

2017-2022年中国咖啡行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国咖啡行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/311034.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

咖啡在全球贸易中占据重要的地位，更是西方文化的象征之一。从我国咖啡行业目前的竞争格局看，在速溶咖啡领域，外资品牌的国产产品在中低端细分市场上处于垄断地位，雀巢、麦斯威尔等咖啡巨头市场份额超过80%。而以后谷咖啡和春光食品为代表的中国本土咖啡企业正处在从原豆种植和粗加工到自有品牌咖啡成品的转型期，目前，产品深加工能力还比较低，品牌知名度有待提高，在产品价格和销售规模上难以与外资品牌直接竞争。而高端细分市场则主要被外资品牌的进口产品所占据。

中国市场主要速溶咖啡品牌价格

品牌名称

品牌所在地

产品产地

均价（元/500g）

星巴克VIA

美国

进口

500

悠诗诗

日本

进口

300

格兰特

德国

进口

300

捷容

香港

进口

50

雀巢

瑞士

国产

30

麦斯威尔

美国

国产

32

春光

中国

国产

20

后谷

中国

国产

20

云南小粒咖啡

中国

国产

15

中国市场主要现磨咖啡品牌价格

品牌名称

品牌所在地

产品产地

均价（元/500g）

沃伦芬

牙买加

进口

2000

极品蓝蓝山咖啡

牙买加

进口

600

悠诗诗

日本

进口

300

琥爵

古巴、哥伦比亚

进口

200

意大利

意大利

进口

150

星巴克VIA

美国

进口

150

咖啡小镇

中国

进口

100

雀巢

瑞士

国产

50

云南咖啡

中国

国产

50

柯林

中国

国产

50

极睿

中国

国产

30

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 咖啡相关概述

1.1 咖啡基本介绍

1.1.1 咖啡简介

1.1.2 咖啡的基本特征

1.1.3 咖啡的常见品种

1.1.4 咖啡的生产设备

1.2 咖啡豆的处理

1.2.1 摘收

1.2.2 粗加工

1.2.3 细加工

1.2.4 运输

1.2.5 烘焙

第二章 2014-2016年国际咖啡行业发展分析

2.1 2014-2016年世界咖啡行业发展概况

2.1.1 世界咖啡豆的种类及其主要产区

2.1.2 国外咖啡市场产销情况回顾

2.1.3 全球咖啡市场消费量现状

2010-2015年全球咖啡消费量：千包

2.1.4 全球新兴市场咖啡消费快速增长

2.1.5 2014年全球咖啡产量简析

2.1.6 2015年国外精品咖啡需求扩张

2.1.7 2015-2016年全球咖啡市场形势

2.1.8 全球咖啡市场消费趋势展望

2.2 巴西

2.2.1 2014年巴西咖啡生产状况

2.2.2 2015年巴西咖啡产业发展形势

2.2.3 巴西咖啡行业未来面临形势

2.3 越南

2.3.1 2014年越南咖啡出口情况

2.3.2 2015年越南咖啡出口现状

2.3.3 越南咖啡连锁市场竞争加剧

2.3.4 越南咖啡业面临的挑战及建议

2.4 哥伦比亚

- 2.4.1 哥伦比亚咖啡行业概述
- 2.4.2 2014年哥伦比亚咖啡行业状况
- 2.4.3 2014年哥伦比亚斥资保护咖啡园区
- 2.4.4 2015年哥伦比亚咖啡
- 2.5 印度尼西亚
 - 2.5.1 2014年印尼咖啡出口情况
 - 2.5.2 印尼咖啡质量享誉世界
 - 2.5.3 印尼积极推动咖啡行业商业化
- 2.6 印度
 - 2.6.1 印度咖啡行业概述
 - 2.6.2 2014年印度咖啡行业出口概况
 - 2.6.3 2015年印度咖啡出口情况
- 2.7 其他地区
 - 2.7.1 北欧地区
 - 2.7.2 俄罗斯
 - 2.7.3 喀麦隆
 - 2.7.4 老挝
 - 2.7.5 秘鲁
 - 2.7.6 哥斯达黎加
 - 2.7.7 肯尼亚
 - 2.7.8 韩国
 - 2.7.9 菲律宾
 - 2.7.10 巴新

