

2012-2016年中国咖啡市场 分析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

《2012-2016年中国咖啡市场分析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/yinliao1209/728029AXDO.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-04

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国咖啡市场分析与投资前景研究报告》共十章。介绍了咖啡行业相关概述、中国咖啡产业运行环境、分析了中国咖啡行业的现状、中国咖啡行业竞争格局、对中国咖啡行业做了重点企业经营状况分析及中国咖啡产业发展前景与投资预测。您若想对咖啡产业有个系统的了解或者想投资咖啡行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、咖啡相关概述

第一节、咖啡基本介绍

- 一、咖啡简介
- 二、咖啡的基本特征
- 三、咖啡的常见品种
- 四、咖啡的生产设备

第二节、咖啡豆的处理

- 一、摘收
- 二、粗加工
- 三、细加工
- 四、运输
- 五、烘焙

第二章、国际咖啡行业发展分析

第一节、世界咖啡行业发展概况

- 一、世界咖啡豆的种类及其主要产区
- 二、国外咖啡市场发展现状概述
- 三、2011年全球咖啡消费量概况
- 四、2011年全球咖啡出口概况
- 五、世界咖啡豆种植格局产生新变化
- 六、全球速溶咖啡市场发展状况

第二节、巴西

- 一、巴西咖啡行业概述

- 二、2009年巴西咖啡市场出口概况
- 三、2010年巴西咖啡市场发展状况
- 四、2011年巴西咖啡出口概况
- 五、巴西咖啡市场未来发展预测

第三节、越南

- 一、越南咖啡行业出口的国际地位及出口重点
- 二、2010年越南咖啡产业发展简况
- 三、2011年1-10月越南咖啡出口概况
- 四、2012年越南咖啡出口预测
- 五、2015年越南林同省咖啡行业种植规划

第四节、哥伦比亚

- 一、哥伦比亚咖啡行业概述
- 二、2008年哥伦比亚咖啡行业发展回顾
- 三、2009年哥伦比亚咖啡产量居全球第三
- 四、哥伦比亚咖啡产业面临危机

第五节、印度尼西亚

- 一、印尼咖啡行业概述
- 二、2009-2010年印尼咖啡产业发展概况
- 三、2010年印尼楠榜咖啡出口减少
- 四、2011年印尼咖啡出口概况
- 五、2012年印尼咖啡行业发展预测

第六节、印度

- 一、印度咖啡行业概述
- 二、印度咖啡行业出口状况回顾
- 三、2009年印度咖啡行业出口概况
- 四、2010年印度咖啡行业出口概况
- 五、2011年印度咖啡行业出口概况

第七节、其他国家

- 一、也门咖啡行业发展综况
- 二、委内瑞拉咖啡生产状况简述
- 三、2006-2010年俄罗斯咖啡产销量均快速增长
- 四、2010年芬兰咖啡市场发展概况

- 五、2011年喀麦隆咖啡产量继续下降
- 六、2011年秘鲁咖啡出口情况
- 七、2011年喀麦隆成立国家咖啡种植者协会
- 八、2011年也门大力发展咖啡产业
- 九、2011年泰国调整咖啡产业结构

第三章、中国咖啡行业发展分析

第一节、我国咖啡行业发展综况

- 一、我国咖啡行业发展来源及历程
- 二、中国咖啡生产状况概述
- 三、2011年中国最大咖啡速溶粉生产线建成
- 四、2011年中国—东盟咖啡行业合作委员会成立
- 五、我国咖啡自主品牌发展状况浅析

第二节、我国咖啡市场运行概况

- 一、我国咖啡市场发展综述
- 二、中国咖啡市场消费概况
- 三、国内咖啡市场速溶产品占据主流地位
- 四、我国咖啡销售渠道变化分析
- 五、高端咖啡在中国市场发展的可行性分析

第三节、2008-2011年中国咖啡进出口统计

- 一、2008年我国咖啡进出口数据统计
- 二、2009年我国咖啡进口数据统计
- 三、2010年我国咖啡进出口数据统计
- 四、2011年我国咖啡进出口数据统计

第四节、我国咖啡消费者调查分析

- 一、影响消费者选择咖啡的主要因素
- 二、消费者对咖啡品牌及口味认可度分析
- 三、消费者对咖啡地点及包装喜好度分析
- 四、消费者对咖啡容量认可度分析
- 五、消费者对咖啡销售终端认可度分析

第五节、咖啡产品价格定位分析

- 一、消费者认为咖啡产品最合适的价格

- 二、不同性别消费者认为咖啡产品最合适的价格
- 三、不同年龄消费者认为咖啡产品最合适的价格
- 四、不同收入消费者认为咖啡产品最合适的价格
- 五、咖啡产品消费需求及价格定位策略

