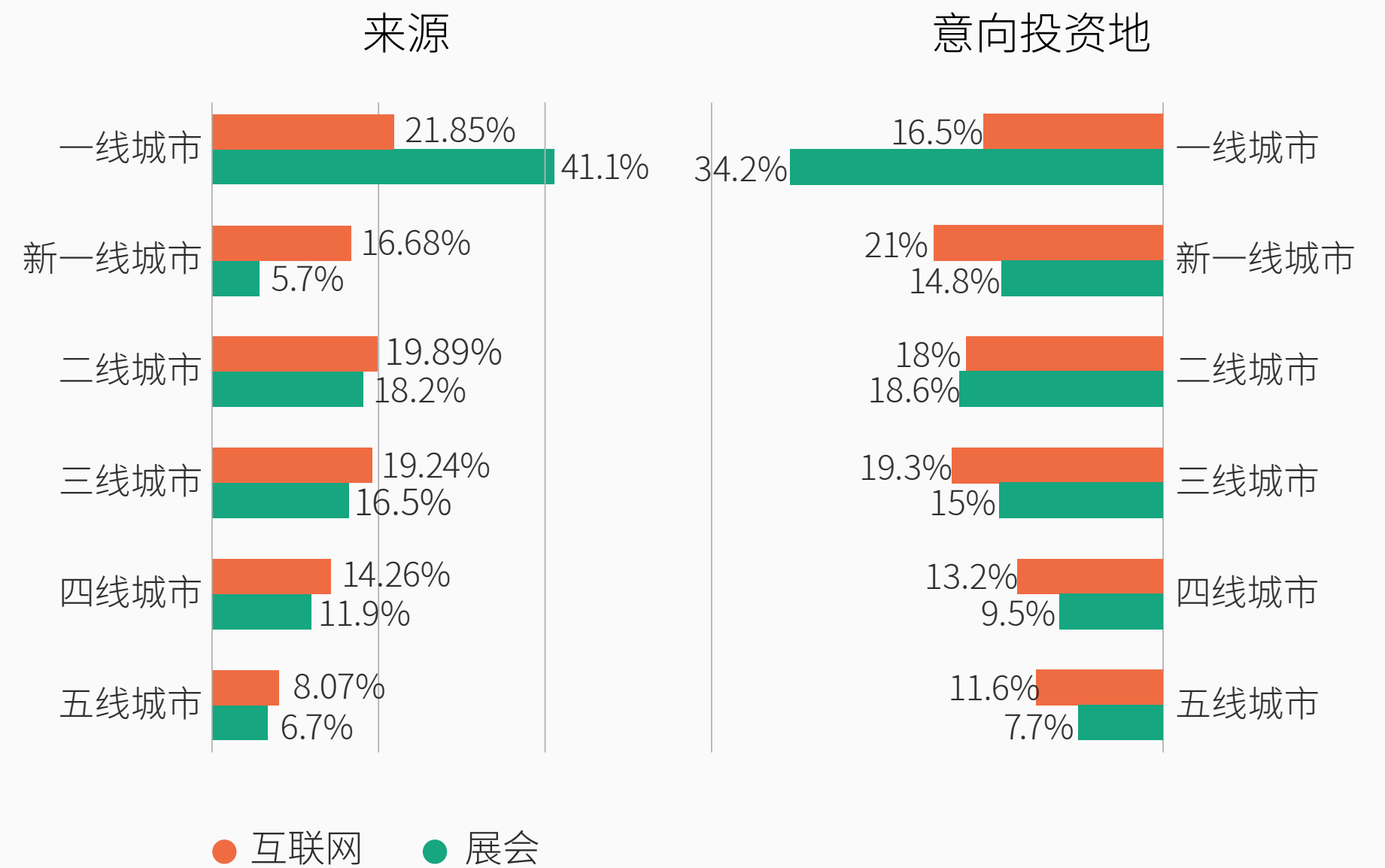
展会及互联网加盟投资人年龄构成基本一致,都以80后、90后为绝对主力,两者总和超过80%;相较来看,互联网加盟投资人略年轻于展会投资人,以90后为主,而展会则以80后为主

从城市来源来看,互联网加盟投资人更集中在低线城市,各线级分布相对均衡,而展会投资人受地缘性影响,一线城市的人更多;新一线城市近些年经济的快速发展吸引了线上线下投资人的青睐,县乡小镇的开店吸引力也在凸显

