

2017-2022年中国咖啡连锁行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国咖啡连锁行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/295155.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

咖啡是用经过烘焙的咖啡豆制作出来的饮料，与可可、茶同为流行于世界的主要饮品。按照咖啡的消费形式将其划分速溶咖啡（Soluble Coffee）和现磨咖啡（Roast & Ground Coffee）。其中速溶咖啡的特点是冲泡快捷、简单、方便，产品标准化程度高。主要消费渠道主要包括一般超市、大型综合超市、电商等。现磨咖啡是指使用咖啡豆、咖啡粉、咖啡机调试咖啡，适用于对咖啡品质和口感有较高追求的客户，主要消费渠道为家庭、办公室、便利店和咖啡馆等。

咖啡消费市场分类及对应主要品牌分布

消费方式

消费渠道

产品定位

市场主要品牌

速溶咖啡

专卖店、进口超市

高端

星巴克、悠诗诗、格兰特

大型超市、卖场

中低端

雀巢、麦斯威尔、后谷咖啡、云咖

现磨咖啡

家庭、办公室

高端

沃伦芬、极品蓝山咖啡、悠诗诗

中低端

咖啡小镇、云咖、柯林、琥爵、雀巢

咖啡馆

星巴克、上岛、迪欧、两岸、太平洋、costa

在世界各地，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室、或是各种社交场合，人们都在品着咖啡、它逐渐与时尚、现代生活联系在一起。中国人均咖啡年消费量远低于世界平均水平。中国咖啡市场发展空间巨大。

中国与世界各国咖啡人均年消费量对比

在咖啡连锁领域，以星巴克为代表的外资品牌依靠其品牌形象和差异化的竞争策略后来居

上，在市场占据领先地位。数据显示，2015年中国咖啡连锁零售额达到270亿元，星巴克以超过1/3的市场份额占据业内第一。近年来，一些新兴咖啡连锁品牌凭借精准的市场定位和独树一帜的经营模式，带动连锁咖啡市场朝着更多元化的方向发展。

2010-2015年中国咖啡连锁零售额

中国咖啡连锁品牌市场份额

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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 咖啡连锁行业发展概述1

第一节 咖啡连锁行业发展情况1

第二节 最近3-5年我国咖啡连锁行业经济指标分析2

一、赢利性2

二、成长速度2

三、附加值的提升空间3

四、进入壁垒 / 退出机制3

五、风险性4

六、行业周期6

七、竞争激烈程度指标8

八、当前行业发展所属周期阶段的判断8

第三节 关联产业发展分析8

第二章 咖啡连锁行业环境分析（PEST）10

第一节 咖啡连锁行业政治法律环境（P）10

一、行业主要政策法规10

二、政策环境对行业的影响10

第二节 行业经济环境分析（E）12

一、国际宏观经济形势分析12

1、2016年主要经济体运行情况12

- 2、世界经济发展与政策展望27
- 二、国内宏观经济环境形势分析29
 - 1、2016年经济运行形势分析29
 - 2、当前经济运行中的主要问题42
 - 3、未来宏观调控政策取向分析44
- 三、宏观经济环境对行业的影响分析45
- 第三节 行业社会环境分析（S）45
 - 一、连锁经营产业社会环境45
 - 二、社会环境对行业的影响46
- 第四节 行业技术环境分析（T）47
 - 一、行业主要技术发展趋势47
 - 二、技术环境对行业的影响47

第三章 咖啡连锁行业的国际比较分析48

- 第一节 我国咖啡连锁行业竞争力指标分析48
- 第二节 我国咖啡连锁行业经济指标国际比较分析50
- 第三节 全球咖啡连锁行业市场需求分析50
 - 一、市场规模现状50
 - 二、需求结构分析51
 - 三、市场前景展望51
- 第四节 全球咖啡连锁行业市场供给分析52
 - 一、市场价格走势52
 - 二、重点企业分布53

