

2016-2022年中国酒吧连锁 市场调查与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国酒吧连锁市场调查与市场供需预测报告》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.abaogao.com/b/canyin/L8504367E7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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劣势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

第三节智研数据专家投资观点

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/canyin/L8504367E7.html>