

2016-2022年中国咖啡馆连锁 市场监测及发展前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国咖啡馆连锁市场监测及发展前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201510/126388.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

咖啡馆盛行于每个大中小城市，是现代人们用于聚会休闲、商务交流的场所；咖啡馆之所以有它独特的吸引人之处，是因为它贩卖的不仅仅是咖啡，更是一种品质，文化和思想。

最早的咖啡馆叫做“Kaveh Kanas”，是在麦加建成的。尽管最初是出于一种宗教目的，但很快这些地方就成了下棋、闲聊、唱歌、跳舞和欣赏音乐的中心。从麦加开始，咖啡馆又遍及亚丁、梅迪纳（Medina）和开罗（Cairo）。

如今的咖啡馆是人们休闲、商务交流的场所。现代人普遍认为，人类首次在非洲发现咖啡。亚洲人浮士德内罗尼的《不知道睡觉的修道院》里记载了这个故事：埃塞俄比亚的牧羊少年发现自己的羊群吃了灌木上的红色果实之后，兴奋不已地不肯回家。他以为羊群中毒了，但是几个小时之后，羊群恢复正常。少年自己尝了一口这个果实，顿时倦意全消。他把这个发现告诉周围的人，夜晚需要长时间静修的基督教修士们开始把它当成日常食用的提神食品。

报告目录：

第一章2016-2022年中国咖啡连锁市场发展环境分析 9

1.1 宏观经济环境 9

1.1.1 2016-2022年中国GDP增长情况分析 9

1.1.2 2016-2022年中国CPI指数走势分析 9

1.1.3 2016-2022年中国社会消费品零售总额 10

1.1.4 2011年中国城镇居民收入与消费情况 10

1.1.5 2011年1-8月国民经济发展情况分析 11

1.2 政策环境分析 14

1.2.1 中国连锁经营行业相关政策分析 14

1.2.2 中国餐饮连锁具有良好的政策环境 15

1.2.3 扩大内需政策促进零售连锁的发展 16

1.2.4 《关于加快发展服务业的若干意见》 16

1.3 餐饮连锁环境 17

1.3.1 2010-2015年中国连锁餐饮总体规模 17

1.3.2 2011年中国连锁餐饮业市场结构统计 20

1.3.3 2015年中国特许经营零售业发展分析 23

1.3.4 2015年中国住宿与餐饮业零售额情况 29

1.3.5 2015年中国连锁餐饮业营业收入统计 30

1.4 西餐消费环境	31
1.4.1 中国西餐业的基本情况及分析	31
1.4.2 中国西餐业现阶段的发展特点	32
1.4.3 中国西餐市场快速形成的原因	34
1.4.4 未来西餐市场发展前景及趋势	35
第二章2016-2022年中国咖啡生产与消费情况分析	37
2.1 中国咖啡生产情况分析	37
2.1.1 中国咖啡的生产发展总体概述	37
2.1.2 2015年中国咖啡种植面积情况	37
2.1.3 2015年中国咖啡产量增长分析	38
2.1.4 2015年中国咖啡生产企业产能	38
2.2 中国咖啡消费情况分析	39
2.2.1 中国咖啡消费群体逐渐成长壮大	39
2.2.2 中国咖啡消费可望进入井喷时代	39
2.2.3 2015年中国速溶咖啡零售规模分析	40
2.2.4 2015年中国咖啡零售规模增长分析	41
2.3 2016-2022年中国咖啡消费者调研分析	42
2.3.1 消费者认为最好的咖啡品牌分析	42
2.3.2 消费者喝咖啡的原因与顾虑分析	43
2.3.3 消费者购买咖啡时考虑的主要因素	44
2.3.4 消费者经常喝咖啡的主要地点分析	45
2.3.5 消费者喜欢喝咖啡的包装及容量分析	45
2.3.6 消费者喝咖啡的价格和花费情况分析	46
第三章2016-2022年中国咖啡连锁发展现状分析	48
3.1 世界咖啡连锁业发展现状	48
3.1.1 美国著名咖啡连锁企业介绍	48
3.1.2 日本咖啡连锁发展情况分析	49
3.1.3 世界咖啡连锁企业进军中国	50
3.1.4 卡夫发展吉百利咖啡屋连锁计划	51
3.2 2010-2015年中国咖啡店连锁经营分析	51
3.2.1 2010-2015年中国连锁咖啡门店数量分析	51
3.2.2 2010-2015年中国连锁咖啡门店营业面积	52