第二部分 行业运行分析

第四章 咖啡行业发展现状分析55

- 第一节 我国咖啡行业发展综况55
 - 一、我国咖啡行业发展来源及历程55
 - 二、我国咖啡行业自主品牌发展状况56
 - 三、我国咖啡行业的十字路口56
 - 四、我国咖啡行业“咖啡伴侣”相关分析57
- 第二节 我国咖啡市场运行概况59
 - 一、我国咖啡市场发展综述59
 - 二、我国速溶咖啡市场调研60
 - 三、2016年我国咖啡豆产量分析61

第三节 咖啡产品价格定位分析62

- 一、消费者认为咖啡产品最合适的价格62
- 二、不同性别消费者认为咖啡产品最合适的价格63
- 三、不同年龄消费者认为咖啡产品最合适的价格65
- 四、不同收入消费者认为咖啡产品最合适的价格68

第四节 我国咖啡消费者调查分析71

- 一、影响消费者选择咖啡的主要因素71
- 二、消费者对咖啡品牌的口味认可度分析72
- 三、消费者对咖啡地点及包装喜好度分析73
- 四、消费者对咖啡容量认可度分析73
- 五、消费者对咖啡销售终端认可度分析73

第五节 即饮咖啡市场74

- 一、我国即饮咖啡饮料市场调研74
- 二、国内即饮咖啡消费特点与营销对策75
- 三、我国即饮咖啡饮料发展趋势与前景77
- 四、我国即饮咖啡饮料市场亟需培养78

第五章 咖啡行业区域发展分析79

第一节 云南79

- 一、云南咖啡行业的发展状况79
- 二、云南省咖啡产业SWOT解析80
- 三、我国云南咖啡业面临的挑战分析83
- 四、云南省咖啡行业发展的主要对策84
- 五、云南省咖啡行业品牌文化建构策略分析89
- 六、云南省咖啡营销渠道战略分析90

第二节 海南91

- 一、海南咖啡产业的发展状况91
- 二、海南发展咖啡产业的优势93
- 三、澄迈县福山咖啡悄然成为海南强势产业93
- 四、海南省咖啡行业发展的其他措施建议94

