

2020-2026年中国酒吧行业 分析与投资潜力分析报告

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

《2020-2026年中国酒吧行业分析与投资潜力分析报告》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/202006/167889.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

酒吧行业产业链 资料来源：中企顾问网整理

随着我国经济的迅猛发展，如今国内的酒吧业已是发展得红红火火。据不完全统计，仅在北京就有近四百个酒吧，在上海和深圳各有两百多个酒吧。先是北京的三里屯酒吧一条街，随之先后是北京城市宾馆酒吧区、后海酒吧区、工体酒吧区，上海的新天地与衡山路酒吧区，云南大理的洋人街，广州的沿江酒吧街等等，一时雀起。一般的酒吧有清吧与闹吧之分，总的而言，闹吧的量要大一些。近年来，随着酒吧业的逐渐成熟，一个非常重要的变化是，酒吧的单体规模在扩大、群体规模也在扩大，酒吧也渐渐与迪厅、夜总会、歌厅的风格整合气势。在一些城市，酒吧与酒吧区也已经被认可为城市文化的重要象征。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国酒吧行业分析与投资潜力分析报告》共三十四章。首先介绍了中国酒吧行业市场发展环境、中国酒吧整体运行态势等，接着分析了中国酒吧行业市场运行的现状，然后介绍了中国酒吧市场竞争格局。随后，报告对中国酒吧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酒吧行业发展趋势与投资预测。您若想对酒吧产业有个系统的了解或者想投资酒吧行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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，商务部采集数据等酒吧。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酒吧及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测酒吧。

报告目录：

| | |
|------------------------------|---|
| 第一章 酒吧行业概述 | 1 |
| 第一节 酒吧行业定义 | 1 |
| 第二节 酒吧行业发展历程 | 1 |
| 第三节 酒吧行业分类情况 | 2 |
| 第二章 2016-2019年中国酒吧行业发展环境分析 | 5 |
| 第一节 2016-2019年中国经济环境分析 | 5 |
| 一、宏观经济 | 5 |
| 二、工业形势 | 6 |
| 三、固定资产投资 | 8 |
| 第二节 2016-2019年中国酒吧行业发展政策环境分析 | 9 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 一、行业政策影响分析 | 9 |
| 二、相关行业标准分析 | 11 |
| 第三节 2016-2019年中国酒吧行业发展社会环境分析 | 11 |
| 一、居民消费水平分析 | 11 |
| 二、工业发展形势分析 | 13 |
| 第三章2011-2019年中国酒吧相关（酒的制造）行业总体发展状况 | 15 |
| 第一节 中国酒吧相关（酒的制造）行业规模情况分析 | 15 |
| 一、行业单位规模情况分析 | 15 |
| 二、行业人员规模状况分析 | 15 |
| 三、行业资产规模状况分析 | 16 |
| 四、行业市场规模状况分析 | 16 |
| 第二节 中国酒吧相关（酒的制造）行业产销情况分析 | 17 |
| 一、行业生产情况分析 | 17 |
| 二、行业销售情况分析 | 17 |
| 三、行业产销情况分析 | 18 |
| 第三节 中国酒吧相关（酒的制造）行业财务能力分析 | 18 |
| 一、行业盈利能力分析与预测 | 18 |
| 二、行业偿债能力分析 | 19 |
| 三、行业营运能力分析 | 20 |
| 四、行业发展能力分析 | 20 |
| 第四章2019年中国酒吧行业运行新形势分析 | 22 |
| 第一节 2019年中国酒吧业经营新亮点 | 22 |
| 一、酒吧客流量大，销售服务随机性强 | 22 |
| 二、酒吧规模小，对服务人员的素质要求高 | 22 |
| 三、酒吧投资大，回报高 | 22 |
| 四、酒吧经营利润高，控制难度大 | 23 |
| 第二节 2019年中国酒吧的酒品分析 | 23 |
| 一、产品原料品种多，储存难度大 | 23 |
| 二、产品生产时间短，生产量难以预测 | 23 |
| 三、产品品种规格多，批量小 | 23 |