3.2.3	2010-2015年中国连锁咖啡餐位数量分析	52
3.2.4	2010-2015年中国咖啡连锁营业收入分析	53
3.3	2015年中国连锁咖啡发展分析	53
3.3.1	2015年中国咖啡连锁的数量情况	53
3.3.2	2015年中国咖啡连锁交易情况分析	54
3.3.3	2015年中国咖啡连锁零售规模分析	55
第四章	2016-2022年中国咖啡连锁业竞争状况分析	56
4.1	2016-2022年中国餐饮连锁业竞争态势分析	56
4.1.1	高附加值连锁经营竞争优势明显	56
4.1.2	中国餐饮连锁将步入行业洗牌期	56
4.1.3	中国餐饮连锁业的竞争策略分析	57
4.2	2016-2022年中国咖啡连锁市场竞争态势分析	59
4.2.1	北京华联携手Costa进军咖啡连锁	59
4.2.2	麦当劳计划成为欧最大咖啡连锁店	60
4.2.3	2015年中国咖啡连锁市场竞争格局	62
4.2.4	2011年华润创业高调杀入咖啡连锁	62
4.2.5	2011年国内咖啡连锁巨头争战升级	63
4.3	2016-2022年中国咖啡连锁企业竞争策略分析	64
4.3.1	中国咖啡连锁企业市场营销策略	64
4.3.2	咖啡连锁企业品牌竞争策略分析	65
第五章	2016-2022年中国咖啡厅选址与运营策略研究	67
5.1	2016-2022年中国咖啡店投资费用构成分析	67
5.1.1	咖啡店店面费用	67
5.1.2	装修装饰设计费用	67
5.1.3	设备设施相关费用	68
5.1.4	咖啡店的其他费用	68
5.2	2016-2022年中国咖啡厅店面选址策略分析	69
5.2.1	咖啡店选址的商圈调查	69
5.2.2	咖啡店选址的地段评估	71
5.2.3	店面选址考虑因素与案例	73
5.2.4	咖啡店选址租赁合同的签订	74
5.3	2016-2022年中国咖啡厅规划与设计策略分析	79

5.3.1	咖啡店的经营规划	79
5.3.2	咖啡店整体设计风格	80
5.3.3	咖啡店门面与招牌设计	81
5.3.4	咖啡店装修与装饰策略	83
5.4	2016-2022年中国咖啡厅运营及管理策略分析	86
5.4.1	咖啡店岗位职责及编制	86
5.4.2	咖啡店管理与运营计划	87
5.4.3	咖啡店的领导与员工管理	91
	第六章2016-2022年中国咖啡连锁主要品牌分析	94
6.1	星巴克	94
6.1.1	星巴克咖啡简介	94
6.1.2	星巴克咖啡在中国发展分析	94
6.1.3	2015年星巴克咖啡经营规模	95
6.1.4	2015年星巴克经营状况分析	98
6.1.5	星巴克营销解读及拓展策略	100
6.2	上岛咖啡	101
6.2.1	上岛咖啡简介	101
6.2.2	2015年企业经营状况	102
6.2.3	上岛咖啡在华发展分析	102
6.3	迪欧咖啡	103
6.3.1	迪欧咖啡简介	103
6.3.2	迪欧咖啡发展态势	105
6.3.3	2015年企业经营状况	106
6.3.4	迪欧咖啡发展策略分析	106
6.4	麦田咖啡	108
6.4.1	麦田咖啡简介	108
6.4.2	麦田咖啡发展历程	108
6.4.3	麦田咖啡主要产品	109
6.5	SPR 咖啡	109
6.5.1	SPR 咖啡简介	109
6.5.2	2015年企业经营状况	110
6.5.3	SPR Coffee加盟流程	111