展会及互联网加盟投资人年龄构成对比



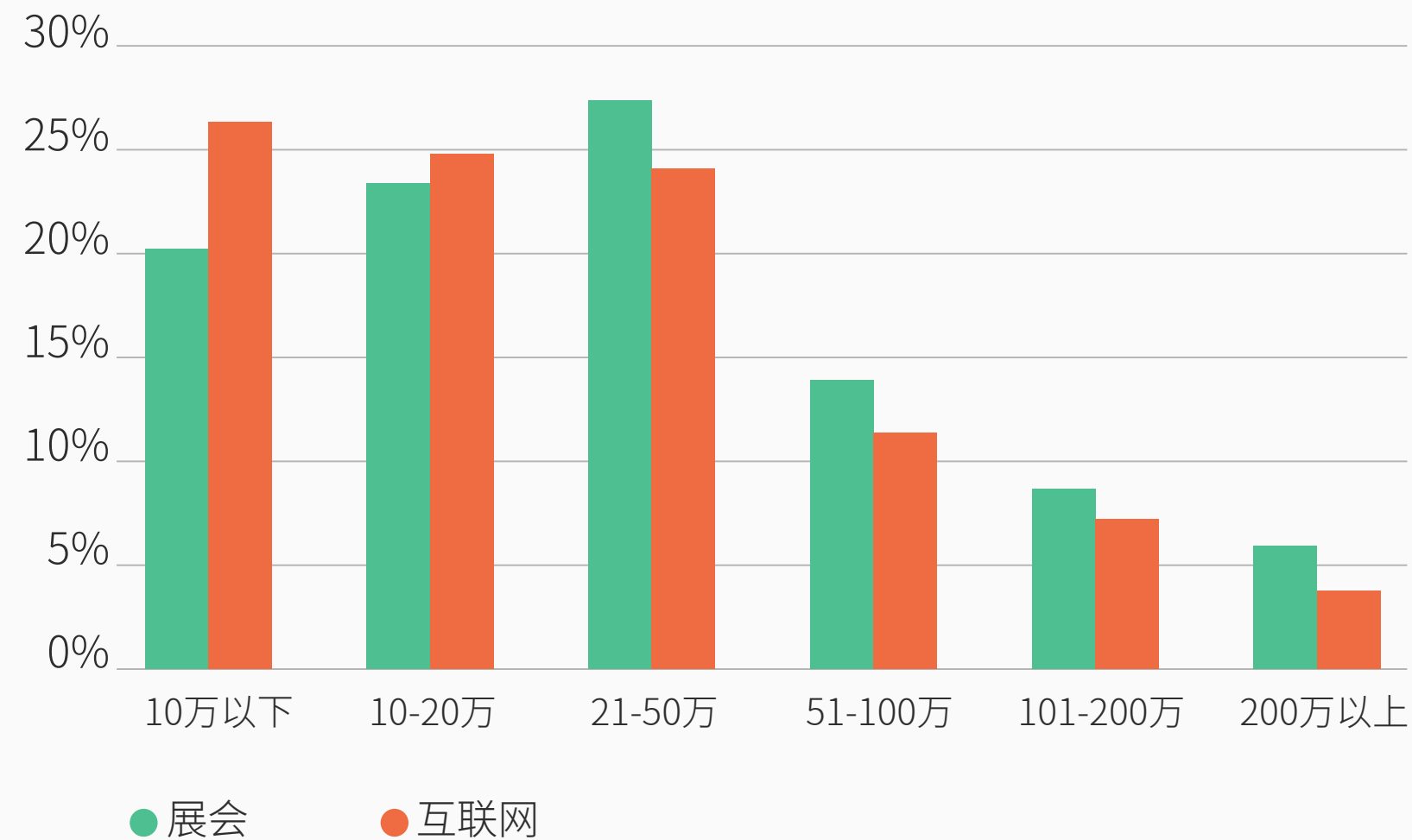
展会及互联网加盟投资人来源及意向投资地对比



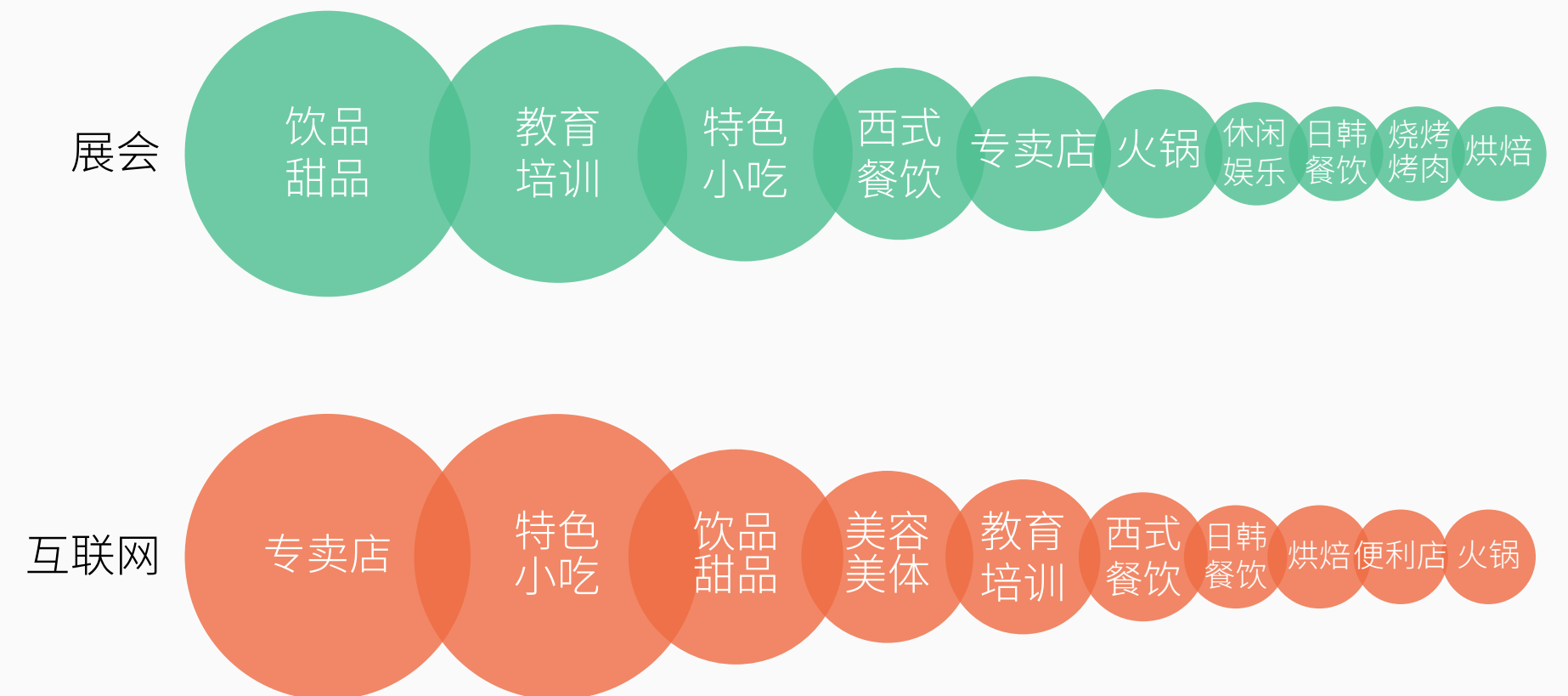
展会加盟投资人意向投资资金整体大于互联网加盟投资人;展会加盟投资人以20-50万为主,互联网加盟投资人以10万以下投资额为主