| | |
|--------------------------|----|
| 四、业务技巧要求高，管理难度大 | 23 |
| 第三节 2019年中国酒吧的销售特点分析 | 24 |
| 一、销售量受活动场所的限制 | 24 |
| 二、销售单位小，销售服务过程标准化 | 24 |
| 三、销售毛利率高，资金周转快 | 24 |
| 四、固定成本高，开支比重较大 | 24 |
| | |
| 第五章 酒吧行业发展概述 | 25 |
| 第一节 酒吧行业发展概况 | 25 |
| 一、全球酒吧行业发展简述 | 25 |
| 1、发展环境 | 25 |
| 2、发展历程 | 26 |
| 二、酒吧国内行业现状阐述 | 26 |
| 第二节 酒吧行业市场现状 | 27 |
| 一、市场概述 | 27 |
| 二、市场规模 | 29 |
| 第三节 酒吧行业发展历程 | 31 |
| 第四节 酒吧行业发展所处的阶段 | 32 |
| 第五节 酒吧行业地位分析 | 33 |
| 第六节 酒吧行业产业链分析 | 35 |
| 第七节 酒吧行业国内与国外情况分析 | 35 |
| | |
| 第六章 2016-2019年酒吧产业运行态势分析 | 36 |
| 第一节 2016-2019年酒吧市场发展分析 | 36 |
| 一、酒吧市场发展的特点 | 36 |
| 二、酒吧市场景气向好 | 37 |
| 第二节 2016-2019年酒吧市场调研 | 37 |
| 一、国外企业酒吧发展的特点 | 37 |
| 二、酒吧供需分析 | 38 |
| 1、供给 | 38 |
| 2、需求 | 38 |
| 三、酒吧市场发展综述 | 39 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 第三节 2016-2019年酒吧市场中存在的问题及策略 | 40 |
| 一、酒吧市场发展面临的挑战及对策 | 40 |
| 二、提高酒吧整体竞争力的建议 | 42 |
| 三、加快酒吧发展的措施 | 44 |
| | |
| 第七章 酒吧行业发展环境分析 | 45 |
| 第一节 2019年中国酒吧行业发展政策环境分析 | 45 |
| 一、酒吧经营法规解析 | 45 |
| 二、酒吧安全管理暂行规定 | 54 |
| 三、相关产业法律法规 | 56 |
| 第二节 2019年中国酒吧社会环境分析 | 59 |
| 一、人口环境分析 | 59 |
| 二、教育环境分析 | 61 |
| 三、文化环境分析 | 64 |
| 四、生态环境分析 | 66 |
| 五、中国城镇化率 | 69 |
| 六、居民的各种消费观念和习惯 | 70 |
| | |
| 第八章 酒吧连锁行业分析 | 72 |
| 第一节 2016-2019年中国酒吧连锁市场规模分析 | 72 |
| 一、中国高档酒品消费规模增长情况 | 72 |
| 二、中国酒吧连锁市场规模增长情况 | 74 |
| 三、中国酒吧连锁企业数量及门店数量 | 75 |
| 四、中国酒吧连锁品牌门店数量对比 | 75 |
| 第二节 2016-2019年中国酒吧连锁的五大成功因素 | 77 |
| 一、鲜明独特的经营风格 | 77 |
| 二、准确的市场定位 | 77 |
| 三、便利的地段 | 80 |
| 四、良好的增值服务 | 80 |
| 五、切合目标市场的文化营销 | 80 |
| 第三节 2016-2019年中国酒吧连锁行业中存在的主要问题 | 80 |
| 一、广泛的价格恶性竞争 | 80 |

- 二、不正当乃至非法经营 81
- 三、前期投入成本迅速增高 81
- 四、营业额过于集中于啤酒项目 81
- 五、明显的市场定位及竞争同质化 81

第九章 2019年中国酒吧消费情况调研 82

第一节 2019年中国酒吧主要消费状况分析 82

- 一、酒水在酒吧消费品中的地位分析 82
- 二、酒水吧啤酒供需分析 82
- 三、酒吧酒水的消费价格分析 82
- 四、酒吧酒水主要消费群体分析 83

第二节 2019年中国酒吧消费者消费理念分析 83

- 一、消费意识超前，追求时尚 83
- 二、喜欢高档，消费水平高 83
- 三、对酒吧和酒品牌都有较强的忠诚度 83

第三节 2019年中国塑造酒吧酒水品牌攻略分析 84

- 一、重新认识酒吧啤酒制高点作用 84
- 二、打造高端产品的旗舰品牌 84
- 三、多方位创新品牌 85
- 四、采取系统创新营销策略 85
- 五、增强高端品牌的文化底蕴 85

