

摘要

以加盟店的方式作商品的配銷，被認為是極具效率的，因為它以不斷複製成功模式的方式，節約了許多的固定成本和管理比較的成本，並且和連鎖店相較之下，更進一步的節省了代理成本。我們在文獻回顧中，會看到加盟體系不僅僅以一致性的規範來管理，還會看到在選擇加盟者的時候，會考慮加盟者的順從程度。

但在加盟店的迅速擴張之後，競爭的加劇也帶來了創新的議題；創新隱含的改變意義，跟原本加盟連鎖之所以具有競爭力的來源，即一致性，起了衝突。

我們可以在文獻探討中，看到一些學者探討如何以改善加盟體系成員間的互動形式，來達到加盟體系的創新。不過，根據他們的理論所得到的結果，大多是在製程上面的創新，而沒有說明是否能夠跨越消費者眼中的一致性，進行產品的創新；而我們觀察到近年來加盟連鎖體系的產品創新頻率是極高的，因此，我們使用了交易成本的分析，才能說明加盟體系中的產品創新。

