

2016-2022年中国酒吧连锁 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国酒吧连锁市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/canyin1510/831984ZBKE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国酒吧连锁市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了酒吧连锁行业相关概述、中国酒吧连锁产业运行环境、分析了中国酒吧连锁行业的现状、中国酒吧连锁行业竞争格局、对中国酒吧连锁行业做了重点企业经营状况分析及中国酒吧连锁产业发展前景与投资预测。您若想对酒吧连锁产业有个系统的了解或者想投资酒吧连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 酒吧连锁定位及特征

第一节 酒吧连锁定位

- 一、服务种类定位
- 二、文化诉求定位
- 三、经营主体定位
- 四、目标客户定位

第二节 酒吧连锁行业特征

- 一、行业发展历程
- 二、行业规模经济特性
- 三、行业经营模式特性
- 四、行业壁垒特性

第三节 酒吧连锁经营模式

- 一、直营
- 二、加盟
- 三、混合

第四节 酒吧连锁价值链

- 一、酒吧餐厅
- 二、主题酒吧
- 三、清吧
- 四、表演酒吧
- 五、雪茄吧

第二章 2014-2015年中国酒吧行业运行新形势分析

第一节 2014-2015年中国酒吧业经营新亮点

- 一、酒吧客流量大，销售服务随机性强
- 二、酒吧规模小，对服务人员的素质要求高
- 三、酒吧投资大，回报高
- 四、酒吧经营利润高，控制难度大

第二节 2014-2015年中国酒吧的酒品分析

- 一、产品原料品种多，储存难度大
- 二、产品生产时间短，生产量难以预测
- 三、产品品种规格多，批量小
- 四、业务技巧要求高，管理难度大

第三节 2014-2015年中国酒吧的销售特点分析

- 一、销售量受活动场所的限制
- 二、销售单位小，销售服务过程标准化
- 三、销售毛利率高，资金周转快
- 四、固定成本高，开支比重较大

第三章 2014-2015年中国酒吧连锁业运行环境解析

第一节 2014-2015年中国酒吧连锁政策环境分析

- 一、政策环境综述
- 二、新劳动法出台实施
- 三、商业特许经营管理条例
- 四、酒吧行业规范
- 五、政府相关部门对酒吧集中地的规范管理
- 六、噪音污染防治政策
- 七、观点：政策环境对酒吧连锁行业的影响

第二节 2014-2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

九、观点：经济环境对酒吧连锁行业的影响

第三节 2014-2015年中国酒吧连锁社会环境研究

一、中高收入阶层的出现且日益扩大

二、中国生活成本上升，人力资源成本趋升

三、中国民间资本力量取得实质性进展

四、酒吧连锁经营人才缺乏

五、现代青零零年社交活动现状及问题

六、观点：社会环境对酒吧连锁行业的影响

第四章 2014-2015年中国酒吧连锁市场运行态势分析

第一节 2014-2015年中国酒吧连锁市场亮点分析

一、酒吧连锁发展十分迅速

二、消费群体逐步壮大

三、经营模式种类众多

四、酒吧分布有明显的区位聚集特性

五、连锁门店多集中于发达城市

第二节 2014-2015年中国酒吧连锁市场规模分析

一、中国高档酒品消费规模增长情况

二、中国酒吧连锁市场规模增长情况

三、中国酒吧连锁企业数量及门店数量

四、中国酒吧连锁品牌门店数量对比

第三节 2014-2015年中国酒吧连锁的五大成功因素

一、鲜明独特的经营风格

二、准确的市场定位

三、便利的地段

四、良好的增值服务

五、切合目标市场的文化营销

第四节 2014-2015年中国酒吧连锁行业中存在的主要问题

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

第五章 2014-2015年中国酒吧消费情况调研

第一节 2014-2015年中国酒吧主要消费状况分析

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

第二节 2014-2015年中国酒吧消费者消费理念分析

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

第三节 2014-2015年中国塑造酒吧酒水品牌攻略分析

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

第六章 2014-2015年中国酒吧连锁市场消费者需求特征及趋势分析

第一节 中国酒吧连锁市场消费者需求动机分析

- 一、消费者构成及特征
- 二、消费动机研究的程序
- 三、个人消费动机
- 四、社会性消费动机
- 五、消费者动机对酒吧连锁市场的影响

第二节 中国酒吧连锁市场消费者需求变量分析

- 一、人口统计变量分析

二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第三节 中国酒吧连锁市场消费者需求特征分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第七章 2014-2015年中国重点城市酒吧连锁市场与竞争研究