与意向投资额相对应,展会加盟投资人关注行业的投资额也略高于互联网加盟投资人;展会加盟投资人更关注餐饮和服务行业,互联网加盟投资人则更关注零售和餐饮

展会及互联网加盟投资人意向投资额对比



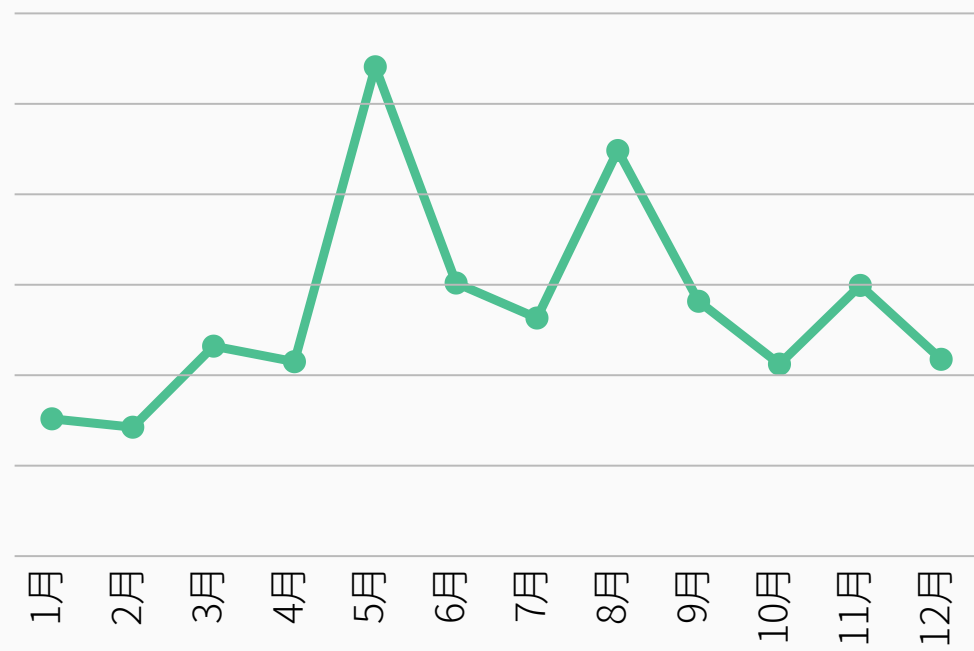
展会及互联网加盟投资人关注行业TOP10对比



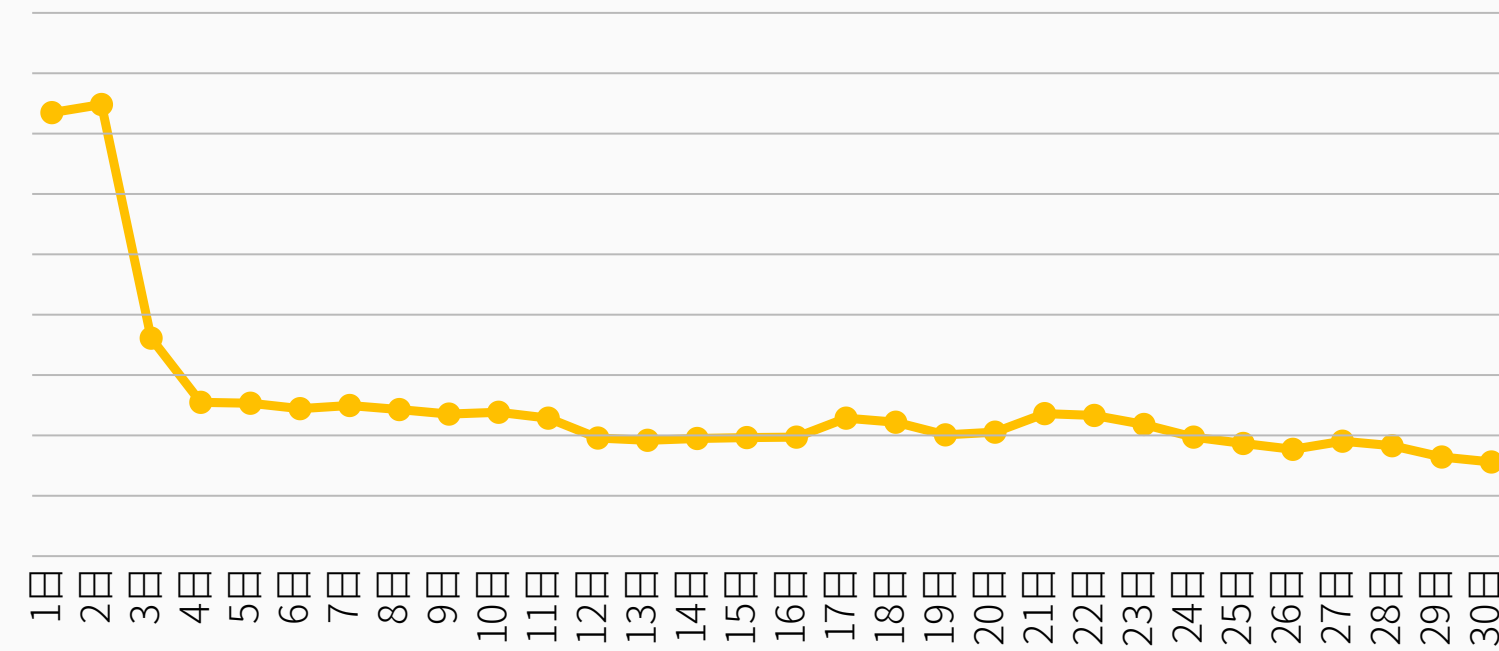
数据来源: 2021中国特许加盟展注册观众&盟享加&盟盟好店注册用户

每年二、三季度是互联网加盟投资人考察项目的需求旺季;而一月之中需求主要集中在月初头几天;一天之中的需求峰值分别位于上午10-11时和午后的14-16时以及睡前的21-22时

