

# 2021年中国咖啡馆行业分析报告- 市场运营态势与发展机会预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国咖啡馆行业分析报告-市场运营态势与发展机会预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/543665543665.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

咖啡馆发展战略 资料来源：观研天下整理

### 1、锁定目标消费者，提升第一印象

(1) 锁定目标消费者——白领和学生。咖啡店选址很重要，需要一个明确的市场定位，咖啡消费人群多为学生以及白领，但这两个人群的消费水平不同，所以应当针对不同群体推荐不同价格区段的咖啡品种，两个群体的对应品种之间要既有价格差距和相对的品质差异，又不能让价格过低或过高，让消费者咖啡馆产生负面印象。

(2) 良好的硬件环境——至关重要的第一印象。咖啡店是一个很重要的社交平台，顾客以白领居多，主要是80后和90后，也有一部分00后。他们有钱有时间，消费观念也比较时尚。更何况现在生活水平高，工作之余能有一个放松的去处，是很多人的愿望，这也是为何各种咖啡店越来越火的原因之一。对消费者而言，在选择之前，他们第一眼看到的便是店的外观设计，因此咖啡店的外观和店外视野景观应该引起重视。

### 2、扩大销售

咖啡馆扩大销售战略 资料来源：观研天下整理

(1) 差异化营销策略、突出特色——区别于竞争者的产品与服务，形成特色。要提供本店特色的咖啡，因为许多咖啡店都有类似的产品，这种情况下，独特的产品才更受消费者欢迎，也能提高本店的知名度。具体而言，针对外国顾客，咖啡店可以试着推广一些具有中国特色的小吃，点心，做到中西结合；针对白领和专家，可以试着增加一些咖啡品种，研发一些新口味的咖啡。

(2) 多元销售渠道——外带服务，电话或者网络订购服务。在互联网无孔不入的今天，很多年轻人已经习惯于网上购物。对于商家，“网购”最大的好处是一来可以免费的进行广告宣传，二来可以扩大顾客范围，三来可以控制销售时间，四来可以实现规模经济。现在咖啡店的位置大都在写字楼间，肯定有外卖的需求，例如像白领这样的工作人士就是外卖的潜在顾客，咖啡馆想要增加销售，必须重视起外卖服务，针对外卖服务制定合理的价格以及快速的反应机制。

(3) 培育忠诚顾客——会员制度以及VIP卡。目前为了提高顾客的忠诚度，与顾客建立长期稳定的合作关系，咖啡业有针对性推出了服务营销，例如顾客会员制服务，只要顾客出示身份证，并在店内存入一定的消费金额，便可以获得会员账户，成为咖啡店的VIP会员。或者推行不同等级的会员卡，持卡人可以通过消费次数进行积分，再用积分兑换特定产品。

此外，有些咖啡店还为会员设置了专门定餐电话，此电话和存有会员档案的电脑相连，会员定餐电话响起时，电脑屏幕便直接显示该会员的档案内容，姓名、性别、爱好、喜欢的菜品等，顾客得到了更周到贴心的服务，在潜移默化中成为忠实的回头客。

(4) 开辟市场，增强广告营销力度。注重咖啡的益处说明，开辟消费群体。

### 3、成本管理控制

咖啡馆成本管理控制战略 资料来源：观研天下整理

(1) 优选优质价廉守信的供应商，并与之建立长期合作关系——签订长期合同，降低原料咖啡豆等食材的采购成本。

(2) 分析每个单品的销量、用料量并与行业标准相比较，去除销量不好不必要的产品，确定每天合适的单品数量，减少不必要支出，如存货成本，控制用料过程中的不必要的浪费。

(3) 聘用专业的财务人员或者向专业机构咨询，建立一套规范的财务系统，完善成本记录机制，确保财务数据规范合理，便于成本管控。

(4) 增强固定资产利用效率及效益，可针对陈旧设施进行维护改造，适当对室内布局进行改变，使之更加吸引顾客，从而让家具带来更高的价值。

### 4、强化预算管理

作为咖啡店经营管理者应该具备一定的财务知识和经营管理技能，在进行个体咖啡店投资之前要进行充分的调研，做好可行性研究分析。在各项投入成本与销售回收两个方面进行衡量，做出一个具有盈利模式的可以执行的合理的预算至关重要。（可以请专业人员进行编制）。

在咖啡店投入运营之后，运营状况会体现到财务数字上，如何控制执行好预算并且超预算完成是决定咖啡店生存发展的关键。为了便于预算管理执行，可将年度预算数字分解到月为单位的详细预算，并从以下几个方面加强对预算的控制。

