

2014-2018年中国比萨市场 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

《2014-2018年中国比萨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/shipin1402/Q87504INYP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-02-27

【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《2014-2018年中国比萨市场深度调研与投资前景研究报告》共九章，报告对我国比萨行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

比萨（Pizza）又译作披萨饼、匹萨，是一种发源于意大利的食品，在全球颇受欢迎。比萨饼的通常做法是用发酵的圆面饼上面覆盖番茄酱，奶酪和其他配料，并由烤炉烤制而成。奶酪通常用莫萨里拉干酪，也有混用几种奶酪的形式，包括帕马森干酪、罗马乳酪（romano）、意大利乡村软酪（ricotta）或蒙特瑞杰克干酪（Monterey Jack）等。

第一章 比萨产业基本概况

第一节 比萨溯源

- 一、意大利人发明比萨
- 二、美国人发扬光大
- 三、中国人坐享比萨

第二节 解读比萨

第三节 比萨品牌的分类

- 一、国外品牌、国内品牌
- 二、单店品牌、连锁品牌
- 三、主营比萨品牌、兼营比萨品牌
- 四、自助比萨品牌与非自助比萨品牌

第二章 中国比萨行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国比萨行业政策环境分析

第三章 2012-2013年中国比萨市场运行形势分析

第一节2012-2013年中国比萨市场发展综述

一、中国比萨市场容量分析

二、比格自助比萨进入重庆

三、申城比萨巨头纷纷“放下身段”掀起价格战

第二节 2012-2013年中国比萨市场价格分析

第三节2012-2013年中国比萨市场存在的问题分析

一、不断上涨的燃料和奶酪价格

二、比萨市场竞争的加剧

三、如何影响奶酪的价格,销售额?

四、比萨运营商——如何定位面临经济衰退?

五、如何回应——比萨商人不断争论健康食品?

第四章2012-2013年中国比萨市场运行动态分析

第一节2012-2013年中国比萨市场运行总况

一、德国冷冻比萨全面登陆北京市场

二、必胜客从“比萨”专家到西式休闲餐饮专家的华丽转身

三、棒约翰抢滩青岛比萨市场

第二节2012-2013年中国比萨市场运行态势分析

一、荣德宝比萨进军中国

二、比萨巨头必胜客奥城店火爆经营

三、品奇比萨对中国市场的投资分析

四、全球著名比萨巨头抢滩无锡市场分析

第三节 全国比萨市场发展状况分析

一、消费者亲睐“Pizza”西餐走俏国内市场

二、比萨各级市场发展情况

1、一线城市

2、二线城市

3、三线城市

4、四线城市

第五章2012-2013年中国比萨食品上、下游产业链分析

第一节2012-2013年中国比萨上游行业发展状况分析

第二节2012-2013年中国比萨下游消费者分析

一、比萨消费的地域差异

- 1、大城市与小城市的差异
- 2、东部地区与西部地区的差异
- 3、城市与农村的差异

二、比萨消费者的特征

三、比萨消费的基本动机

四、比萨消费者的类型

- 1、实惠型——学生、工薪阶层
- 2、品位型——白领、高收入者
- 3、商务型——上班族
- 4、情调型——情侣
- 5、怀旧型——外国人

五、消费者是培养出来的

- 1、必胜客培养比萨品类消费者
- 2、各品牌可以坐享其成
- 3、成功的品牌需要培养自己的消费者

第六章2012-2013年中国比萨市场竞争格局分析

第一节 比萨产品市场地位分析

- 一、第一阵营：必胜客、棒约翰、好伦哥
- 二、第二阵营：达美乐、品奇、比格
- 三、第三阵营：区域性小品牌

第二节 六大品牌分析

- 一、分店数量与网点分布
- 二、品牌定位
- 三、消费者定位
- 三、价格对比
- 四、产品对比
- 四、服务项目对比
- 六、选址策略
- 七、特许经营

八、各品牌优势与劣势分析

第三节 北京比格，比萨业的奇葩

- 一、精准品牌定位，中档比萨业王者气势初现
- 二、巧妙选址，招招“打”向目标受众
- 三、星巴克式体验营销，占据心灵的实效行销
- 四、独到的会员制，迅速积累回头客资源
- 五、扩张版图注意节奏，稳步营销难能可贵

第四节 2012-2013年中国市场竞争策略分析

- 一、高举高打策略
- 二、替代策略
- 三、补隙策略
- 四、免费搭车策略

第五节 比萨的经营模式

- 一、休闲西餐——必胜客
- 二、低价自助——好伦哥、比格
- 三、比萨快餐——三角猫、必胜比萨站
- 四、比萨外卖店——必胜宅急送
- 五、加盟圈钱

第七章 2012-2013年中国比萨市场主要品牌企业运行竞争力分析

第一节 必胜客 (PIZZA HUT)

第二节 达美乐 (DOMINO'S)

第三节 棒！约翰 (PAPA JOHN'S)

第四节 好伦哥 (ORIGOS)

第五节 比格 (BIGPIZZA)

第六节 品奇

第七节 欧爵比萨

第八章 2014-2018年中国比萨产品发展趋势预测分析

第一节 2014-2018年中国比萨市场的发展趋势

- 一、比萨逐渐走入寻常百姓家
- 二、竞争越来越激烈，市场集中度越来越高
- 三、二、三线城市成为投资热点

第二节2014-2018年中国比萨产品市场供需预测分析

一、比萨产品市场供给预测分析

二、比萨产品需求预测分析

第三节2014-2018年中国比萨产品市场盈利预测分析

第九章2014-2018年中国比萨产品市场投资机会与风险分析

第一节2014-2018年中国比萨产品市场投资机会分析

第三节2014-2018年中国比萨产品投资方式的选择

一、自创品牌

二、加盟大品牌

三、加盟小品牌

四、三种投资方式对比

第四节2014-2018年中国比萨产品基本投资原则

第五节2014-2018年中国比萨产品不同市场的对策分析

一、一线城市

三、二、三线城市

三、四线城市

第六节2014-2018年中国投资比萨的主要风险

一、竞争风险

二、决策风险

第七节2014-2018年中国比萨产品投资成功的关键

第八节2014-2018年中国比萨产品开发决策分析

一、追求产品质量

二、促进产品多元化发展

三、创造意义的营销信息、动态的促销活动

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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，进出口数据主要来自海关及商务部，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/shipin1402/Q87504INYF.html>