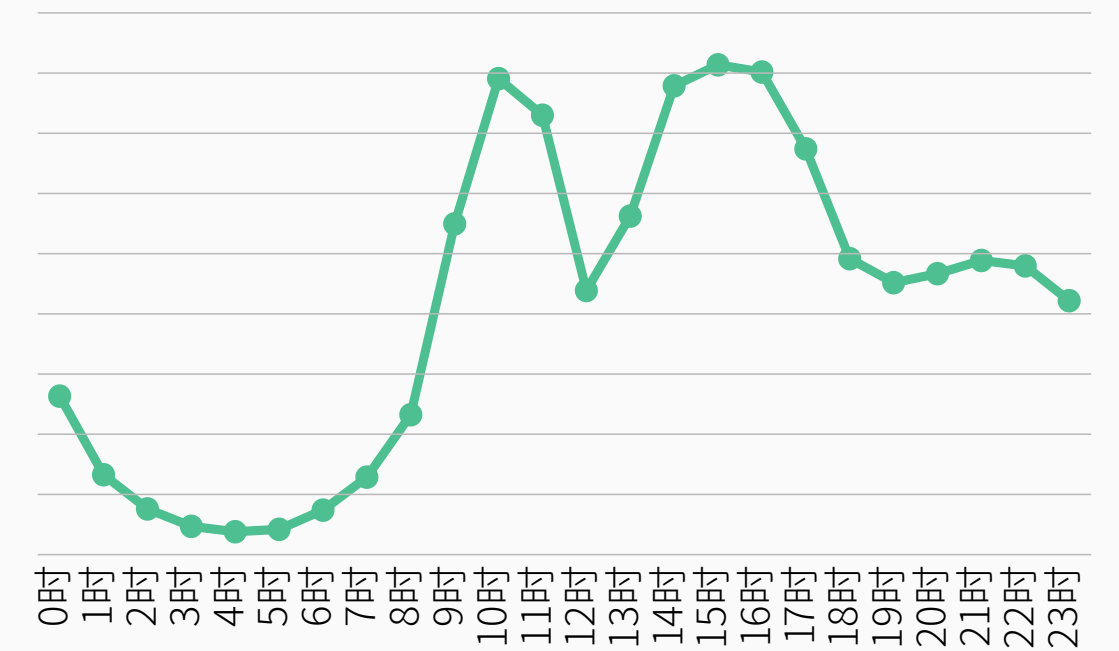
● 互联网加盟投资人登陆月份分布



● 互联网加盟投资人每月登陆日期分布

