

2015-2020年中国咖啡厅连锁市场现状及投资前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国咖啡厅连锁市场现状及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/162799.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

近十年来咖啡店 纷纷在国内各大城市的街头涌现，尤其是随着星巴克、上岛等数家大型企业集团的进入，市场上呈现出一片热闹景象。咖啡的消费群体逐渐成长壮大，咖啡文化正在内地城市逐渐形成，而且每年国内的咖啡消费市场还在持续扩大。虽然目前国内人均咖啡消费量与欧美国家相比还有很大的差距，但中国的咖啡市场正在以每年 30%以上的速度扩大，中国的咖啡市场有着巨大的增值空间。咖啡店在以茶为主要饮品的国家中初步站住了脚，进一步说明咖啡可以被不同文化背景的人接受。教育水准、家庭月收入 and 饮用速溶咖啡的频率呈现显著的正相关，意味着咖啡这种西方传入的饮料在中国大陆是一种象征优势阶层的生活方式。可以预见,随着大陆经济的繁荣昌盛，追求这种彰显性消费的民众将越来越多，越来越多的人将走进咖啡店。目前，在我国咖啡行业中，比较知名的咖啡连锁系统有星巴克、上岛、米萝、迪欧、两岸、名典、老树、新岛，真锅、BLENZCOFFEE、SPRCOFFEE、COSTACOFFEE等，其中以意式咖啡美式风格为经营模式的星巴克规模最大。中国市场仅北京、上海这两个城市就有2000多家咖啡店的市场容量。

随着人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是4杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有20杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，正在成为世界上最大的咖啡消费市场。在国内许多大中城市咖啡专业场所数量每年在以30%左右的速度增长。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。未来几年中国有望成为全世界最具潜力的咖啡消费大国。总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国咖啡厅连锁市场现状及投资前景预测报告》共十四章。介绍了咖啡厅连锁行业相关概述、中国咖啡厅连锁产业运行环境、分析了中国咖啡厅连锁行业的现状、中国咖啡厅连锁行业竞争格局、对中国咖啡厅连锁行业做了重点企业经营状况分析及中国咖啡厅连锁产业发展前景与投资预测。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一部分 咖啡厅连锁现状综述

第一章 2014年全球咖啡厅连锁产业运行透析

第一节 2014年全球咖啡市场运行透析

一、国际咖啡市场处于成熟阶段

二、全球咖啡市场价格走势

三、全球咖啡产量分析

四、全球咖啡市场供需分析

五、全球咖啡贸易分析

第二节 2014年全球咖啡连锁业运行态势分析

一、全球十大咖啡连锁企业在中国

二、连锁加盟成本及其效益

三、日本、英国等国家咖啡人均消费量分析

第三节 2014年全球部分国家咖啡厅连锁业运行分析

一、美国咖啡市场情况分析

二、加拿大咖啡市场情况分析

三、俄罗斯咖啡市场情况分析

四、日本咖啡连锁市场分析

第二章 2014年中国咖啡厅连锁经营业运行环境分析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国咖啡厅连锁行业政策环境分析

一、新劳动法出台实施

二、商业特许经营管理条例

三、咖啡行业将出台新标准

第三节 2014年中国咖啡厅连锁行业社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、咖啡文化正在内地城市逐渐形成

三、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2014年中国咖啡市场流通与消费情况分析

第一节 2014年中国咖啡市场运行现状综述

- 一、中国咖啡市场处于起步阶段
- 二、中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位
- 三、咖啡的消费群体逐渐成长壮大

第二节 2014年中国咖啡消费情况分析

- 一、中国咖啡可望进入消费“井喷”时代
- 二、中国的咖啡市场年增长速度
- 三、国内的咖啡销量飞速递加
- 四、中国咖啡市场价格分析

第三节 2013-2014年中国咖啡进出口贸易分析

- 一、咖啡进出口数量分析
- 二、咖啡进出口金额分析
- 三、咖啡进出口国家及地区分析

第四节 现阶段中国咖啡重点市场运行透析

- 一、北京、上海这样的大城市每人每年咖啡消费量
- 二、昆明成咖啡原料集散地
- 三、海南咖啡产业步履维艰

第四章 2014年中国咖啡厅连锁经营运行态势分析

第一节 2014年中国咖啡厅连锁经营运行概况

- 一、中国咖啡厅连锁业特点分析
- 二、中国咖啡消费增长情况
- 三、中国咖啡营销模式概况

第二节 2014年中国咖啡厅连锁经营市场透析

- 一、咖啡连锁市场容量
- 二、中国咖啡连锁品牌经营状况

第三节 2014年中国咖啡厅连锁经营发展的误区

- 一、咖啡厅的经营形态
- 二、咖啡价格对市场发展的抑制作用
- 三、咖啡品质对咖啡厅经营的作用

第五章 2014年全国及主要省市咖啡厅连锁市场运行探析

第一节 2014年全国咖啡厅连锁市场运行分析

- 一、咖啡厅企业经营情况
- 二、咖啡厅行业门店数
- 三、咖啡厅行业营业面积
- 四、咖啡厅行业从业人员
- 五、咖啡厅行业餐位数
- 六、咖啡厅行业商品购进总额
- 七、咖啡厅行业统一配送商品购进额
- 八、咖啡厅行业自由配送中心配送商品购进额
- 九、咖啡厅行业非自由配送中心配送商品购进额
- 十、咖啡厅行业营业收入

