

2022-2028年中国咖啡厅连锁 行业发展趋势与产业竞争格局报告

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

《2022-2028年中国咖啡厅连锁行业发展趋势与产业竞争格局报告》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/202203/275756.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

咖啡行业市场总消耗量：咖啡馆17%、酒店宾馆21%、中餐厅及其它6%、家庭消费13%、办公室12%、速溶咖啡37%、即饮咖啡饮料8%、市场总消耗量增长8%（其中家庭消费对增长的贡献为70%）。咖啡行业市场消耗量占比情况咖啡行业市场消耗量占比情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国咖啡厅连锁行业发展趋势与产业竞争格局报告》共八章。首先介绍了中国咖啡厅连锁行业市场发展环境、咖啡厅连锁整体运行态势等，接着分析了中国咖啡厅连锁行业市场运行的现状，然后介绍了咖啡厅连锁市场竞争格局。随后，报告对咖啡厅连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国咖啡厅连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对咖啡厅连锁产业有个系统的了解或者想投资中国咖啡厅连锁行业，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：

第一章中国咖啡连锁市场发展环境分析

第一节宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析

第二节政策环境分析

- 一、中国餐饮行业管理体制分析
- 二、连锁经营行业相关政策分析
- 三、餐饮企业连锁经营管理规范
- 四、餐饮食品安全相关政策综述
- 五、餐饮连锁具有良好政策环境
- 六、扩大内需促进零售连锁发展
- 七、《关于加快发展服务业的若干意见》

第三节社会环境分析

- 一、2019年人口规模与结构
- 二、旅游业发展综述
- 三、中国城市化进程与趋势
- 四、居民主要食品消费情况
- 五、居民人均餐饮消费支出

第四节餐饮连锁环境分析

- 一、中国餐饮行业的发展历程
- 二、国内餐饮行业的发展现状
- 三、中国餐饮业总体规模分析
- 四、中国餐饮业资产负债统计
- 五、中国餐饮业经营效益分析
- 六、中国餐饮业市场结构分析
- 七、中国各地餐饮业市场规模
- 八、餐饮零售总额分析

第五节西餐消费环境分析

- 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、未来西餐市场发展前景及趋势

第二章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、中国咖啡生产发展总体概况
- 二、2019年中国咖啡种植面积情况
- 三、2019年中国咖啡产量增长分析
- 四、中国咖啡生产企业产能分析

第二节中国咖啡消费情况分析

随着互联网快速普及及外卖配送业务快速发展，咖啡营销方式由传统线下门店向线上营销转移，以连咖啡和瑞幸咖啡为代表的咖啡新零售商，利用互联网营销效应，开始抢占中国中端咖啡市场，有效降低咖啡文化门槛，提高咖啡宣传效应，进一步扩大受众群体。2018年中国咖啡市场规模569亿元。2019年我国咖啡市场消费规模估计突破700亿元，人均咖啡消费量

达7.2杯；到2023年中国人均咖啡消费量10.8杯，咖啡市场规模1806亿元。2013-2023年中国咖啡行业人均消费量走势预测

- 一、中国咖啡消费群体逐渐壮大
 - 二、中国咖啡消费增长潜力巨大
 - 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、消费者喝咖啡喜欢包装及容量分析
 - 六、消费者购买咖啡的价格和花费情况

第三章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国
 - 四、卡夫发展吉百利咖啡屋连锁计划
- 第二节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

第四章中国咖啡连锁业竞争状况分析

- 第一节中国餐饮连锁业竞争态势分析

一、餐饮连锁成功要诀

二、中国连锁餐饮快速扩张

三、连锁经营竞争优势明显

四、餐饮连锁行业重新洗牌

五、餐饮连锁竞争策略分析

第二节中国咖啡连锁市场竞争动态分析

一、咖啡连锁巨头在华竞争激烈

二、韩国咖啡连锁进驻中国

三、意大利咖啡连锁圈地京沪穗

四、咖啡连锁巨头抢占一线城市

五、台资咖啡连锁抢滩大陆市场

第三节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

第五章中国咖啡厅选址与运营策略研究

第一节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签订

第三节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、星巴克经营状况分析
- 四、星巴克营销解读及拓展策略

第二节上海上岛咖啡食品有限公司

- 一、公司简介
- 二、上岛咖啡经营状况分析
- 三、上岛咖啡在华发展分析
- 四、上岛咖啡在华销售网络
- 五、上岛咖啡发展战略分析

第三节麦田咖啡

- 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
- 四、麦田咖啡加盟流程

第四节SPR咖啡

- 一、SPR
- 二、SPR
- 三、SPR
- 四、SPR

第五节英仕咖啡

- 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

第六节苏州迪欧餐饮管理有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业组织架构分析
- 三、迪欧咖啡发展历程
- 四、企业经营状况分析
- 五、迪欧咖啡发展策略

第七节浙江两岸咖啡食品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、两岸咖啡发展历程
- 三、两岸咖啡门店分布
- 四、两岸咖啡发展展望

第八节台湾名典实业有限公司

- 一、名典咖啡发展简介
- 二、名典咖啡发展历程
- 三、名典咖啡主要特点
- 四、名典咖啡品牌发展

第七章2022-2028年中国咖啡连锁行业发展前景分析

第一节2022-2028年中国咖啡连锁行业发展前景分析

- 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2022-2028年中国咖啡连锁市场前景预测分析

- 一、2022-2028年中国咖啡消费市场预测分析
- 二、2022-2028年中国咖啡连锁发展预测分析
- 三、2022-2028年中国咖啡连锁零售规模预测

第八章2022-2028年中国咖啡连锁市场投资前景分析

第一节2022-2028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2022-2028年中国咖啡连锁行业投资风险分析

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2022-2028年中国咖啡连锁行业投资策略分析

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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275756.html>