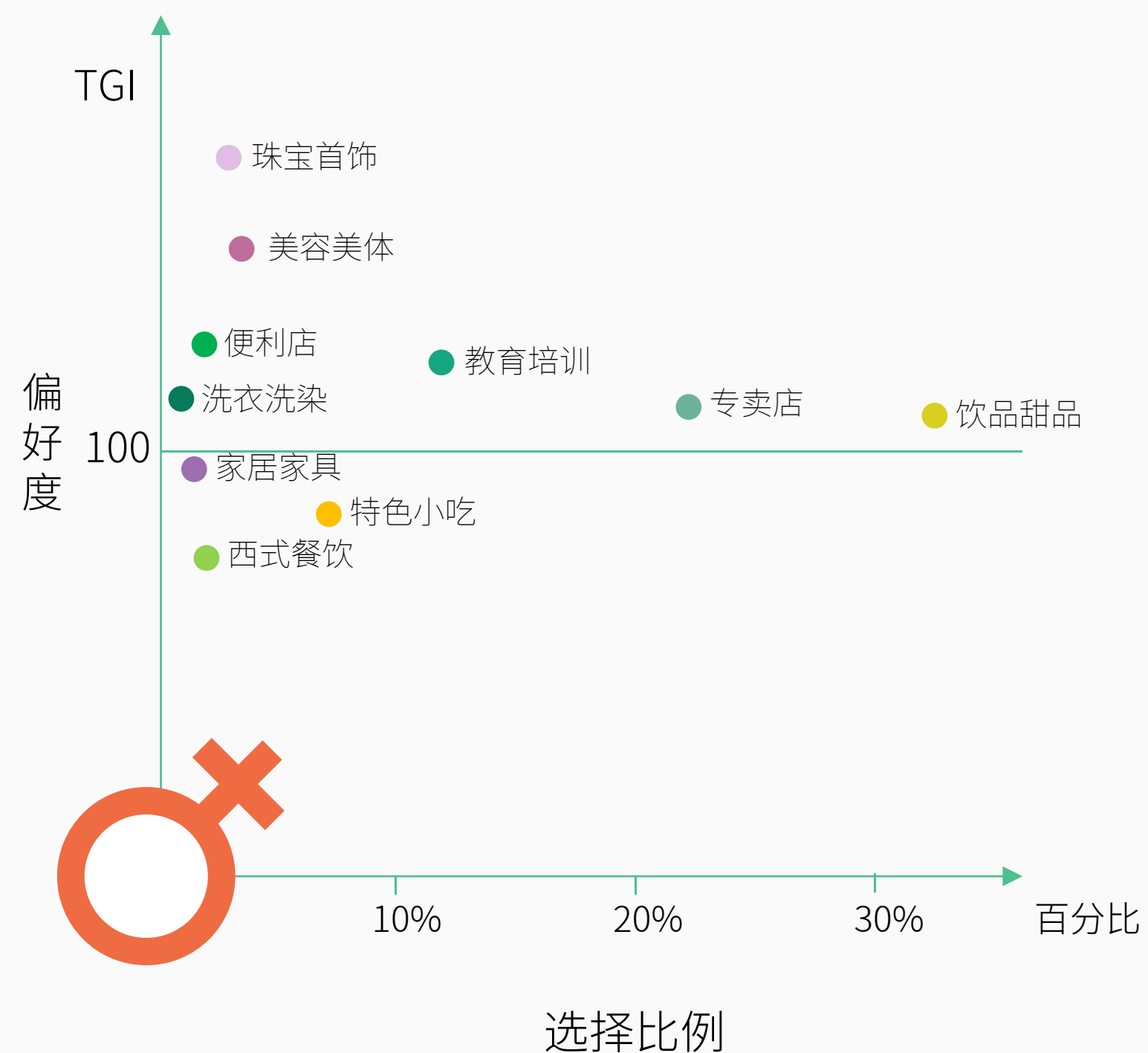
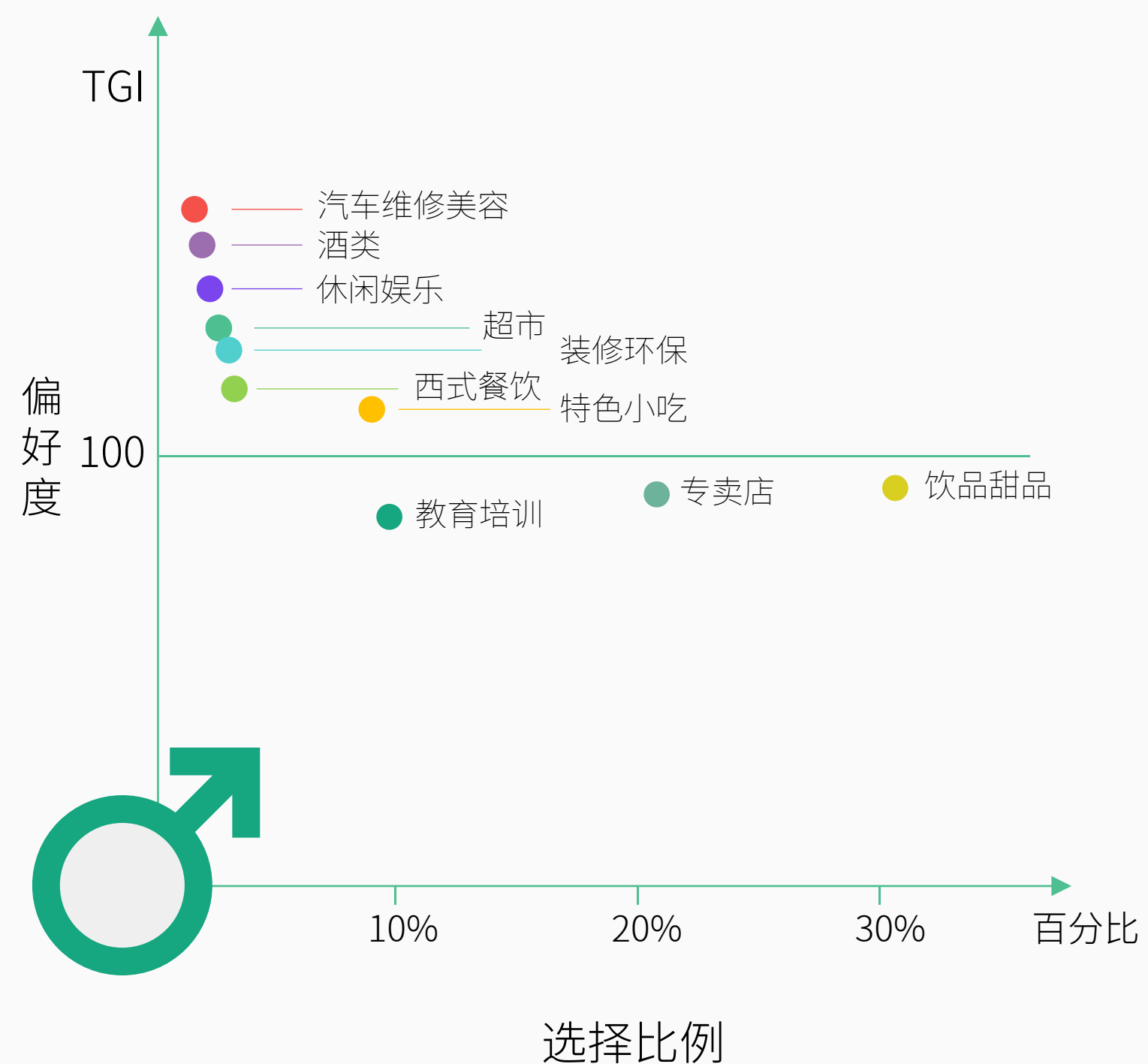