第三节 上海95

- 一、上海咖啡业宏观市场95
- 二、上海咖啡市场现状96
- 三、上海咖啡市场消费群体特征分析100
- 四、上海咖啡消费现状及咖啡馆的细分101

五、上海咖啡业发展趋势103

第四节 其他103

一、内蒙古自治区初次成功栽培咖啡豆103

二、成都市咖啡业现状分析104

三、杭州市咖啡行业运行综况107

第六章 连锁经营行业运行现状分析109

第一节 连锁经营在我国的发展概况109

一、我国连锁经营发展概况109

二、我国连锁经营发展取得的主要成就110

三、我国与主要发达国家连锁经营特点比较111

四、我国连锁经营发展的五个原则114

第二节 我国连锁经营行业发展状况116

一、我国连锁经营行业企业格局116

二、我国连锁经营行业发展分析117

三、我国连锁经营行业发展动态117

第三节 我国农村连锁经营的发展概况117

一、农村连锁经营发展的可行性及优势117

二、我国农村连锁经营发展的历程及现况119

三、我国农村连锁经营发展的制约因素120

四、农村零售业实现连锁经营的措施122

五、推动农村连锁经营投资策略123

第四节 发展连锁经营中的相关专题分析125

一、连锁经营中的供应链管理解析125

二、商业连锁战略执行监控体系的构建128

三、连锁商业企业的财务管理浅析134

四、连锁企业的选址思维转变分析136

第五节 我国连锁经营存在的问题分析139

一、我国连锁经营行业发展的误区139

二、我国连锁经营发展中的主要问题143

三、本土连锁经营企业发展的制约因素145

四、我国连锁经营企业存在的营销缺陷147

第六节 促进我国连锁经营发展的对策149

一、促进我国连锁经营行业健康发展的建议149

二、本土连锁企业发展壮大的路径思考151

- 三、连锁企业的运营策略研析153
- 四、我国连锁企业的盈利模式创新战略158

第三部分 竞争格局分析

第七章 咖啡连锁市场竞争格局分析160

第一节 行业竞争结构分析160

- 一、现有企业间竞争160
- 二、潜在进入者分析160
- 三、替代品威胁分析161
- 四、供应商议价能力162
- 五、客户议价能力162

第二节 行业集中度分析162

- 一、市场集中度分析162
- 二、企业集中度分析162
- 三、区域集中度分析163

第三节 行业国际竞争力比较163

- 一、需求条件163
- 二、支援与相关产业164
- 三、企业战略、结构与竞争状态164
- 四、政府的作用165

第四节 咖啡连锁行业主要企业竞争力分析165

- 一、重点企业资产总计对比分析165
- 二、重点企业从业人员对比分析166
- 三、重点企业全年营业收入对比分析167
- 四、重点企业利润总额对比分析168
- 五、重点企业综合竞争力对比分析168

第五节 咖啡连锁行业竞争格局分析169

- 一、2016年咖啡连锁行业竞争分析169
- 二、2016年国内外咖啡连锁竞争分析169
- 三、2016年中国咖啡连锁市场竞争分析169
- 四、2016年中国咖啡连锁市场集中度分析171

第八章 主要企业的排名与产业链结构分析172

第一节 行业企业排名分析172

第二节 咖啡连锁行业SWOT分析172

一、咖啡连锁行业的优势分析172

二、咖啡连锁行业的劣势分析174

三、咖啡连锁行业的机会176

四、咖啡连锁行业的威胁177

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析179

一、产业价值链的构成179

二、产业链条的竞争优势与劣势分析179

第九章 重点企业分析181

第一节 星巴克181

一、企业概况181

星巴克（Starbucks）是美国一家连锁咖啡公司，成立于1971年，是世界领先的特种咖啡的零售商，烘焙商和星巴克品牌拥有者。旗下零售产品包括30多款全球顶级的咖啡豆、手工制作的浓缩咖啡和多款咖啡冷热饮料、新鲜美味的各式糕点食品以及丰富多样的咖啡机、咖啡杯等商品。当前公司已在北美、拉丁美洲、欧洲、中东和太平洋沿岸37个国家拥有超过20000多家咖啡店。2010年星巴克公司营业收入就超过100亿美元，每年都能保持稳定增速。2015年，星巴克公司营业收入和净利润分别增长16.5%、33.3%，增速创下近年来的新高。而且，根据WPP集团和华通明略公司发布的2015年全球最具价值品牌100强名单，星巴克的品牌价值是293亿美元，位列第29名，同比提升2位。

2011-2015年星巴克公司营业收入趋势图

从增长动力来看，美洲地区是公司最主要收入来源；2015年美洲地区营业收入达到132.93亿美元，占营业总收入的69.4%。亚太地区则是第二大收入来源地，2015年亚太地区营业收入达到23.96亿美元，占营业总收入的12.5%。

2015年星巴克公司营业收入分地区构成

截止2015年，星巴克公司咖啡连锁门店数量达到23043家，其中星巴克直营门店数量12235家，特许经营门店数量10808家。从2011年到2015年星巴克在华门店数增加了约2.65倍，新开了超过1300家店，门店总数达到1811家。过去四年每年增加的门店数量分别为204家、317家、350家和444家。呈现出逐渐加速的态势，从2014年就进入了每天新开一家店的状态。星巴克CEO霍华德·舒尔茨曾在接受媒体采访时表示，非常看好中国市场，并打算重点推进在中国市场的发展。霍华德还表示，对将来中国的门店数量会超过美国本土这一设想并不表示惊讶。未来五年时间里，星巴克计划每年在中国投资增设500家门店，预计2019年星巴克在华门店总数量达到3400家。