第十章 中国酒吧市场供需分析 86

第一节 酒吧市场现状分析及预测 86

- 一、2016-2019年我国酒吧行业总产值分析 86
- 二、2020-2026年我国酒吧行业总产值预测 86

第二节 酒吧市场需求分析及预测 87

- 一、2016-2019年我国酒吧市场需求分析 87
- 二、2020-2026年我国酒吧行业现状分析 87

第三节 酒吧行业的技术影响分析 88

- 一、酒吧行业技术现状分析 88
- 二、酒吧行业技术发展趋势 89

| | |
|------------------------------|-----|
| 第十一章 2020-2026年中国酒吧行业发展趋势分析 | 91 |
| 第一节 2020-2026年中国酒吧行业发展趋势分析 | 91 |
| 一、现代酒吧室内设计趋势 | 91 |
| 二、酒吧经营特色趋势探讨 | 94 |
| 三、酒吧消费新趋势探讨 | 97 |
| 第二节 2020-2026年中国中小城市酒吧发展趋势分析 | 97 |
| 一、超小型酒吧成新趋势 | 97 |
| 二、酒吧的本土化 | 98 |
| 三、开始注重文化的挖掘 | 99 |
| 第三节 酒吧行业经济环境影响分析 | 100 |
| 一、国民经济影响情况 | 100 |
| 二、国内投资酒吧情况 | 100 |
| | |
| 第十二章 酒吧行业经营和竞争分析 | 101 |
| 第一节 行业核心竞争力分析及构建 | 101 |
| 第二节 酒吧技术最新发展趋势分析 | 101 |
| 一、国外同类技术重点研发方向 | 101 |
| 二、国内酒吧研发技术路径分析 | 101 |
| 三、国内最新研发动向 | 102 |
| 四、技术走势预测 | 102 |
| 五、技术进步对企业发展影响 | 103 |
| 第三节 酒吧经营中的质量控制 | 103 |
| 一、重大活动控制 | 103 |
| 二、重点客人、重要任务控制 | 104 |
| 三、重点岗位、环节控制 | 104 |
| 四、标准控制法 | 105 |
| | |
| 第十三章 酒吧行业国内市场深度分析 | 107 |
| 第一节 酒吧行业市场现状分析及预测 | 107 |
| 第二节 2020-2026年市场需求分析及预测 | 108 |
| 第三节 价格趋势分析 | 108 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第四节 酒吧产业上下游影响分析 | 109 |
| 一、酒吧行业上游影响分析 | 109 |
| 二、酒吧行业下游影响分析 | 133 |
| 第十四章 2019年北京酒吧业运行新态势分析 | 135 |
| 第一节 2019年北京酒吧行业运行综述 | 135 |
| 一、北京是全国城市中酒吧最多的一个地方 | 135 |
| 二、北京经济对酒吧业的影响 | 135 |
| 三、北京酒吧集群分布 | 137 |
| 四、消费人群类型分析 | 138 |
| 第二节 2019年北京酒吧投资策略分析 | 139 |
| 一、酒水价格 | 139 |
| 二、环境优势分析 | 139 |
| 三、酒吧经营特色优势分析 | 140 |
| 四、规划固定停车场 | 140 |
| 第十五章 2019年中国酒吧连锁行业重点企业主体竞争力分析 | 145 |
| 第一节 阿伦故事咖啡酒吧 | 145 |
| 一、公司简介 | 145 |
| 二、营业规模 | 145 |
| 三、经营模式及定位 | 145 |
| 四、市场运作P分析 | 145 |
| 五、连锁品牌化运作 | 146 |
| 六、投资前景 | 147 |
| 七、竞争力SWOT分析 | 147 |
| 八、战略研究成果 | 147 |
| 第二节 苏荷酒吧 | 148 |
| 第三节 朗路酒吧 | 148 |