● 互联网加盟投资人每天登陆时间分布



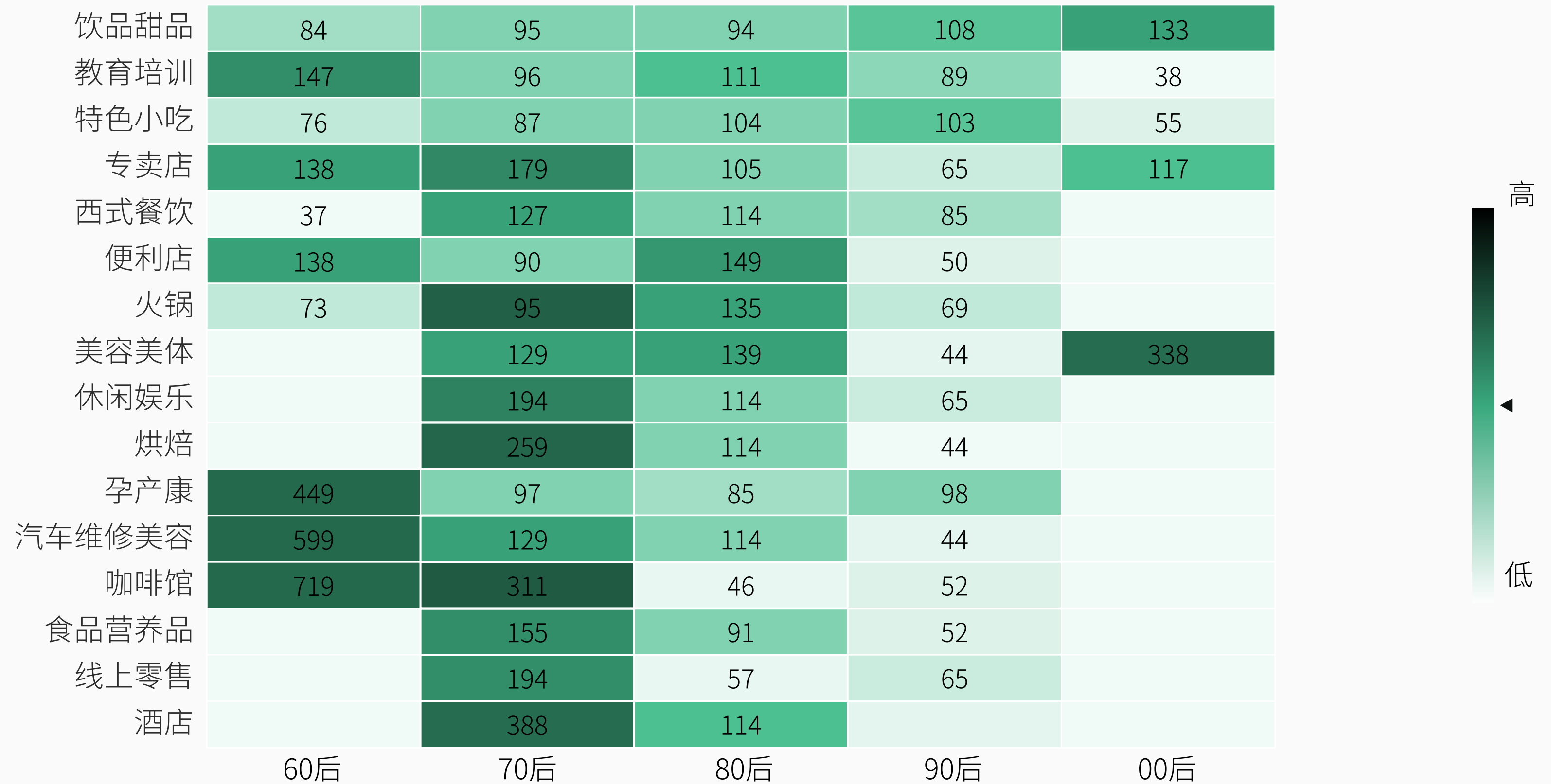
各属性加盟投资人关注品类洞察

不同性别热衷品类TOP10及偏好度



