

中国咖啡厅连锁产业投资分析及未来五年盈利空间预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国咖啡厅连锁产业投资分析及未来五年盈利空间预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/221015221015.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着中国改革开放之后，西方文化的迅速渗透、中国经济的迅猛发展以及都市生活质量的提高和生活节奏的加快，咖啡休闲这种高雅、时尚、浪漫的休闲生活方式越来越受到人们的青睐，无数独具慧眼的投资者看到了其中隐藏的巨大商机，咖啡连锁加盟备受追捧，但是形成规模且富有深厚文化底蕴的咖啡店却非常少。

现在，随着经济的不断发展，在都市钢筋混凝土的丛林里，生活质量越来越高，生活节奏越来越快的人们需要环境优雅的咖啡馆，喝咖啡的人越来越多了。随之而来的“咖啡文化”充斥着人们生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室、或是各种社交场所，人们都在品着咖啡：它逐渐与时尚、现代生活联系在一起，成为了时尚和潮流的代名词。咖啡馆成为人们商务、休闲乃至谈恋爱的好地方，咖啡逐渐发展为时尚生活的代名词，并且已成为许多人生活中不可或缺的饮料。

无论是新鲜研磨咖啡豆，还是刚刚冲好的热咖啡，都散发出馥郁的香气，令人沉醉。作为西方生活方式的一部分，咖啡已正式进入中国人的家庭和生活：在中国很多城市咖啡馆伴随着咖啡文化的成长也如雨后春笋般破土而出，成为追求品质生活的人群新的消费时尚，装点着都市风情。

随着世界著名咖啡品牌相继进入中国大陆，抢占中国市场，中国咖啡业将面临更快的发展；同时，也预示着新的机遇的到来。

目前，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中国咖啡市场。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。根据国家权威机构调查表明，在国内许多大中城市咖啡专业场所数量每年在以25%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。

报告目录

第一章 2013-2014年中国咖啡连锁市场发展环境分析

第一节 宏观经济环境

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国CPI指数走势分析
- 三、中国社会消费品零售总额
- 四、中国城镇居民收入与消费情况
- 五、国民经济发展情况分析

第二节 政策环境分析

- 一、 中国连锁经营行业相关政策分析
- 二、 中国餐饮连锁具有良好的政策环境
- 三、 扩大内需政策促进零售连锁的发展
- 四、 《关于加快发展服务业的若干意见》

第三节 餐饮连锁环境

- 一、 中国连锁餐饮总体规模
- 二、 中国连锁餐饮业市场结构统计
- 三、 中国特许经营零售业发展分析
- 四、 中国住宿与餐饮业零售额情况
- 五、 中国连锁餐饮业营业收入统计

第四节 西餐消费环境

- 一、 中国西餐业的基本情况与分析
- 二、 中国西餐业现阶段的发展特点
- 三、 中国西餐市场快速形成的原因
- 四、 未来西餐市场趋势预测及趋势

第二章 2013-2014年中国咖啡生产与消费情况分析

第一节 中国咖啡生产情况分析

- 一、 中国咖啡的生产发展总体概述
- 二、 中国咖啡种植面积情况
- 三、 中国咖啡产量增长分析
- 四、 中国咖啡生产企业产能

第二节 中国咖啡消费情况分析

- 一、 中国咖啡消费群体逐渐成长壮大
- 二、 中国咖啡消费可望进入井喷时代
- 三、 中国速溶咖啡零售规模分析
- 四、 中国咖啡零售规模增长分析

第三节 2013-2014年中国咖啡消费者调研分析

- 一、 消费者认为最好的咖啡品牌分析
- 二、 消费者喝咖啡的原因与顾虑分析
- 三、 消费者购买咖啡时考虑的主要因素
- 四、 消费者经常喝咖啡的主要地点分析
- 五、 消费者喜欢喝咖啡的包装及容量分析
- 六、 消费者喝咖啡的价格和花费情况分析