| 第四节 爵色酒吧 | 149 |
| 第五节 SKY酒吧连锁 | 149 |
| 第六节 百度酒吧 | 149 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 第十六章 2016-2019年中国酒吧连锁市场竞争格局研究 | 151 |
| 第一节 2016-2019年中国酒吧连锁业竞争总况 | 151 |
| 一、酒吧进入多元化竞争时代 | 151 |
| 二、酒吧竞争依靠风格别样 | 151 |
| 三、连锁加盟酒吧竞争情况 | 151 |
| 第二节 2016-2019年中国酒吧竞争力研究 | 152 |
| 一、酒吧经营模式格局 | 152 |
| 二、主要品牌及发展现状 | 153 |
| 三、领先酒吧品牌向发达城市扩张 | 154 |
| 四、酒吧连锁仍具有明显的区域特性 | 154 |
| 五、各大酒吧连锁基本都有明确的竞争定位 | 155 |
| 第三节 2016-2019年中国酒吧连锁业竞争趋势分析 | 155 |
| | |
| 第十七章 2016-2019年中国重点城市酒吧连锁市场与竞争研究 | 156 |
| 第一节 北京 | 156 |
| 一、商业环境地质战略研究 | 156 |
| 二、北京酒吧消费市场规模预测 | 157 |
| 三、北京酒吧的区位分布结构 | 158 |
| 四、三里屯酒吧街定位现状及趋势 | 159 |
| 五、什刹海酒吧街定位现状及趋势 | 160 |
| 六、魏公村酒吧街定位现状及趋势 | 160 |
| 七、北京酒吧的经营主题分布 | 161 |
| 八、北京酒吧的消费价格分布 | 161 |
| 九、北京酒吧连锁的竞争行为及格局分析 | 162 |
| 十、北京酒吧消费者消费行为及特征分析 | 163 |
| 十一、典型酒吧连锁企业竞争优劣势SWOT分析 | 163 |
| 第二节 上海 | 164 |
| 第三节 天津 | 165 |
| 第四节 成都 | 166 |
| 第五节 重庆 | 167 |
| 第六节 广州 | 168 |
| 第七节 深圳 | 169 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 第八节 武汉 | 170 |
| 第九节 大连 | 170 |
| 第十节 重点城市市场对比分析 | 170 |
| 一、市场发展阶段对比 | 170 |
| 二、市场规模对比 | 171 |
| 三、市场消费特性对比 | 172 |
| 四、市场消费环境对比 | 172 |
| | |
| 第十八章 2019年中国酒吧连锁细分市场深度剖析 | 174 |
| 第一节 酒吧餐厅 | 174 |
| 一、经营模式概述 | 174 |
| 二、目标市场定位 | 174 |
| 三、经营品类及策略 | 174 |
| 四、音乐、文化诉求分析 | 175 |
| 五、典型企业经营优劣势SWOT分析 | 175 |
| 第二节 表演酒吧 | 175 |
| 第三节 慢摇酒吧 | 176 |
| 第四节 主题酒吧 | 176 |
| 第五节 娱乐酒吧 | 176 |
| | |
| 第十九章 酒吧行业发展现状分析 | 177 |
| 第一节 全球酒吧行业发展分析 | 177 |
| 一、英国酒吧行业发展现状 | 177 |
| 二、全球酒吧行业发展现状 | 177 |
| 三、全球酒吧行业发展预测 | 178 |
| 第二节 中国酒吧行业发展分析 | 179 |
| 一、2016-2019年中国酒吧市场发展现状分析 | 179 |
| 二、2016-2019年中国酒吧行业发展特点分析 | 179 |
| 三、2016-2019年中国酒吧行业市场供需分析 | 180 |
| 第三节 中国酒吧产业特征与行业重要性 | 180 |
| 第四节 酒吧行业特性分析 | 181 |