第三章 2014-2016年中国咖啡行业发展分析

- 3.1 我国咖啡行业发展综况
 - 3.1.1 我国咖啡行业发展来源及历程
 - 3.1.2 中国咖啡行业市场发展现状
 - 3.1.3 连锁咖啡店在中国蓬勃发展
 - 3.1.4 我国咖啡自主品牌发展概况
- 中国咖啡连锁品牌市场份额

- 3.2 2014-2016年我国咖啡市场运行概况
 - 3.2.1 我国咖啡市场发展阶段回顾
 - 3.2.2 我国咖啡市场规模增长情况

- 3.2.3 中国咖啡市场消费现状
- 3.2.4 我国咖啡产品质量提升
- 3.2.5 国内咖啡市场速溶产品占主流地位
- 3.2.6 高端咖啡在中国市场发展的可行性
- 3.3 我国咖啡市场品牌调查分析
 - 3.3.1 咖啡习惯的调查
 - 3.3.2 咖啡品牌的选择
 - 3.3.3 参与评测的品牌
 - 3.3.4 咖啡的口味品鉴
 - 3.3.5 品牌评测的结果
 - 3.3.6 品牌比较及总结
- 3.4 我国咖啡消费者调查分析
 - 3.4.1 影响消费者选择咖啡的主要因素
 - 3.4.2 消费者对咖啡品牌及口味认可度分析
 - 3.4.3 消费者对咖啡地点及包装喜好度分析
 - 3.4.4 消费者对咖啡容量认可度分析
 - 3.4.5 消费者对咖啡销售终端认可度分析
- 3.5 咖啡产品价格定位分析
 - 3.5.1 消费者认为咖啡产品最合适的价格
 - 3.5.2 不同性别消费者认为咖啡产品最合适的价格
 - 3.5.3 不同年龄消费者认为咖啡产品最合适的价格
 - 3.5.4 不同收入消费者认为咖啡产品最合适的价格
 - 3.5.5 咖啡产品消费需求及价格定位策略
- 3.6 2014-2016年即饮咖啡市场分析
 - 3.6.1 我国即饮咖啡市场发展概况
 - 3.6.2 国内即饮咖啡市场消费状况浅析
 - 3.6.3 我国即饮咖啡市场竞争动态
 - 3.6.4 我国即饮咖啡市场运行存在的主要问题
 - 3.6.5 我国即饮咖啡饮料市场亟需培养
 - 3.6.6 中国即饮咖啡市场营销对策分析

第四章 2014-2016年中国咖啡行业进出口数据分析

- 4.1 2014-2016年未焙炒未浸除咖啡碱的咖啡进出口分析
 - 4.1.1 2014-2016年进出口总量分析
 - 4.1.2 2014-2016年进口来源国分析

- 4.1.3 2014-2016年出口目的国分析
- 4.1.4 2014-2016年主要省市进口分析
- 4.1.5 2014-2016年主要省市出口分析
- 4.2 2014-2016年未焙炒已浸除咖啡碱的咖啡进出口分析
 - 4.2.1 2014-2016年进出口总量分析
 - 4.2.2 2014-2016年进口来源国分析
 - 4.2.3 2014-2016年出口目的国分析
 - 4.2.4 2014-2016年主要省市进口分析
 - 4.2.5 2014-2016年主要省市出口分析
- 4.3 2014-2016年已焙炒未浸除咖啡碱的咖啡进出口分析
 - 4.3.1 2014-2016年进出口总量分析
 - 4.3.2 2014-2016年进口来源国分析
 - 4.3.3 2014-2016年出口目的国分析
 - 4.3.4 2014-2016年主要省市进口分析
 - 4.3.5 2014-2016年主要省市出口分析
- 4.4 2014-2016年已焙炒已浸除咖啡碱的咖啡进出口分析
 - 4.4.1 2014-2016年进出口总量分析
 - 4.4.2 2014-2016年进口来源国分析
 - 4.4.3 2014-2016年出口目的国分析
 - 4.4.4 2014-2016年主要省市进口分析
 - 4.4.5 2014-2016年主要省市出口分析

第五章 2014-2016年云南省咖啡行业发展分析

- 5.1 2014-2016年云南省咖啡行业发展综况
 - 5.1.1 云南咖啡的优势及特色
 - 5.1.2 云南咖啡品质独特优异
 - 5.1.3 云南咖啡产业现状综述
 - 5.1.4 云南咖啡市场格局分析
 - 5.1.5 云南咖啡产业前景广阔
- 5.2 2014-2016年云南省咖啡产业运行状况分析
 - 5.2.1 2014年云南咖啡产业发展状况
 - 5.2.2 2014年云南咖啡出口香港大涨
 - 5.2.3 2015年云南咖啡行业发展动态
- 5.3 普洱市
 - 5.3.1 普洱市已成全国最大咖啡产区