第六节、即饮咖啡市场

- 一、我国即饮咖啡市场发展概况
- 二、国内即饮咖啡市场消费状况浅析
- 三、我国即饮咖啡市场运行存在的主要问题
- 四、我国即饮咖啡饮料市场亟需培养
- 五、中国即饮咖啡市场营销对策分析

第四章、云南省咖啡行业发展分析

第一节、云南省咖啡行业发展概况

- 一、云南省发展咖啡产业的优势
- 二、云南省咖啡产业发展现状综述
- 三、2010年云南咖啡产业发展概况
- 四、2011年云南咖啡产业快速发展
- 五、2011年云南咖啡产业发展规划出台
- 六、“十二五”云南将大力发展咖啡产业

第二节、普洱市

- 一、普洱市咖啡产业发展状况综述
- 二、2010年普洱市咖啡产业现状及动态
- 三、云南普洱成为中国产量最多的咖啡产区
- 四、普洱市咖啡产业存在的主要问题
- 五、普洱市加快咖啡产业发展的思路 and 措施

第三节、保山市

- 一、保山小粒咖啡产业的发展历史简概
- 二、保山小粒咖啡产业发展的现状
- 三、2010年保山小粒咖啡地理标志产品保护通过评审
- 四、2011年保山市咖啡产业发展概况
- 五、保山小粒咖啡的优势比较分析

第四节、德宏州

- 一、德宏州咖啡产业发展的有利条件
- 二、德宏州咖啡产业发展现状
- 三、德宏州咖啡产业发展展望
- 四、德宏州咖啡行业发展的主要措施

第五节、其他区域

- 一、昆明市打造国际最大咖啡科技产业园势在必行
- 二、2011年景洪市咖啡产业发展概况
- 三、临沧市咖啡产业发展分析
- 四、普文镇咖啡行业发展简述

第六节、云南省咖啡行业发展存在的问题及策略建议

- 一、云南省咖啡产业自身发展存在瓶颈
- 二、云南省咖啡产业存在的主要问题
- 三、云南省咖啡行业发展的主要对策
- 四、云南省咖啡行业品牌文化建构策略分析
- 五、云南省咖啡营销渠道战略分析

第七节、2010-2020年云南省咖啡产业发展规划

- 一、发展思路
- 二、发展目标
- 三、发展布局
- 四、发展重点
- 五、保障措施

第五章、中国咖啡行业其他区域发展分析

第一节、海南

- 一、海南省咖啡行业的优势及概况
- 二、海南省澄迈县咖啡产业发展综述
- 三、海南省澄迈县打造独特咖啡产业链
- 四、海南省咖啡行业发展面临的问题及出路
- 五、海南省咖啡行业发展的其他措施建议

第二节、上海

- 一、上海咖啡行业原料相关概述
- 二、上海咖啡行业发展状况

三、上海咖啡市场消费群体特征分析

四、上海咖啡行业发展存在的问题

五、上海咖啡行业未来发展前景

第三节、其他

一、内蒙古自治区初次成功栽培咖啡豆

二、2011年深圳咖啡市场发展动态

三、长沙拟打造成全国咖啡经济产业中心

四、成都市咖啡业发展起源及阶段

第六章、咖啡行业竞争及营销分析

第一节、咖啡行业竞争综况

一、咖啡行业的主要竞争领域

二、2011年中国咖啡市场竞争激烈

三、中国本土咖啡品牌蓄势待发

四、我国咖啡连锁市场竞争愈演愈烈

第二节、咖啡行业竞争趋势

一、未来我国咖啡行业竞争格局展望

二、二线城市将成为中国咖啡行业品牌竞争的主战场

第三节、咖啡行业营销分析

一、我国市场营销中消费心理和行为特征解析

二、星巴克咖啡文化营销策略探究

三、雀巢咖啡之创新营销策略分析

四、咖啡西餐厅的主要促销措施分析

五、未来我国咖啡营销模式将趋于多样化

第七章、重点咖啡企业及品牌

第一节、雀巢

一、公司简介

二、雀巢在华市场本土化策略分析

三、2011年速溶咖啡市场雀巢迎来挑战

四、2011年雀巢在中国市场的战略动态

五、未来雀巢将大力投资中国咖啡业务

第二节、力神咖啡

- 一、公司简介
- 二、力神咖啡品牌发展的四个阶段
- 三、力神咖啡对外贸易态势良好
- 四、力神咖啡发展现状综述

第三节、后谷咖啡

- 一、公司简介
- 二、后谷咖啡发展的主要模式分析
- 三、后谷咖啡的重点发展战略
- 四、2010年底后谷咖啡与日本上岛咖啡展开合作
- 五、2011年后谷咖啡启动网络团购营销策略
- 六、2009-2017年后谷咖啡品牌规划