第二十章 酒吧国内产品价格走势及影响因素分析 182

第一节 国内产品2016-2019年价格回顾 182

第二节 国内产品当前市场价格及评述 183

第三节 国内产品价格影响因素分析 183

第四节 2020-2026年国内产品未来价格走势预测 184

第二十一章 酒吧行业需求与预测分析 185

第一节 酒吧行业需求分析及预测 185

一、酒吧行业需求总量及增长速度 185

二、酒吧行业需求结构分析 185

1、消费者构成 185

2、消费者消费理念 186

三、酒吧行业需求影响因素分析 186

四、酒吧行业未来需求预测分析 187

第二节 酒吧行业地区需求分析 187

一、行业的总体区域需求分析 187

二、华北地区酒吧行业发展分析 189

1、2016-2019年行业发展现状分析 189

2、2016-2019年市场规模情况分析 191

3、2020-2026年市场需求前景分析 192

4、2020-2026年行业发展趋势预测 192

5、2020-2026年行业投资前景预测 193

二、2016年东北地区酒吧行业调研 194

1、2016-2019年行业发展现状分析 194

2、2016-2019年市场规模情况分析 196

3、2020-2026年市场需求前景分析 197

4、2020-2026年行业投资前景预测 197

三、2016年华东地区酒吧行业调研 198

1、2016-2019年行业发展现状分析 198

2、2016-2019年市场规模情况分析 200

3、2020-2026年市场需求前景分析 201

4、2020-2026年行业投资前景预测 202

| | |
|----------------------|-----|
| 四、2016年华南地区酒吧行业调研 | 202 |
| 1、2016-2019年行业发展现状分析 | 202 |
| 2、2016-2019年市场规模情况分析 | 205 |
| 3、2020-2026年市场需求前景分析 | 206 |
| 4、2020-2026年行业投资前景预测 | 206 |
| 五、2016年华中地区酒吧行业调研 | 207 |
| 1、2016-2019年行业发展现状分析 | 207 |
| 2、2016-2019年市场规模情况分析 | 209 |
| 3、2020-2026年市场需求前景分析 | 210 |
| 4、2020-2026年行业投资前景预测 | 211 |
| 六、2016年西南地区酒吧行业调研 | 211 |
| 1、2016-2019年行业发展现状分析 | 211 |
| 2、2016-2019年市场规模情况分析 | 214 |
| 3、2020-2026年市场需求前景分析 | 215 |
| 4、2020-2026年行业投资前景预测 | 215 |
| 七、2016年西北地区酒吧行业调研 | 216 |
| 1、2016-2019年行业发展现状分析 | 216 |
| 2、2016-2019年市场规模情况分析 | 218 |
| 3、2020-2026年市场需求前景分析 | 219 |
| 4、2020-2026年行业投资前景预测 | 220 |
| 第三节 酒吧行业市场投资策略分析 | 220 |
| 一、酒吧行业市场需求量情况 | 220 |
| 二、国内酒吧业存在的问题分析 | 220 |
| 1、经济发展缓慢 | 220 |
| 2、酒吧业软件设施尚不齐全 | 221 |
| 3、酒吧文化不浓厚 | 221 |
| 4、酒吧业市场培育不健全 | 221 |
| 三、国内酒吧业发展的对策与措施 | 222 |
| 1、宏观对策分析 | 222 |
| 2、经营方式的对策分析 | 223 |

| | |
|----------------|-----|
| 第一节 本色酒吧 | 225 |
| 一、企业简介 | 225 |
| 二、经营情况 | 225 |
| 三、投资预测 | 225 |
| 第二节 菲苾酒吧 | 226 |
| 一、企业简介 | 226 |
| 二、经营情况 | 226 |
| 三、投资预测 | 227 |
| 第三节 苏荷集团 | 227 |
| 一、企业简介 | 227 |
| 二、经营情况 | 227 |
| 三、投资预测 | 228 |
| 第四节 激情百度酒吧 | 228 |
| 一、企业简介 | 228 |
| 二、企业经营分析 | 228 |
| 三、企业经营模式分析 | 229 |
| 四、市场营销区域分析 | 229 |
| 第五节 苏格缪斯企业管理公司 | 229 |
| 一、企业简介 | 229 |
| 二、企业经营分析 | 229 |
| 三、经营模式分析 | 230 |
| 四、市场营销区域分析 | 230 |
| 第六节 搜浩集团 | 230 |
| 一、企业简介 | 230 |
| 二、企业经营分析 | 230 |
| 三、经营业态分析 | 230 |
| 四、市场营销区域分析 | 231 |
| 第七节 浪漫集团 | 231 |
| 一、企业简介 | 231 |
| 二、企业经营分析 | 231 |
| 三、企业经营业务分析 | 231 |
| 四、市场营销区域分析 | 235 |

| | |
|----------------------|-----|
| 第八节 乐巢酒吧 | 235 |
| 一、企业简介 | 235 |
| 二、经营情况 | 235 |
| 三、投资预测 | 236 |
| 第九节 上上酒吧 | 236 |
| 一、企业简介 | 236 |
| 二、经营情况 | 236 |
| 三、投资预测 | 237 |
| 第十节 苏荷酒吧 | 237 |
| 一、企业概况 | 237 |
| 二、市场定位情况 | 237 |
| 三、企业优劣势分析 | 237 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 237 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 238 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 238 |
| 第十一节 唐会酒吧 | 238 |
| 一、企业概况 | 238 |
| 二、市场定位情况 | 238 |
| 三、企业优劣势分析 | 239 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 239 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 240 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 240 |
| 第十二节 88号酒吧 | 241 |
| 一、企业概况 | 241 |
| 二、市场定位情况 | 241 |
| 三、企业优劣势分析 | 241 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 241 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 242 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 242 |
| 第十二节 INBAR酒吧 | 242 |
| 一、企业概况 | 242 |
| 二、市场定位情况 | 242 |