5.3.2 2014年普洱咖啡产业发展现状

5.3.3 2014年普洱打造咖啡交易平台

5.3.4 普洱市咖啡产业的问题及建议

5.3.5 普洱咖啡产业未来前景可期

5.4 德宏州

5.4.1 德宏州咖啡产业发展优势

5.4.2 德宏州咖啡产业发展现状

5.4.3 德宏州咖啡业首部地方法规实施

5.4.4 德宏州咖啡产业发展展望

5.4.5 德宏州咖啡行业发展的主要措施

5.5 保山市

5.5.1 保山小粒咖啡的发展回顾

5.5.2 保山启用小粒咖啡地理标志保护

5.5.3 保山咖啡产业生产状况

5.5.4 保山咖啡产业出口状况

5.5.5 保山小粒咖啡的优势比较分析

5.6 其他区域

5.6.1 临沧市

5.6.2 景洪市

5.6.3 昆明市

5.7 云南省咖啡行业存在的问题及策略建议

5.7.1 云南省咖啡产业自身发展存在瓶颈

5.7.2 云南省咖啡产业存在的主要问题

5.7.3 云南省咖啡行业发展的主要对策

5.7.4 云南省咖啡行业品牌文化建构策略分析

5.7.5 云南省咖啡营销渠道战略分析

5.8 2010-2020年云南省咖啡产业发展规划

5.8.1 发展思路

5.8.2 发展目标

5.8.3 发展布局

5.8.4 发展重点

5.8.5 保障措施

第六章 2014-2016年中国咖啡行业其他区域发展分析

6.1 海南省

- 6.1.1 咖啡行业的优势及概况
- 6.1.2 咖啡种植现状
- 6.1.3 澄迈县咖啡产业发展综述
- 6.1.4 澄迈县打造独特咖啡产业链
- 6.1.5 咖啡业存在的问题
- 6.1.6 咖啡市场竞争力提升建议
- 6.1.7 咖啡行业其他措施建议
- 6.2 上海市
 - 6.2.1 行业原料相关概述
 - 6.2.2 咖啡行业发展状况
 - 6.2.3 咖啡市场消费群体特征
 - 6.2.4 咖啡行业竞争现状分析
 - 6.2.5 上海自贸区筹建咖啡交易所
 - 6.2.6 咖啡行业存在的问题
 - 6.2.7 咖啡行业未来发展前景
- 6.3 其他地区
 - 6.3.1 深圳市
 - 6.3.2 长沙市
 - 6.3.3 成都市

第七章 2014-2016年咖啡行业竞争及营销分析

- 7.1 咖啡行业竞争态势
 - 7.1.1 咖啡行业的主要竞争领域
 - 7.1.2 中国本土咖啡品牌蓄势待发
 - 7.1.3 餐饮机构角逐咖啡市场份额
 - 7.1.4 我国咖啡馆行业竞争格局
- 7.2 咖啡行业竞争趋势
 - 7.2.1 未来我国咖啡行业竞争格局展望
 - 7.2.2 二线城市将成为中国咖啡行业品牌竞争的主战场
- 7.3 咖啡行业营销分析
 - 7.3.1 我国市场营销中消费心理和行为特征解析
 - 7.3.2 星巴克咖啡文化营销策略探究
 - 7.3.3 咖啡西餐厅的主要促销措施分析
 - 7.3.4 未来我国咖啡营销模式将趋于多样化