第一节 北京

一、商业环境地质战略研究

二、北京酒吧消费市场规模预测

三、北京酒吧的区位分布结构

四、三里屯酒吧街定位现状及趋势

五、什刹海酒吧街定位现状及趋势

六、魏公村酒吧街定位现状及趋势

七、北京酒吧的经营主题分布

八、北京酒吧的消费价格分布

九、北京酒吧连锁的竞争行为及格局分析

十、北京酒吧消费者消费行为及特征分析

十一、典型酒吧连锁企业竞争优势SWOT分析

第二节 上海

第三节 天津

第四节 成都

第五节 重庆

第六节 广州

第七节 深圳

第八节 武汉

第九节 大连

第十节 重点城市市场对比分析

- 一、市场发展阶段对比
- 二、市场规模对比
- 三、市场消费特性对比
- 四、市场消费环境对比

第八章 2014-2015年中国酒吧连锁细分市场深度剖析

第一节 酒吧餐厅

- 一、经营模式概述
- 二、目标市场定位
- 三、经营品类及策略
- 四、音乐、文化诉求分析
- 五、典型企业经营优劣势SWOT分析

第二节 表演酒吧

第三节 慢摇酒吧

第四节 主题酒吧

第五节 娱乐酒吧

第九章 2014-2015年中国酒吧连锁市场竞争格局研究

第一节 2014-2015年中国酒吧连锁业竞争总况

- 一、酒吧进入多元化竞争时代
- 二、酒吧竞争依靠风格别样
- 三、连锁加盟酒吧竞争情况

第二节 2014-2015年中国酒吧竞争力研究

- 一、酒吧经营模式格局
- 二、主要品牌及发展现状
- 三、领先酒吧品牌向发达城市扩张
- 四、酒吧连锁仍具有明显的区域特性
- 五、各大酒吧连锁基本都有明确的竞争定位

第三节 2016-2022年中国酒吧连锁业竞争趋势分析

第十章 2014-2015年中国酒吧连锁行业重点企业主体竞争力分析

第一节 阿伦故事咖啡酒吧

一、公司简介

二、营业规模

三、经营模式及定位

四、市场运作P分析

五、连锁品牌化运作

六、发展战略

七、竞争力SWOT分析

八、战略研究成果

第二节 时尚天地国际酒吧连锁

第三节 朗路酒吧

第四节 爵色酒吧

第五节 SKY酒吧连锁

第六节 百度酒吧

第十一章 2016-2022年中国酒吧连锁业新趋势探析

第一节 2016-2022年中国酒吧行业发展趋势分析

一、现代酒吧室内设计趋势

二、酒吧经营特色趋势探讨

三、酒吧消费新趋势探讨

第二节 2016-2022年中国中小城市酒吧发展趋势分析

一、超小型酒吧成新趋势

二、酒吧的本土化

三、开始注重文化的挖掘

第十二章 2016-2022年中国酒吧连锁行业投资战略研究

第一节 中国酒吧连锁行业投资机会分析

一、中国酒吧业投资区域投资潜力分析

二、中国酒吧连锁吸引力分析

第二节 2016-2022年中国酒吧连锁行业投资风险分析

一、资金财务风险

二、选址风险

三、市场定位风险

四、管理风险

五、市场风险

第三节 博思数据专家投资观点

图表目录（略）

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/canyin1510/831984ZBKE.html>