| | |
|----------------------|-----|
| 三、企业优劣势分析 | 242 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 243 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 243 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 243 |
| 第十三节 BABYFACE酒吧 | 243 |
| 一、企业概况 | 243 |
| 二、市场定位情况 | 243 |
| 三、企业优劣势分析 | 244 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 244 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 244 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 244 |
| 第十四节 上海MUSE酒吧 | 245 |
| 一、企业概况 | 245 |
| 二、市场定位情况 | 245 |
| 三、企业优劣势分析 | 245 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 245 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 245 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 246 |
| 第十五节 上海PARK 97酒吧 | 246 |
| 一、企业概况 | 246 |
| 二、市场定位情况 | 246 |
| 三、企业优劣势分析 | 246 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 246 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 247 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 247 |
| 第十六节 上海官邸 | 247 |
| 一、企业概况 | 247 |
| 二、市场定位情况 | 247 |
| 三、企业优劣势分析 | 247 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 247 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 248 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 248 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 第十七节 杭州G+ CLUB | 248 |
| 一、企业概况 | 248 |
| 二、市场定位情况 | 248 |
| 三、企业优劣势分析 | 249 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 249 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 249 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 249 |
| 第十八节 杭州IN CLUB隐楼 | 249 |
| 一、企业概况 | 249 |
| 二、市场定位情况 | 250 |
| 三、企业优劣势分析 | 250 |
| 四、2016-2019年经营状况分析 | 250 |
| 五、2016-2019年主要经营数据指标 | 250 |
| 六、2020-2026年公司投资前景分析 | 250 |
| | |
| 第二十三章 2016-2019年酒吧行业竞争格局分析 | 251 |
| 第一节 酒吧行业竞争结构分析 | 251 |
| 一、现有企业间竞争 | 251 |
| 二、潜在进入者分析 | 251 |
| 三、替代品威胁分析 | 252 |
| 四、供应商议价能力 | 252 |
| 五、客户议价能力 | 252 |
| 第二节 酒吧企业国际竞争力比较 | 253 |
| 一、支援与相关产业 | 253 |
| 二、企业战略、结构与竞争状态 | 253 |
| 三、政府的作用 | 254 |
| 第三节 酒吧行业竞争格局分析 | 254 |
| 一、酒吧行业集中度分析 | 254 |
| 1、酒吧市场集中度分析 | 254 |
| 2、酒吧企业集中度分析 | 255 |
| 3、酒吧区域集中度分析 | 256 |
| 二、酒吧行业竞争程度分析 | 256 |