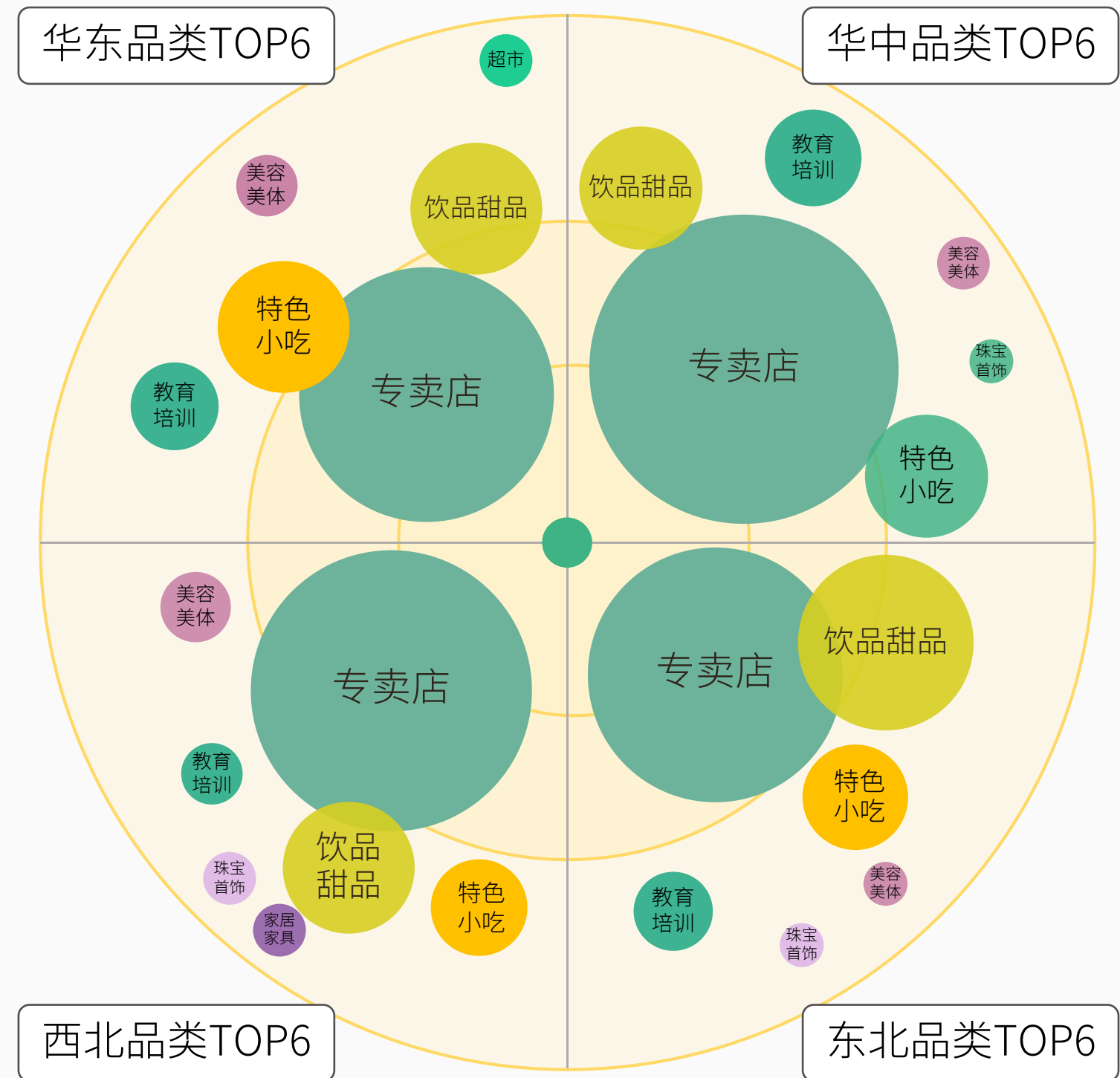
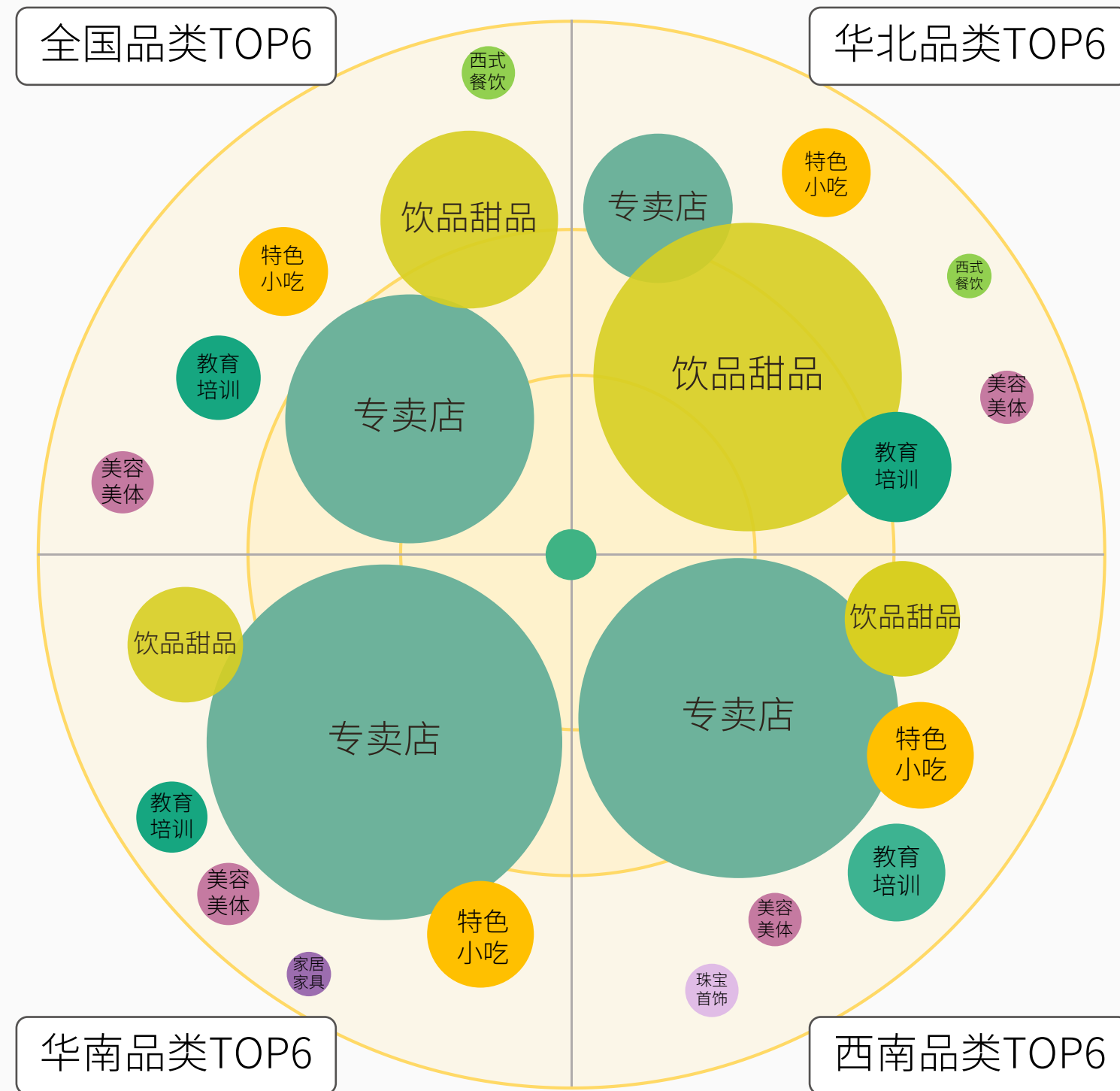
TGI: 某一性别选择某一品类所占比例/总体选择相同品类所占比例*100