2011-2015年星巴克直营门店及特许门店数量

2011-2015年星巴克中国直营门店数量

2011-2015年星巴克中国特许门店数量

二、企业市场定位181

三、企业经营分析183

四、企业核心竞争力185

五、企业投资前景规划185

第二节 雀巢咖啡187

一、企业概况187

二、企业市场定位187

三、企业经营分析188

四、企业核心竞争力188

五、企业投资前景规划190

第三节 麦斯威尔190

一、企业概况190

二、企业市场定位191

三、产品特点分析191

四、企业核心竞争力191

五、企业相关热点192

第四节 上岛咖啡192

一、企业概况192

二、企业市场定位193

三、企业经营分析194

四、企业核心竞争力194

五、企业投资前景规划195

第五节 咖世家195

一、企业概况195

二、企业生产工艺197

三、企业经营分析197

四、企业核心竞争力198

五、企业投资前景规划198

第六节 UCC悠诗诗198

- 一、企业概况198
- 二、企业特色分析198
- 三、企业经营分析199
- 四、企业核心竞争力199
- 五、企业投资前景规划200
- 第七节 迪欧DIO200
 - 一、企业概况200
 - 二、企业特色分析201
 - 三、企业经营分析201
 - 四、企业核心竞争力202
 - 五、企业投资前景规划203
- 第八节 两岸咖啡203
 - 一、企业概况203
 - 二、企业品牌特色204
 - 三、企业经营分析204
 - 四、企业核心竞争力205
 - 五、企业投资前景规划207
- 第九节 名典咖啡208
 - 一、企业概况208
 - 二、企业主要产品208
 - 三、企业经营分析209
 - 四、企业核心竞争力209
 - 五、企业投资前景规划210
- 第十节 后谷咖啡210
 - 一、企业概况210
 - 二、企业特色分析211
 - 三、企业经营分析211
 - 四、企业核心竞争力211
 - 五、企业投资前景规划212
- 第十章 2016年中国咖啡连锁行业整体运行指标分析214
 - 第一节 中国咖啡连锁行业总体规模分析214
 - 一、企业数量分析214
 - 二、行业规模分析214
 - 第二节 中国咖啡连锁行业产销分析215

- 一、行业情况总体分析215
- 二、行业销售收入总体分析216
- 第三节 中国咖啡连锁行业财务指标总体分析216
 - 一、行业盈利能力分析216
 - 二、行业偿债能力分析217
 - 三、行业营运能力分析218
 - 四、行业发展能力分析219

第四部分 投资规划建议研究

- 第十一章 影响企业经营的关键趋势220
 - 第一节 市场整合成长趋势220
 - 第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测221
 - 第三节 企业区域市场拓展的趋势221
 - 第四节 科研开发趋势及替代技术进展222
 - 第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势222
 - 第六节 中国咖啡连锁行业SWOT分析225
 - 一、优势分析225
 - 二、劣势分析227
 - 三、机会分析228
 - 四、威胁分析229

第十二章 2017-2022年咖啡连锁行业投资机会与风险防范231

- 第一节 咖啡连锁行业投融资情况231
 - 一、行业资金渠道分析231
 - 二、兼并重组情况分析231
 - 三、咖啡连锁行业投资现状分析232
- 第二节 2017-2022年咖啡连锁行业投资机会233
 - 一、产业链投资机会233
 - 二、咖啡连锁行业投资机遇233
- 第三节 2017-2022年咖啡连锁行业投资前景及防范234
 - 一、政策风险及防范234
 - 二、技术风险及防范235
 - 三、供求风险及防范236
 - 四、宏观经济波动风险及防范236
 - 五、关联产业风险及防范240