第四节 2020-2026年酒吧行业竞争策略分析 256

一、金融危机对行业竞争格局的影响 256

二、2020-2026年酒吧行业竞争格局展望 257

三、2020-2026年酒吧行业竞争策略分析 257

第二十四章 酒吧行业投融资分析 259

第一节 酒吧行业的SWOT分析 259

一、优势分析 259

二、劣势分析 259

三、机会分析 259

四、威胁分析 259

第二节 酒吧行业国内企业投资状况 260

第三节 酒吧行业外资投资状况 260

第四节 酒吧行业资本并购重组情况 260

第五节 酒吧行业投资特点分析 260

第六节 酒吧行业融资分析 261

第七节 酒吧行业投资机会分析 261

一、2020-2026年总体投资机会及投资建议 261

二、2020-2026年国内外投资机会及投资建议 261

三、2020-2026年区域投资机会及投资建议 262

四、2020-2026年企业投资机会及投资建议 262

第二十五章 酒吧及其主要上下游产品 263

第一节 酒吧上下游分析 263

一、与上下游行业之间的关联性 263

二、上游原材料供应形势分析 263

三、下游产品解析 264

第二节 酒吧行业产业链分析 266

一、上游行业影响及风险分析 266

二、下游行业风险分析及提示 267

三、关联行业风险分析及提示 267

| | |
|-------------------------------|-----|
| 第二十六章 酒吧产品竞争力优势分析 | 268 |
| 第一节 整体产品竞争力评价 | 268 |
| 第二节 产品竞争力评价结果分析 | 269 |
| 第三节 竞争优势评价及构建建议 | 269 |
| | |
| 第二十七章 酒吧产业用户度分析 | 272 |
| 第一节 酒吧产业用户认知程度 | 272 |
| 第二节 酒吧产业用户关注因素 | 272 |
| 一、功能 | 272 |
| 二、质量 | 273 |
| 三、价格 | 273 |
| 四、外观 | 273 |
| 五、服务 | 274 |
| | |
| 第二十八章 酒吧行业投资机会与风险 | 276 |
| 第一节 中国酒吧产业投资机会分析 | 276 |
| 一、投资机会分析 | 276 |
| 二、可行研究分析 | 276 |
| 第二节 酒吧行业投资效益分析 | 278 |
| 一、2016年酒吧行业投资状况分析 | 278 |
| 二、2016年酒吧行业投资效益分析 | 279 |
| 三、2016年酒吧行业投资前景预测 | 279 |
| 四、2016年酒吧行业的投资方向 | 280 |
| 五、2016年酒吧行业投资的建议 | 281 |
| 第三节 2020-2026年酒吧行业投资前景及控制策略分析 | 283 |
| 一、2020-2026年酒吧行业市场风险及控制策略 | 283 |
| 二、2020-2026年酒吧行业政策风险及控制策略 | 283 |
| 三、2020-2026年酒吧行业经营风险及控制策略 | 283 |
| 四、2020-2026年酒吧同业竞争风险及控制策略 | 284 |
| 五、2020-2026年酒吧行业其他风险及控制策略 | 284 |
| | |
| 第二十九章 2016年北京知名酒吧经营情况分析 | 285 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第一节 工人体育场酒吧 | 285 |
| 一、工人体育场酒吧基本概况 | 285 |
| 二、工人体育场酒吧规模分析 | 285 |
| 三、工人体育场酒吧经营分析 | 285 |
| 第二节 三里屯酒吧街 | 286 |
| 一、三里屯酒吧街地理位置介绍 | 286 |
| 二、三里屯酒吧街规模分析 | 286 |
| 三、主要消费人群 | 286 |
| 四、三里屯酒吧特色分析 | 286 |
| 第三节 什刹海酒吧街 | 287 |
| 一、什刹海酒吧街基本概况 | 287 |
| 二、什刹海酒吧街规模分析 | 287 |
| 三、主要消费人群 | 287 |
| 四、什刹海酒吧街经营特色分析 | 287 |
| 第四节 星吧路酒吧街 | 288 |
| 一、星吧路酒吧街基本概况 | 288 |
| 二、星吧路酒吧街规模分析 | 288 |
| 三、星吧路酒吧街经营特色分析 | 288 |
| 1、非洲、日本等异域风情 | 288 |
| 2、拓宽酒吧业务——舞会、K歌 | 288 |
| 3、国内知名乐队、歌手、明星，定期举办一些现场音乐会、原创音乐大赛 | 289 |
| 4、酒吧街东面“比力必利”是北京唯一一家非洲餐吧 | 289 |
| 第五节 大都酒吧街 | 289 |
| 一、大都酒吧街基本概况 | 289 |
| 二、大都酒吧街规模分析 | 289 |
| 三、大都酒吧街经营特色分析 | 289 |
| 第六节 大山子酒吧街——工厂现代艺术 | 290 |
| 一、大山子酒吧街基本概况 | 290 |
| 二、大山子酒吧街规模分析 | 291 |
| 三、大山子酒吧街经营特色分析 | 291 |
| 第七节 朝阳公园酒吧街 | 292 |
| 一、朝阳公园酒吧街基本概况 | 292 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 二、朝阳公园酒吧街规模分析 | 293 |
| 三、朝阳公园酒吧街经营特色分析 | 293 |
| 第八节 南锣鼓巷酒吧街 | 293 |
| 一、南锣鼓巷酒吧街基本概况 | 293 |
| 二、南锣鼓巷酒吧街规模分析 | 293 |
| 三、南锣鼓巷酒吧街经营特色分析 | 294 |
| 第三十章 2016年上海酒吧业运行新形势透析 | 295 |
| 第一节 2016年上海酒吧业运行总况 | 295 |
| 一、上海酒吧—洋气精致的“联合国” | 295 |
| 二、上海酒吧三大格局为基本形式 | 295 |
| 三、上海经济对酒吧业的影响 | 296 |
| 第二节 衡山路酒吧街—上海最大的酒吧街 | 296 |
| 一、衡山路酒吧街基本概况 | 296 |
| 二、衡山路酒吧街规模分析 | 297 |
| 三、主要消费人群及消费水平分析 | 298 |
| 四、衡山路酒吧街特色经营分析 | 298 |
| 第三节 雁荡路酒吧街 | 299 |
| 一、雁荡路酒吧街基本概况 | 299 |
| 二、雁荡路酒吧街规模分析 | 299 |
| 三、雁荡路酒吧街特色经营分析 | 300 |
| 第四节 巨鹿路酒吧街 | 300 |
| 一、巨鹿路基本概况 | 300 |
| 二、巨鹿路酒吧街规模分析 | 301 |
| 三、主要消费人群及消费现状 | 301 |
| 四、巨鹿路酒吧街特色经营分析 | 301 |
| 第五节 新天地酒吧街——上海很有名气的酒吧街 | 302 |
| 一、新天地酒吧街基本概况 | 302 |
| 二、新天地酒吧街规模分析 | 302 |
| 三、主要消费人群分析及消费现状 | 303 |
| 四、新天地酒吧街经营特色分析 | 303 |
| 第六节 长乐路酒吧街 | 304 |