第四节、其他

- 一、麦斯威尔
- 二、克莱士
- 三、UCC
- 四、哥伦比亚
- 五、格兰特
- 六、铭咖啡
- 七、捷荣

第八章、重点咖啡连锁企业

第一节、星巴克

- 一、公司简介
- 二、2010财年星巴克经营状况
- 三、2011财年星巴克经营状况
- 四、2012财年第一季度星巴克经营状况
- 五、2010年星巴克加快在华二三线城市开拓速度
- 六、2011年星巴克布局云南拓展咖啡市场
- 七、2012年星巴克拟在全球新增800家门店

第二节、85°C

- 一、公司简介

二、85°C咖啡市场的成功经验探讨

三、85°C加快大陆版图拓展步伐

四、2011年底85°C正式进驻中原市场

第三节、两岸咖啡

一、公司简介

二、两岸咖啡加紧进军武汉市场

三、2010年两岸咖啡重庆市场发展进入新阶段

四、2012年两岸咖啡进入快速扩张时期

第四节、其他

一、丹堤

二、真锅

三、格兰维尔

四、伊是

五、迪欧

六、上岛

七、西雅图

八、伊诺

第九章、咖啡店运营分析

第一节、咖啡店运营基本概述

一、咖啡店经营的基本要素

二、咖啡店成本费用构成

三、国内咖啡店运行综况

四、咖啡西餐厅消费者需求分析

第二节、咖啡店选址策略

一、商圈调查

二、店面选择

三、签订租赁合同

第三节、咖啡店筹备策略探究

一、咖啡店规划

二、咖啡店设计

三、证照办理

第四节、咖啡店运营管理策略

- 一、岗位职责及编制
- 二、日常运营

第十章、咖啡行业投资分析及未来发展预测

第一节、咖啡行业投资概况

- 一、中国咖啡市场掀起投资热
- 二、咖啡馆投资成功几率高较受青睐
- 三、海南成咖啡产业投资热地

第二节、咖啡行业投资前景

- 一、我国咖啡行业投资潜力大
- 二、中国咖啡市场蕴藏巨大商机
- 三、中国咖啡企业在埃塞俄比亚市场的投资机遇探析

第三节、世界咖啡产业发展趋势分析

- 一、2012年全球咖啡市场趋势展望
- 二、2011/2012年度全球咖啡市场供需预测
- 三、2012/2013年度全球咖啡市场供需预测

第四节、中国咖啡产业未来发展探析

- 一、中国咖啡产业发展空间巨大
- 二、中国咖啡消费市场前景展望
- 三、2012-2016年中国咖啡市场规模预测分析
- 四、我国咖啡市场未来发展趋势

图表目录：

图表1 咖啡豆的烘焙阶段

图表2 2004-2008年世界咖啡消费量

图表3 2004-2008年主要出口国人均咖啡消耗量

图表4 2004-2008年主要进口国人均咖啡消耗量

图表5 2006-2008主要进口国烘焙咖啡零售价格

图表6 2003-2007年也门生咖啡出口额

图表7 2005年与2008年中国咖啡销售渠道变化

图表8 2007年与2009年中国咖啡市场总消耗量变化

图表9 2008年1-12月中国咖啡进口统计

图表10 2008年1-12月中国咖啡出口统计

图表11 2009年1-12月中国咖啡进口统计

图表12 2010年1-12月未焙炒未浸除咖啡碱或咖啡进出口量

图表13 消费者喝咖啡最主要的原因

图表14 消费者购买咖啡时考虑的主要因素

图表15 消费者喝咖啡满足的核心需求

图表16 消费者喝咖啡的主要顾虑

图表17 消费者对咖啡品牌的认可度

图表18 消费者对咖啡口味的认可度

图表19 消费者对咖啡地点的喜好度

图表20 消费者对咖啡包装的喜好度

图表21 消费者对咖啡容量的认可度

图表22 消费者对咖啡销售终端的认可度

图表23 消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表24 男性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表25 女性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表26 不同性别消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表27 21-25岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表28 26-30岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表29 31-35岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表30 不同年龄消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表31 月收入1001-2000元消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表32 月收入2001-3000元消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表33 月收入3001-4000元消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表34 不同月收入消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表35 2008-2010财年星巴克合并损益表

图表36 2009-2011财年星巴克合并损益表

图表37 2009-2011财年星巴克不同地区收入情况

图表38 2011-2012财年第一季度星巴克合并损益表（未审计）

图表39 2011-2012财年第一季度星巴克不同地区店面数量情况

图表40 咖啡店开业要办理的证照

图表41 2012-2016年中国咖啡消费总需求量预测

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/yinliao1209/728029AXDO.html>