六、产品结构风险及防范241

七、其他风险及防范241

第四节 中国咖啡连锁行业投资建议243

一、连锁经营行业未来发展方向243

二、咖啡连锁行业主要投资建议245

图表目录：

图表：行业生命周期曲线6

图表：实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%）13

图表：美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）14

图表：各因素对美国实际GDP变化的贡献度（季调折年率，单位：%）14

图表：美国工业生产环比季调折年率及产能利用率变化（单位：%）16

图表：美国CPI和PPI环比变化趋势（经季节性调整，单位：%）17

图表：美国失业率情况（经季节性调整，单位：%）18

图表：欧元区GDP季调折年率（单位：%）19

图表：欧元区（18国）、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（经季节性调整，单位：%）20

图表：欧元区HICP、Industrialproducerprices未经季调折年率（单位：%）21

图表：欧元区18国失业率（经季节性调整，单位：%）22

图表：日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%）23

图表：2014-2016年日本工业产值变化（单位：%）24

图表：2014-2016年日本CPI变化（单位：%）25

图表：日本失业率变化（经季节性调整，单位：%）26

图表：2014-2016年我国季度GDP增长率（单位：%）30

图表：2014-2016年我国分产业季度GDP增长率（单位：%）30

图表：2014-2016年我国工业增加值走势图（单位：%）31

图表：2014-2016年我国固定资产投资走势图（单位：%）33

图表：2014-2016年我国东、中、西部地区固定资产投资走势图（单位：%）33

图表：2014-2016年我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元，%）34

图表：2014-2016年我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）35

图表：2014-2016年我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）36

图表：2014-2016年我国企业商品价格指数走势（上年同期为100）37

图表：2014-2016年月度进出口走势图（单位：%）38

图表：2014-2016年我国货币供应量（单位：亿元）39

图表：2014-2016年我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元，%）40

图表：2014-2016年我国月度新增贷款量（单位：亿元）41

图表：2014-2016年我国外汇储备情况（单位：亿美元）42

图表：世界各国人均咖啡消费量比较51

图表：世界十大著名咖啡连锁品牌分布情况54

图表：2014-2016年我国咖啡消费量及其增长59

图表：2014-2016年我国咖啡豆产量及其增长62

图表：消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格63

图表：不同性别消费者认为每瓶咖啡最合适的价格64

图表：男性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格64

图表：女性消费者认为每瓶咖啡最合适的价格65

图表：不同年龄消费者认为每瓶咖啡最合适的价格66

图表：201-25岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格66

图表：26-30岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格67

图表：31-35岁消费者认为每瓶咖啡最合适的价格68

图表：不同收入消费者认为每瓶咖啡最合适的价格69

图表：月入1001-2000元消费者认为每瓶咖啡合适的价格69

图表：月入2001-3000元消费者认为每瓶咖啡合适价格70

图表：月入3001-4000元消费者认为每瓶咖啡合适价格71

图表：消费者在购买咖啡时考虑的最关键因素72

图表：咖啡消费者咖啡口味调查72

图表：咖啡消费者选择咖啡容量调查73

图表：连锁组织关系图130

图表：连锁企业经营战略执行关系图131

图表：连锁企业战略图133

图表：波特五力结构模型160

图表：2016年咖啡连锁重点企业资产总计对比情况165

图表：2016年咖啡连锁重点企业从业人员数量对比情况166

图表：2016年咖啡连锁重点企业营业收入对比情况167

图表：2016年咖啡连锁重点企业利润总额对比情况168

图表：咖啡连锁企业前十大企业排名172

图表：2014-2016年星巴克资产负债情况183

图表：2014-2016年星巴克利润表184

图表：2014-2016年星巴克现金流量情况184

图表：雀巢咖啡经营信息188

图表：咖世家生产工艺197

图表：名典咖啡在中国经营分布图209

图表：2014-2016年我国咖啡连锁行业销售收入情况216

图表：2014-2016年我国咖啡连锁行业流动比率情况217

图表：2014-2016年我国咖啡连锁行业资产负债率情况218

图表：2014-2016年我国咖啡连锁行业资产负债率情况218

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295155.html>