(1) 要对咖啡馆日常的各项收入和支出进行精细化管理，严把成本支出环节，保证每一笔开支都在预算内，对于预算外的支出要严格审批。

(2) 重视对每个单品的销售和成本预算进行编制，同时对单品的实际销售状况进行预算对比分析，为产品的改善和经营决策提供依据。

(3) 每月初应对上月实际和截止到上月累计的实际财务数据进行汇总分析并找出和预算有差异的项目，分析差异产生的原因并制定出相应的对策，并且追踪每项措施的落实情况，将各项措施所带来的经济效益反映在未来的财务数据预测中。在分析每项合理化建议所带来的经济效益时，敏锐观察市场的变化捕捉各种商机，把握市场的脉搏，及时调整经营策略，让咖啡店经营步入盈利模式。

### 5、提高服务质量及品牌创建

餐饮行业的基本三要素QSC，就是品质、服务和环境卫生，咖啡店也不例外，从客人进入咖啡馆，首先吸引客人进来一定是店面的装修和整体的感觉；等客人落座下来，单次消费额就主要取决于产品品质和定价。而该客人能不能再来，则取决于服务和对咖啡馆的综合评价。特别是咖啡豆的品质与煮咖啡的技术，更是决定顾客回流率的关键。再豪华新颖的装潢也会过时，只有优良的品质与过硬的技术才是支撑咖啡店发展的不变秘籍。据调查，对于客人能不能再来，服务因素竟然占到了67%。根据营业额 = 客次×消费单额，只要咖啡馆做

到吸引客人不断进来，落座后不断点单，然后再来，成为其第三空间，那么做成一家咖啡馆就不是难事。

(1) 增加服务附加值——根据消费者需求，完善相关服务。通过客户调查，增加客户喜欢的服务，如提供免费WiFi，播放一些消费者喜爱轻柔的乐曲，同时开展一些可以令咖啡厅增值的服务，如主题沙龙，让不同的人在一起面对面细致交谈。与饮咖啡具有相同格调的服务还有很多，比如慢递明信片，时尚杂志漂流角，经典复古影片的播放等。

(2) 加强员工技能素质培训。现在个体咖啡馆普遍存在员工数量不足，技能缺乏的问题，一些经营者舍不得花钱聘用全职员工，经常利用兼职员工帮忙，但这些兼职员工没有任何专业技能培训，主要的咖啡制作工作还是由经营者完成，这在顾客数量较多的时候会造成服务质量下降，因此咖啡店应多招收拥有良好服务技能的员工，保障顾客接受的服务质量。

(3) 注重品牌的创建，专注于企业文化的建设，树立优质口碑。(CJ)

观研报告网发布的《2021年中国咖啡馆行业分析报告-市场运营态势与发展机会预测》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

## 第一章 2017-2021年中国咖啡馆行业发展概述

### 第一节 咖啡馆行业发展情况概述

- 一、咖啡馆行业相关定义
- 二、咖啡馆行业基本情况介绍
- 三、咖啡馆行业发展特点分析
- 四、咖啡馆行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、咖啡馆行业需求主体分析

### 第二节 中国咖啡馆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、咖啡馆行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国咖啡馆行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

### 第三节 中国咖啡馆行业生命周期分析

- 一、咖啡馆行业生命周期理论概述
- 二、咖啡馆行业所属的生命周期分析

### 第四节 咖啡馆行业经济指标分析

- 一、咖啡馆行业的赢利性分析
- 二、咖啡馆行业的经济周期分析
- 三、咖啡馆行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国咖啡馆行业进入壁垒分析

- 一、咖啡馆行业资金壁垒分析
- 二、咖啡馆行业技术壁垒分析
- 三、咖啡馆行业人才壁垒分析
- 四、咖啡馆行业品牌壁垒分析
- 五、咖啡馆行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球咖啡馆行业市场发展现状分析

### 第一节 全球咖啡馆行业发展历程回顾

### 第二节 全球咖啡馆行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲咖啡馆行业地区市场分析

#### 一、亚洲咖啡馆行业市场现状分析

#### 二、亚洲咖啡馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲咖啡馆行业市场前景分析

### 第四节 北美咖啡馆行业地区市场分析

#### 一、北美咖啡馆行业市场现状分析

#### 二、北美咖啡馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美咖啡馆行业市场前景分析

### 第五节 欧洲咖啡馆行业地区市场分析

#### 一、欧洲咖啡馆行业市场现状分析

#### 二、欧洲咖啡馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲咖啡馆行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界咖啡馆行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球咖啡馆行业市场规模预测