第二节 2014年中国主要省市咖啡厅连锁市场运行分析

- 一、北京、上海咖啡厅市场容量
- 二、上海每年人均咖啡消费量
- 三、沈阳咖啡厅市场运行情况
- 四、北京咖啡厅企业经营情况
- 五、上海咖啡厅企业经营情况
- 六、江苏咖啡厅企业经营情况
- 七、浙江咖啡厅企业经营情况
- 八、河南咖啡厅企业经营情况
- 九、广东咖啡厅企业经营情况

第二部分 咖啡厅连锁关联产业运行分析

第六章 2014年中国连锁经营产业运行分析

第一节 2014年中国连锁经营发展概况

- 一、连锁经营发展历程
- 二、连锁经营特点
- 三、连锁经营条件分析
- 四、连锁经营分类

第二节 2014年中国连锁经营分析

- 一、连锁经营困惑分析
- 二、创业者加盟连锁困惑分析
- 三、中国连锁经营沿革情况
- 四、连锁经营市场机会分析
- 五、连锁经营基本内容

六、连锁经营“四化”管理

第七章 2014年中国连锁餐饮经营发展分析

第一节 连锁餐饮经营发展分析

- 一、中国连锁餐饮业快速扩张
- 二、连锁餐饮企业总体情况
- 三、连锁餐饮企业门店分布情况
- 四、连锁餐饮企业门店在城市分布情况
- 五、连锁餐饮企业配送中心分布情况

第二节 连锁餐饮经营策略分析

- 一、餐饮企业跨区域连锁的问题
- 二、连锁餐饮业发展面临的挑战
- 三、连锁餐饮企业经营策略分析
- 四、餐饮连锁业选址的要素分析

第八章 2014年中国咖啡市场消费调研

第一节 受访者基本情况调查分析

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、是否有喝咖啡的习惯

第二节 消费者购买咖啡的消费行为调查分析

- 一、消费者喝咖啡的原因调查分析
- 二、消费者饮用咖啡的频率调查分析
- 三、消费者对咖啡厅的关注度调研
- 四、消费者进咖啡厅消费目的
- 五、消费者进咖啡厅消费满意度调查

第三部分 咖啡厅连锁竞争格局分析

第九章 2014年中国咖啡厅连锁市场竞争格局透析

第一节 2014年中国咖啡厅连锁行业竞争动态分析

- 一、香港捷荣咖啡厅拟大举进军内地市场
- 二、VR咖啡厅登陆中国抢夺咖啡厅市场
- 三、麦当劳咖啡厅扩张形势分析

第二节 2014年中国咖啡厅产业集中度分析

- 一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2015-2020年中国咖啡厅竞争策略分析

第十章 2014年中国咖啡厅连锁重点品牌企业竞争力分析

第一节 星巴克

一、企业概况

二、星巴克收缩规模

三、经营状况

四、企业发展规划

第二节 丹堤

第三节 真锅

第四节 上岛

第五节 伊是

第六节 西雅图

第七节 格兰维尔

第八节 85度C

第九节 伊诺

第十节 米萝

第十一节 迪欧

第四部分 咖啡厅连锁业投资战略研究

第十一章 2014年中国咖啡厅连锁行业投融资与策略研究

第一节 2014年中国咖啡厅连锁行业投融资与并购典型案例分析

一、星巴克购北京美大90%控股权

二、上岛咖啡并购合肥邦克会所

三、咖啡连锁迪欧酝酿在港上市

第二节 2014年中国咖啡厅连锁行业投融资情况分析

一、咖啡厅投资成本分析

二、咖啡厅市场投资机会

三、咖啡厅投资方案分析

第三节 2015-2020年中国咖啡厅连锁行业投资前景及策略

一、中国的咖啡市场有着巨大的增值空间

二、咖啡连锁行业利润核心

三、咖啡厅经营的基本要素

四、咖啡连锁品牌策略分析

第十二章 2015-2020年中国咖啡厅选址策略研究

第一节 商圈调查

- 一、商圈调查
- 二、确定客户群
- 三、同行业竞争分析

第二节 店面选择

- 一、地段评估
- 二、寻租店面要点
- 三、选址案例

第三节 签订租赁合同

- 一、租赁合同的主要内容
- 二、签订租赁合同注意事项
- 三、和业主合作的方式

第十三章 中国咖啡厅筹备策略研究

第一节 咖啡厅规划

- 一、营业额计划
- 二、商品计划
- 三、采购计划
- 四、促销计划
- 五、人员计划
- 六、经费计划
- 七、财务计划

第二节 咖啡厅设计

- 一、咖啡厅整体设计风格
- 二、门面与招牌设计
- 三、装修与装饰
- 四、色彩设计

第三节 证照办理

- 一、如何办理证照
- 二、咖啡厅要办理的几个证照

第十四章 2015-2020年中国咖啡厅运营管理策略

第一节 岗位职责及编制

一、咖啡厅架构和岗位职责

二、排班管理及工作流程

第二节 日常运营

一、店长管理职能

二、日常运营计划

第三节 领导管理

一、注重沟通协调

二、激励发挥全员积极性

三、员工会议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/162799.html>