不同代际热门品类偏好度热力图

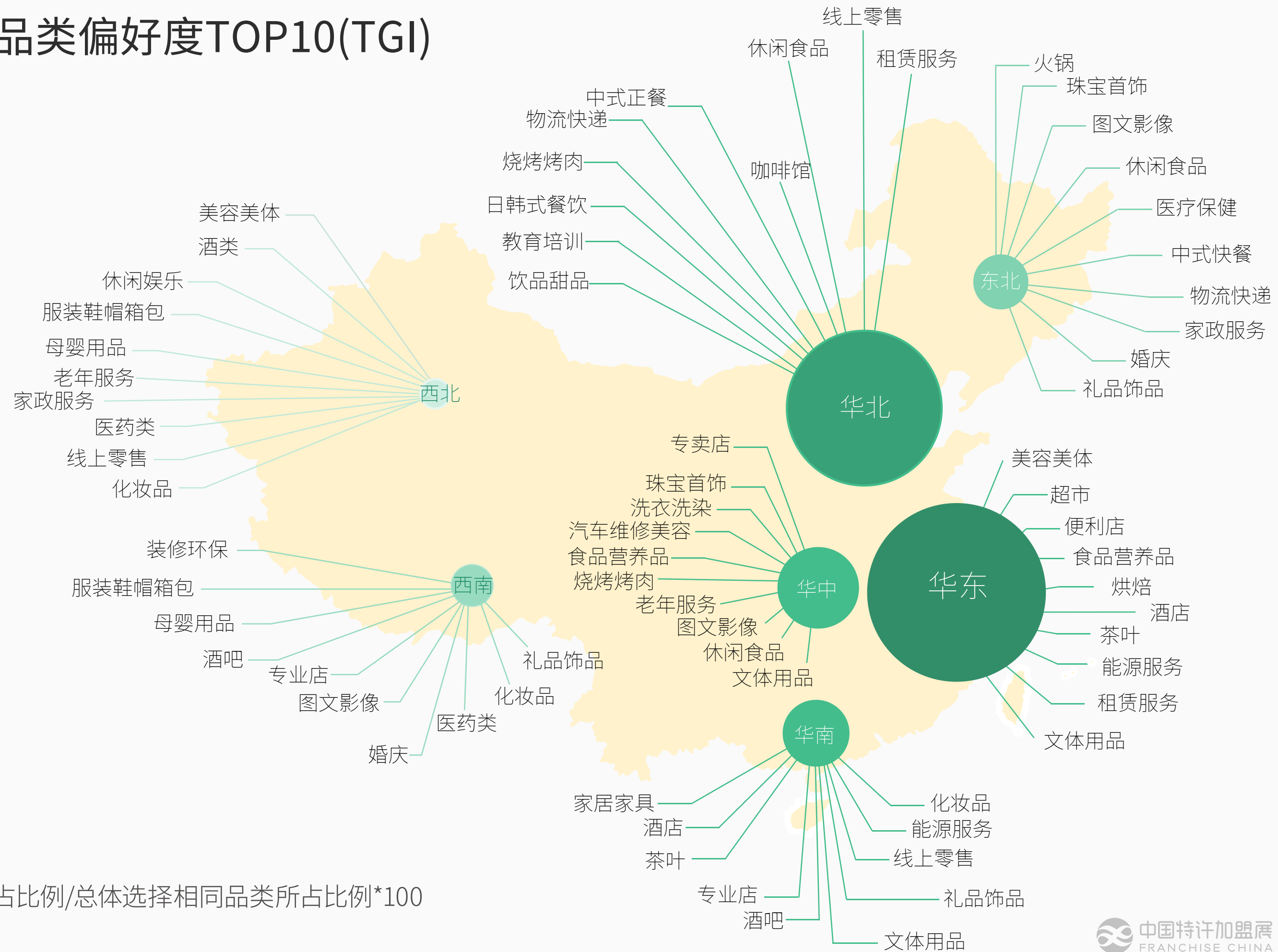


TGI: 某一年龄段选择某一品类所占比例/总体选择相同品类所占比例*100

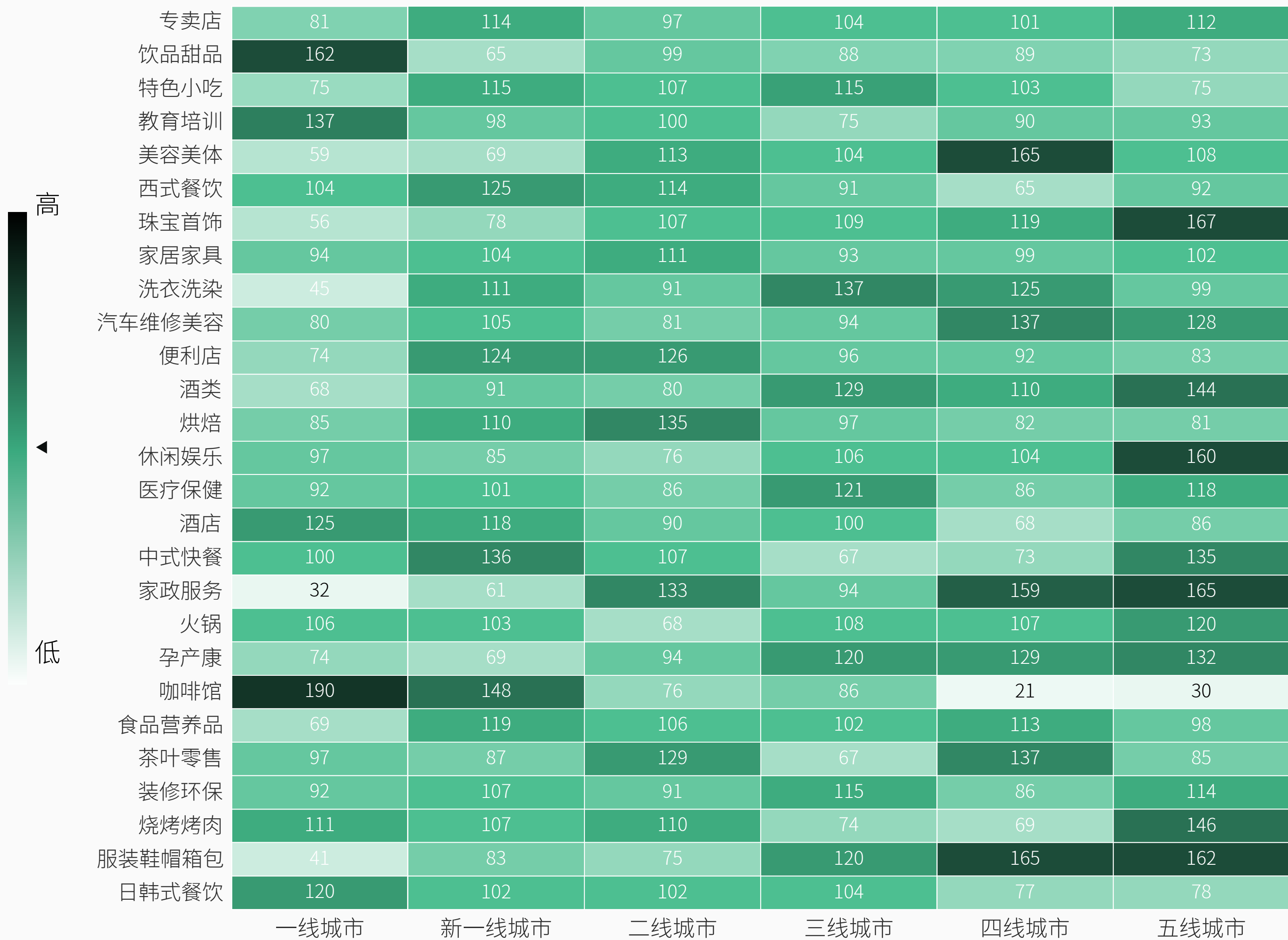
全国及各经济区域投资关注品类热力图



国内各经济区域品类偏好度TOP10(TGI)



TGI: 某一区域选择某一品类所占比例/总体选择相同品类所占比例*100



国内各线级城市热门品类偏好度 (TGI) 热力图

TGI: 某一线级城市选择某一品类所占比例/总体选择相同品类所占比例*100

THANK YOU