## 第三章 中国咖啡馆产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、社会固定资产投资分析

#### 四、全社会消费品咖啡馆总额

#### 五、城乡居民收入增长分析

#### 六、居民消费价格变化分析

#### 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国咖啡馆行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国咖啡馆产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

## 五、消费观念分析

### 第四章 中国咖啡馆行业运行情况

#### 第一节 中国咖啡馆行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国咖啡馆行业市场规模分析

#### 第三节 中国咖啡馆行业供应情况分析

#### 第四节 中国咖啡馆行业需求情况分析

#### 第五节 我国咖啡馆行业进出口形势分析

##### 1、进口形势分析

##### 2、出口形势分析

##### 3、进出口价格对比分析

#### 第六节、我国咖啡馆行业细分市场分析

##### 1、细分市场一

##### 2、细分市场二

##### 3、其它细分市场

#### 第七节 中国咖啡馆行业供需平衡分析

#### 第八节 中国咖啡馆行业发展趋势分析

### 第五章 中国咖啡馆所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国咖啡馆所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国咖啡馆所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国咖啡馆所属行业财务指标分析



- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国咖啡馆市场格局分析

### 第一节 中国咖啡馆行业竞争现状分析

- 一、中国咖啡馆行业竞争情况分析
- 二、中国咖啡馆行业主要品牌分析

### 第二节 中国咖啡馆行业集中度分析

- 一、中国咖啡馆行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国咖啡馆行业市场集中度分析

### 第三节 中国咖啡馆行业存在的问题

### 第四节 中国咖啡馆行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国咖啡馆行业钻石模型分析

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

## 第七章 2017-2021年中国咖啡馆行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国咖啡馆行业消费市场动态情况

### 第二节 中国咖啡馆行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节 咖啡馆行业成本结构分析

### 第四节 咖啡馆行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

### 第五节 中国咖啡馆行业价格现状分析

## 第六节 中国咖啡馆行业平均价格走势预测

- 一、中国咖啡馆行业价格影响因素
- 二、中国咖啡馆行业平均价格走势预测
- 三、中国咖啡馆行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国咖啡馆行业区域市场现状分析

### 第一节 中国咖啡馆行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区咖啡馆市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区咖啡馆市场规模分析
- 四、华东地区咖啡馆市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区咖啡馆市场规模分析
- 四、华中地区咖啡馆市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区咖啡馆市场规模分析
- 四、华南地区咖啡馆市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国咖啡馆行业竞争情况

### 第一节 中国咖啡馆行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

### 第二节 中国咖啡馆行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国咖啡馆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 咖啡馆行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

## 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国咖啡馆行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国咖啡馆行业未来发展前景分析

##### 一、咖啡馆行业国内投资环境分析

##### 二、中国咖啡馆行业市场机会分析

##### 三、中国咖啡馆行业投资增速预测

#### 第二节 中国咖啡馆行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国咖啡馆行业市场发展预测

##### 一、中国咖啡馆行业市场规模预测

##### 二、中国咖啡馆行业市场规模增速预测

##### 三、中国咖啡馆行业产值规模预测

##### 四、中国咖啡馆行业产值增速预测

##### 五、中国咖啡馆行业供需情况预测

#### 第四节 中国咖啡馆行业盈利走势预测

##### 一、中国咖啡馆行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国咖啡馆行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国咖啡馆行业投资风险与营销分析

#### 第一节 咖啡馆行业投资风险分析

##### 一、咖啡馆行业政策风险分析

##### 二、咖啡馆行业技术风险分析

##### 三、咖啡馆行业竞争风险分析

##### 四、咖啡馆行业其他风险分析

#### 第二节 咖啡馆行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国咖啡馆行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国咖啡馆行业品牌战略分析

##### 一、咖啡馆企业品牌的重要性

##### 二、咖啡馆企业实施品牌战略的意义

##### 三、咖啡馆企业品牌的现状分析

##### 四、咖啡馆企业的品牌战略

## 五、咖啡馆品牌战略管理的策略

### 第二节 中国咖啡馆行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国咖啡馆行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国咖啡馆行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国咖啡馆行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国咖啡馆行业营销渠道策略

- 一、咖啡馆行业渠道选择策略
- 二、咖啡馆行业营销策略

### 第三节 中国咖啡馆行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国咖啡馆行业重点投资区域分析
- 二、中国咖啡馆行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/543665543665.html>