第八章 2014-2016年重点咖啡企业及品牌发展分析

8.1 雀巢

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 雀巢在华市场本土化策略分析

8.1.3 2014年雀巢在北美推出大杯咖啡机

8.1.4 2015年雀巢咖啡中心在普洱奠基

8.1.5 雀巢咖啡市场竞争现状

8.2 力神咖啡

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 力神咖啡品牌发展历程

8.2.3 力神咖啡发展成就及经验

8.2.4 力神咖啡现状综述

8.3 后谷咖啡

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 后谷咖啡种植情况

8.3.3 后谷咖啡发展的主要模式分析

8.3.4 后谷咖啡加工销售状况

8.3.5 后谷咖啡面临的危机及转机

8.3.6 后谷咖啡品牌规划

8.3.7 后谷咖啡公司发展战略

8.4 其他

8.4.1 麦斯威尔

8.4.2 克莱士

8.4.3 UCC

8.4.4 哥伦比亚

8.4.5 格兰特

8.4.6 铭咖啡

8.4.7 捷荣

第九章 2014-2016年重点咖啡连锁企业发展分析

9.1 星巴克

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 2014财年星巴克经营状况

9.1.3 2015财年星巴克经营状况

9.1.4 2016财年星巴克经营状况

9.1.5 星巴克在华发展状况

9.1.6 星巴克“互联网+”发展新路线

9.2 85°C

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 85°C咖啡市场的成功经验探讨

9.2.3 85°C加快大陆版图拓展步伐

9.2.4 85°C正式进驻我国中原市场

9.3 两岸咖啡

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 两岸咖啡发展综述

9.3.3 两岸咖啡项目动态

9.4 其他

9.4.1 丹堤

9.4.2 真锅

9.4.3 格兰维尔

9.4.4 伊是

9.4.5 迪欧

9.4.6 上岛

9.4.7 西雅图

9.4.8 伊诺

第十章 2014-2016年咖啡店运营分析

10.1 咖啡店运营基本概述

10.1.1 咖啡店经营的基本要素

10.1.2 咖啡店成本费用构成

10.1.3 国内咖啡店运行情况

10.1.4 咖啡西餐厅消费者需求分析

10.2 咖啡店选址策略

10.2.1 商圈调查

10.2.2 店面选择

10.2.3 签订租赁合同

10.3 咖啡店筹备策略探究

10.3.1 咖啡店规划

10.3.2 咖啡店设计

10.3.3 证照办理

10.4 咖啡店运营管理策略

10.4.1 岗位职责及编制

10.4.2 日常运营

第十一章 中国咖啡行业投资分析

11.1 咖啡行业投资概况

11.1.1 中国咖啡市场掀起投资热

11.1.2 咖啡馆投资市场分析

11.1.3 普洱市成咖啡产业投资热土

11.1.4 创业咖啡馆投资效益分析

11.1.5 咖啡行业项目投资建议

11.2 特色咖啡馆投资经营分析及风险管理

11.2.1 小型咖啡馆经营环境分析

11.2.2 小型咖啡馆的投资经营方案

11.2.3 小型咖啡经营风险及规避方法

11.2.4 小型咖啡馆选址要素

11.3 咖啡行业投资前景

11.3.1 我国咖啡行业投资潜力大

11.3.2 中国咖啡市场蕴藏巨大商机

11.3.3 中国咖啡企业在埃塞俄比亚市场的投资机遇探析

第十二章 中国咖啡产业发展前景及趋势预测

12.1 中国咖啡产业前景及趋势

12.1.1 中国咖啡产业发展空间巨大

12.1.2 中国咖啡消费市场前景展望

12.1.3 我国咖啡市场未来发展趋势

12.2 2017-2022年中国咖啡市场预测分析

12.2.1 2017-2022年中国咖啡市场发展的有利因素分析

12.2.2 2017-2022年中国咖啡市场发展的不利因素分析

12.2.3 2017-2022年中国咖啡市场消费量预测分析

图表目录：

图表 咖啡豆的烘焙阶段

图表 世界咖啡消费量统计

图表 主要出口国人均咖啡消耗量情况

图表 主要进口国人均咖啡消耗量情况

图表 主要进口国烘焙咖啡零售价格情况

图表 全球主要咖啡生产地排名

图表 咖啡习惯调查

图表 选择咖啡参考因素比例

图表 参与评测咖啡

图表 咖啡师和咖啡达人对速溶咖啡的打分

图表 消费者喝咖啡最主要的原因

图表 消费者购买咖啡时考虑的主要因素

图表 消费者喝咖啡满足的核心需求

图表 消费者喝咖啡的主要顾虑

图表 消费者对咖啡品牌的认可度

图表 消费者对咖啡口味的认可度

图表 消费者对咖啡地点的喜好度

图表 消费者对咖啡包装的喜好度

图表 消费者对咖啡容量的认可度

图表 消费者对咖啡销售终端的认可度

图表 消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表 男性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表 女性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表 不同性别消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/311034.html>