| | |
|---|-----|
| 一、长乐路基本概况 | 304 |
| 二、长乐路酒吧街规模分析 | 304 |
| 三、长乐路酒吧街经营特色分析 | 304 |
| 第七节 铜仁路酒吧街——休闲风格酒吧 | 304 |
| 一、铜仁路酒吧街基本概况 | 304 |
| 二、铜仁路酒吧街规模分析 | 305 |
| 三、主要消费人群及消费现状 | 305 |
| 四、铜仁路酒吧街经营特色分析 | 305 |
| 第八节 茂名南路酒吧街——年轻人的天堂 | 307 |
| 一、茂名南路酒吧街基本概况 | 307 |
| 二、茂名南路酒吧街规模分析 | 307 |
| 三、主要消费人群及消费现状 | 308 |
| 四、茂名南路酒吧街特色分析 | 308 |
| 第九节 上海酒吧业运行投资潜力及优势分析 | 309 |
| | |
| 第三十一章 2016年广州酒吧业发展态势分析 | 311 |
| 第一节 2016年广州酒吧业发展概况分析 | 311 |
| 一、广州酒吧——酒吧就是酒吧 | 311 |
| 二、2016年广州酒吧业概况分析 | 311 |
| 第二节 沿江路酒吧街——妖冶与妩媚多情 | 313 |
| 一、沿江路地理位置介绍 | 313 |
| 二、沿江路酒吧街规模分析 | 313 |
| 三、主要消费人群——本地的中青年白领阶层、国内外的游客 | 313 |
| 四、沿江路酒吧街特色（竞争力）分析 | 314 |
| 第三节 环市路酒吧街——花园式享受 | 314 |
| 一、环市路地理位置介绍 | 314 |
| 二、环市路酒吧街规模分析 | 315 |
| 三、主要消费人群——白领、外籍人士 | 315 |
| 四、环市路酒吧街特色（竞争力）分析 | 315 |
| 第四节 芳村酒吧街——---与狂野 | 316 |
| 一、芳村地理位置介绍 | 316 |
| 二、芳村酒吧街规模分析 | 316 |

三、主要消费人群——当地人及珠三角经济收入稳定人士 316

四、芳村酒吧街特色（竞争力）分析 317

第三十二章 2016年深圳酒吧业运行新格局透析 318

第一节 2016年深圳酒吧业发展概况分析 318

一、时尚前卫是深圳酒吧最大的特点 318

二、深圳的酒吧大致分为清吧和演艺吧两种 318

三、深圳经济现状对酒吧业的影响 318

四、深圳酒吧消费人群及消费水平分析 319

第二节 蛇口酒吧街——深圳的“兰桂坊” 319

一、蛇口酒吧街基本概况 319

二、蛇口酒吧街规模分析 320

三、主要消费人群及消费现状 320

四、蛇口酒吧街经营特色分析 320

第三节 华侨城酒吧街 321

一、华侨城酒吧街基本概况 321

二、华侨城酒吧街规模分析 321

三、华侨城酒吧街主要消费人群及消费现状 322

四、华侨城酒吧街经营特色分析 322

第四节 体育馆“第五大街-酒吧街” 322

第五节 华强北“京华风情酒吧街” 323

第六节 九坊街欧陆风情的酒吧街 323

第七节 盐田大梅沙酒吧街 323

第八节 深圳酒吧业投资优势及潜力分析 324

第三十三章 酒吧的消费情况 325

第一节 2019年中国酒吧主要消费状况分析 325

一、酒水在酒吧消费品中的地位分析 325

二、酒水吧啤酒供需分析 326

三、酒吧酒水的消费价格分析 326

四、酒吧酒水主要消费群体分析 326

第二节 2019年中国酒吧酒水竞争状况分析 327

| | |
|-------------------------|-----|
| 一、品牌竞争 | 327 |
| 二、价格竞争 | 327 |
| 三、营销方式 | 328 |
| 第三节 2019年中国塑造酒吧酒水品牌攻略分析 | 329 |
| 一、重新认识酒吧啤酒制高点作用 | 329 |
| 二、打造高端产品的旗舰品牌 | 329 |
| 三、多方位创新品牌 | 330 |
| 四、采取系统创新营销策略 | 330 |
| 五、增强高端品牌的文化底蕴 | 331 |
| | |
| 第三十四章观点与结论 | 332 |
| 第一节 酒吧行业营销策略分析及建议 | 332 |
| 一、酒吧行业营销模式 | 332 |
| 二、酒吧行业营销策略 | 336 |
| 第二节 酒吧行业企业经营发展分析及建议 | 337 |
| 一、酒吧行业经营模式 | 337 |
| 二、酒吧行业生产模式 | 337 |

图表目录

| |
|----------------------------|
| 图表：酒吧行业生命周期 |
| 图表：酒吧行业产业链结构 |
| 图表：2018-2024年全球酒吧行业市场规模 |
| 图表：2018-2024年中国酒吧行业市场规模 |
| 图表：2018-2024年酒吧行业重要数据指标比较 |
| 图表：2018-2024年中国酒吧市场占全球份额比较 |
| 图表：2018-2024年酒吧行业总产值 |
| 图表：2018-2024年酒吧行业销售收入 |
| 图表：2018-2024年酒吧行业利润总额 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167889.html>