6.6 英仕咖啡	111
6.6.1 英仕咖啡简介	111
6.6.2 英仕咖啡发展优势分析	112
6.6.3 英仕加盟连锁模式启动	113
6.6.4 英仕咖啡经营策略分析	113
第七章 2016-2022年中国咖啡连锁行业发展前景分析	114
7.1 2016-2022年中国咖啡连锁行业发展前景分析	114
7.1.1 国际咖啡市场处于成熟阶段	114
7.1.2 国内咖啡市场开发潜力巨大	114
7.1.3 咖啡连锁加盟店发展潜力大	115
7.2 2016-2022年中国咖啡连锁市场前景预测分析	116
7.2.1 2016-2022年中国咖啡消费市场预测分析	116
7.2.2 2016-2022年中国咖啡连锁发展预测分析	117
7.2.3 2016-2022年中国咖啡连锁零售规模预测	118
第八章 2016-2022年中国咖啡连锁市场投资前景分析	120
8.1 2016-2022年中国咖啡连锁行业投资潜力分析	120
8.1.1 国家政策支持咖啡连锁经营健康发展	120
8.1.2 经济与人口增长拉动餐饮消费市场增长	120
8.1.3 餐饮消费升级促进咖啡连锁市场拓展	121
8.1.4 西餐消费兴起为咖啡连锁带来新机遇	122
8.2 2016-2022年中国咖啡连锁行业投资风险分析	122
8.2.1 宏观经济风险	122
8.2.2 市场竞争风险	123
8.2.3 连锁经营风险	123
8.2.4 食品安全风险	124
8.3 2016-2022年中国咖啡连锁行业投资策略分析	124
8.3.1 咖啡连锁须走个性化发展道路	124
8.3.2 特色咖啡馆市场依旧存在空白	124
8.3.3 注重咖啡消费行为个性化趋势	125
图表目录：	
图表1 2005-2015年中国国内生产总值及增长速度	9
图表2 2005-2015年8月中国CPI指数走势分析	10