第三章 2013-2014年中国咖啡连锁发展现状分析

第一节 世界咖啡连锁业发展现状

- 一、 美国 著名咖啡连锁企业介绍
- 二、 日本咖啡连锁发展情况分析
- 三、 世界咖啡连锁企业进军中
- 四、 卡夫发展吉百利咖啡屋连锁计划
- 第二节 2013-2014年中国咖啡店连锁经营分析
 - 一、 中国连锁咖啡门店数量分析
 - 二、 中国连锁咖啡门店营业面积
 - 三、 中国连锁咖啡餐位数量分析
 - 四、 中国咖啡连锁营业收入分析
- 第三节 2013-2014年中国连锁咖啡发展分析
 - 一、 中国咖啡连锁的数量情况
 - 二、 中国咖啡连锁交易情况分析
 - 三、 中国咖啡连锁零售规模分析
- 第四章 2013-2014年中国咖啡连锁业竞争状况分析
 - 第一节 2013-2014年中国餐饮连锁业竞争力分析分析
 - 一、 高附加值连锁经营竞争优势明显
 - 二、 中国餐饮连锁将步入行业洗牌期
 - 三、 中国餐饮连锁业的竞争策略分析
 - 第二节 2013-2014年中国咖啡连锁市场竞争格局分析
 - 一、 北京华联携手Costa进军咖啡连锁
 - 二、 麦当劳计划成为欧最大咖啡连锁店
 - 三、 中国咖啡连锁市场竞争格局
 - 四、 华润创业高调杀入咖啡连锁
 - 五、 国内咖啡连锁巨头争战升级
 - 第三节 2013-2014年中国咖啡连锁企业竞争策略分析
 - 一、 中国咖啡连锁企业市场营销策略
 - 二、 咖啡连锁企业品牌竞争策略分析
- 第五章 2013-2014年中国咖啡厅选址与运营策略研究
 - 第一节 2013-2014年中国咖啡店投资费用构成分析
 - 一、 咖啡店店面费用
 - 二、 装修装饰设计费用
 - 三、 设备设施相关费用
 - 四、 咖啡店的其他费用
 - 第二节 2013-2014年中国咖啡厅店面选址策略分析
 - 一、 咖啡店选址的商圈调查

二、咖啡店选址的地段评估

三、店面选址考虑因素与案例

四、咖啡店选址租赁合同的签订

第三节 2013-2014年中国咖啡厅规划与设计策略分析

一、咖啡店的经营规划

二、咖啡店整体设计风格

三、咖啡店门面与招牌设计

四、咖啡店装修与装饰策略

第四节 2013-2014年中国咖啡厅运营及管理策略分析

一、咖啡店岗位职责及编制

二、咖啡店管理与运营计划

三、咖啡店的领导与员工管理

第六章 2013-2014年中国咖啡连锁主要品牌分析

第一节 星巴克

一、星巴克咖啡简介

二、星巴克咖啡在中国发展分析

三、星巴克咖啡经营规模

四、星巴克经营状况分析

五、星巴克营销解读及拓展策略

第二节 上岛咖啡

一、上岛咖啡简介

二、企业经营状况

三、上岛咖啡在华发展分析

第三节 迪欧咖啡

一、迪欧咖啡简介

二、迪欧咖啡发展态势

三、企业经营状况

四、迪欧咖啡投资策略分析

第四节 麦田咖啡

一、麦田咖啡简介

二、麦田咖啡发展历程

三、麦田咖啡主要产品

第五节 SPR 咖啡

一、SPR 咖啡简介

二、企业经营状况

三、 SPR Coffee加盟流程

第六节 英仕咖啡

- 一、 英仕咖啡简介
- 二、 英仕咖啡发展优势分析
- 三、 英仕加盟连锁模式启动
- 四、 英仕咖啡经营策略分析

第七章 2015-2020年中国咖啡连锁行业趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国咖啡连锁行业趋势预测分析

- 一、 国际咖啡市场处于成熟阶段
- 二、 国内咖啡市场开发潜力巨大
- 三、 咖啡连锁加盟店发展潜力大

第二节 2015-2020年中国咖啡连锁市场趋势分析

- 一、 2015-2020年中国咖啡消费市场预测分析
- 二、 2015-2020年中国咖啡连锁发展预测分析
- 三、 2015-2020年中国咖啡连锁零售规模预测

第八章 2015-2020年中国咖啡连锁市场行业前景调研分析

第一节 2015-2020年中国咖啡连锁行业投资潜力分析

- 一、 国家政策支持咖啡连锁经营健康发展
- 二、 经济与人口增长拉动餐饮消费市场增长
- 三、 餐饮消费升级促进咖啡连锁市场拓展
- 四、 西餐消费兴起为咖啡连锁带来新机遇

第二节 2015-2020年中国咖啡连锁行业投资前景分析

- 一、 宏观经济风险
- 二、 市场竞争风险
- 三、 连锁经营风险
- 四、 食品安全风险

第三节 2015-2020年中国咖啡连锁行业投资前景研究分析

- 一、 咖啡连锁须走个性化发展道路
- 二、 特色咖啡馆市场依旧存在空白
- 三、 注重咖啡消费行为个性化趋势

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/221015221015.html>