图表3 2006-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 10

图表4 2006-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长率 11

图表5 2006-2015年中国城镇居民人均消费性支出及恩格尔系数 11

图表6 2006-2015年中国连锁餐饮总体规模 17

图表7 2006-2015年中国连锁餐饮企业门店数量趋势图 18

图表8 2006-2015年中国连锁餐饮企业营业面积增长趋势图 18

图表9 2006-2015年中国连锁餐饮企业餐位数增长趋势图 18

图表10 2011年中国各区域连锁餐饮企业基本情况 19

图表11 2011年中国各区域连锁餐饮企业营业额比例图 19

图表12 2011年中国各省份连锁餐饮企业基本情况 19

图表13 2011年中国按注册类型分限额以上连锁餐饮企业基本情况 21

图表14 2011年中国按注册类型分限额以上连锁餐饮企业营业额比例 21

图表15 2011年中国按行业分连锁餐饮企业基本情况 22

图表16 2011年中国按行业分连锁餐饮企业营业额比例图 22

图表17 2011年中国按业态分连锁餐饮企业基本情况 22

图表18 2011年中国按业态分连锁餐饮营业额比例图 23

图表19 2015年中国特许经营连锁120强企业排名 24

图表20 2002-2015年中国住宿和餐饮业营业额统计 29

图表21 2002-2015年中国住宿和餐饮业零售额增长趋势图 30

图表22 2006-2015年中国连锁餐饮企业营业额统计 30

图表23 2006-2015年中国连锁餐饮企业营业额增长趋势图 30

图表24 2007-2015年中国按业态分连锁餐饮企业营业额统计 31

图表25 2006-2015年中国咖啡种植面积趋势图 38

图表26 2006-2015年中国咖啡产量增长趋势图 38

图表27 2010-2015年度咖啡深加工企业产能统计 39

图表28 2006-2015年中国速溶咖啡零售规模统计 40

图表29 2006-2015年中国速溶咖啡零售量 (Volume) 趋势图 41

图表30 2006-2015年中国速溶咖啡零售额 (Value) 趋势图 41

图表31 2006-2015年中国咖啡零售规模统计 41

图表32 2006-2015年中国咖啡零售量 (Volume) 趋势图 42

图表33 2006-2015年中国咖啡零售额 (Value) 趋势图 42

图表34 消费者认为最好的咖啡品牌比例 43

图表35 消费者喜欢喝咖啡的主要原因分析 44

图表36 消费者喝咖啡的主要顾虑 44

图表37 消费者购买咖啡时考虑的主要因素 45

图表38 消费者经常喝咖啡的主要地点 45

图表39 消费者喜欢喝咖啡的包装比例 46

图表40 消费者认为每瓶咖啡的容量比例统计 46

图表41 消费者认为每瓶咖啡价格选择比例 47

图表42 消费者平均每月喝咖啡花费金额比例 47

图表43 专业咖啡/特种咖啡连锁店进入日本的时间表 50

图表44 2006-2015年中国咖啡店连锁门店数量趋势图 52

图表45 2006-2015年中国连锁咖啡门店营业面积趋势图 52

图表46 2006-2015年中国连锁咖啡店餐位数趋势图 53

图表47 2006-2015年中国连锁咖啡店营业收入趋势图 53

图表48 2006-2015年中国不同业态的咖啡馆（吧）数量统计 54

图表49 2006-2015年中国咖啡馆/（吧）数量趋势图 54

图表50 2006-2015年中国连锁咖啡馆/（吧）数量趋势图 54

图表51 2006-2015年中国不同业态的咖啡馆（吧）交易数量统计 54

图表52 2006-2015年中国连锁咖啡馆（吧）交易数量趋势图 55

图表53 2006-2015年中国不同业态的咖啡馆（吧）零售规模统计 55

图表54 2006-2015年中国连锁咖啡馆（吧）零售规模趋势图 55

图表55 2005-2015年中国咖啡连锁主要品牌市场份额统计 62

图表56 2015年中国咖啡连锁主要品牌市场竞争格局 62

图表57 咖啡店寻租店面时要考虑的因素 73

图表58 咖啡店的经营规划 79

图表59 2015年星巴克咖啡自营店和特许经营店数量分布 96

图表60 2005-2015年星巴克咖啡美国自营店数量趋势图 96

图表61 2005-2015年星巴克咖啡美国特许经营店数量趋势图 96

图表62 2005-2015年星巴克咖啡全球门店总数量趋势图 97

图表63 2015年星巴克咖啡自营店主要国家分布数量统计 97

图表64 2015年星巴克咖啡自营店主要国家分布比例 97

图表65 2015年星巴克咖啡自营店产品销售比例 98

图表66 2015年星巴克咖啡特许经营店主要地区和国家分布数量 98

图表67 2005-2015年星巴克营业收入细分业务情况统计 99
图表68 2005-2015年星巴克咖啡自营店零售收入趋势图 99
图表69 2005-2015年星巴克咖啡营业收入趋势图 99
图表70 2010-2015年星巴克美国营业收入细分业务情况 99
图表71 星巴克咖啡拓店选择标准及要求 101
图表72 2015年上海上岛咖啡食品有限公司经营状况 102
图表73 2015年苏州迪欧餐饮管理有限公司经营状况 106
图表74 麦田咖啡主要产品 109
图表75 2015年青岛耶士咖啡有限公司经营状况 110
图表76 SPR Coffee加盟流程及加盟优势 111
图表77 2016-2022年世界咖啡消费量预测趋势图 114
图表78 咖啡连锁经营模式及优势分析 115
图表79 2016-2022年中国咖啡零售规模预测统计 116
图表80 2016-2022年中国咖啡零售量（Volume）预测趋势图 116
图表81 2016-2022年中国咖啡零售额（Value）预测趋势图 117
图表82 2016-2022年中国咖啡连锁数量规模预测统计 117
图表83 2016-2022年中国连锁咖啡馆/吧数量预测趋势图 117
图表84 2016-2022年中国咖啡连锁交易规模预测统计 118
图表85 2016-2022年中国连锁咖啡馆/吧交易规模预测趋势图 118
图表86 2016-2022年中国咖啡连锁零售规模预测统计 118
图表87 2016-2022年中国连锁咖啡馆/吧零售规模预测趋势图 119
图表88 2015年中国人口数及其构成情况 120
图表89 2006-2015年中国城市人口及所占比例趋势图 121

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201510/126388.html>