

中国咖啡市场竞争与投资盈利预测报告 (2011-2015年)

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《中国咖啡市场竞争与投资盈利预测报告（2011-2015年）》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.cction.com/report/201109/74294.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

咖啡是采用经过烘焙的咖啡豆制作的饮料，通常为热饮，但也有作为冷饮的冰咖啡。咖啡是人类社会流行范围最为广泛的饮料之一。

《中国咖啡市场竞争与投资盈利预测报告（2011-2015年）》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于咖啡产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为咖啡产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。

本报告详述了咖啡产品的行业概况、市场发展现状及咖啡产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究咖啡市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对咖啡行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对咖啡产品投资的建议。

第一部分 咖啡市场动态分析

第一章 咖啡相关概述

第一节 咖啡基本概述

一、咖啡成分

二、咖啡品种

第二节 咖啡豆的处理

一、摘收

二、粗加工

三、运输

四、烘焙

第三节 咖啡加工设备

第四节 咖啡文化的发展与演进

第二章 2010-2011年国际咖啡市场运行态势分析

第一节 2010-2011年世界咖啡产业运行概况

一、世界咖啡豆的种类及其主要产区

二、国际咖啡市场处于成熟阶段

三、国际咖啡市场产销形势分析

四、全球咖啡出口贸易分析

五、全球速溶咖啡市场动态分析

第二节 巴西

一、巴西咖啡发展概况

- 二、巴西咖啡市场消费态势良好
- 三、巴西咖啡市场出口贸易分析
- 四、2010-2011年巴西咖啡将大幅增产

第三节 越南

- 一、越南咖啡发展概况
- 二、越南咖啡行业出口的国际地位及出口重点
- 三、越南咖啡行业生产综况
- 四、越南咖啡出口贸易形态
- 五、越南咖啡行业生产预测
- 六、2015年越南林同省咖啡行业种植规划

第四节 哥伦比亚

- 一、哥伦比亚咖啡产业概况
- 二、哥伦比亚咖啡行业发展回顾
- 三、哥伦比亚咖啡行业生产状况明显趋好
- 四、未来5年哥伦比亚咖啡行业发展目标

第五节 印度尼西亚

- 一、印尼咖啡行业概述
- 二、印度尼西亚咖啡行业出口综况
- 三、2010-2011年印度尼西亚咖啡市场出新品
- 四、印尼咖啡在华市场前景分析

第六节 其它

- 一、印度
- 二、也门咖啡行业发展综况
- 三、菲律宾咖啡行业发展概况
- 四、委内瑞拉咖啡生产状况简述
- 五、喀麦隆咖啡行业生产综合走势分析
- 六、秘鲁咖啡行业发展状况
- 七、坦桑尼亚咖啡行业生产预测
- 八、牙买加

第三章 2010-2011年中国咖啡产业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年中国咖啡行业发展总况

- 一、我国咖啡产业所处发展阶段

- 二、我国咖啡行业自主品牌发展状况
- 三、我国咖啡行业“咖啡伴侣”相关分析
- 四、我国咖啡产业发展亟待整合

第二节 2010-2011年中国咖啡市场透析

- 一、我国咖啡市场亮点聚焦
- 二、我国咖啡市场消费形态
- 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
- 六、中国市场蓝山咖啡豆采购成本将大幅下降

第三节 2006-2010年中国咖啡进出口统计（0901）

- 一、咖啡进出口数量分析
- 二、咖啡进出口金额分析
- 三、咖啡进出口国家及地区分析

第四节 2010-2011年中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 2010-2011年中国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 2010-2011年中国即饮咖啡市场透析

- 一、即饮咖啡饮料市场亟待培养
- 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、中国即饮咖啡市场营销对策分析

第二部分 中国咖啡重点区域市场分析

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、云南省咖啡业概述
- 二、云南省咖啡产业SWOT解析
- 三、旱灾对云南咖啡业的影响分析
- 四、云南省咖啡行业首次拥有定价权
- 五、云南省咖啡业出口状况

第二节 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态势良好
- 三、德宏州加快发展咖啡产业的思路及目标
- 四、德宏州咖啡行业发展的主要措施

第三节 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、临沧市咖啡产业发展分析
- 三、普洱市咖啡行业运行综述
- 四、普文镇咖啡行业发展简述

第四节 云南省咖啡行业发展存在的问题及策略建议

- 一、云南省咖啡业对外贸易面临壁垒
- 二、云南省咖啡产业自身发展存在瓶颈
- 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

第五章 2010-2011年中国咖啡行业其他区域发展分析

第一节 海南

- 一、海南省咖啡行业发展的优势
- 二、海南省咖啡行业发展概况
- 三、海南省澄迈县咖啡产业发展分析
- 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趋势

第三节 其他

一、内蒙古自治区初次成功栽培咖啡豆

二、成都市咖啡业发展起源及阶段

三、杭州市咖啡行业运行综况

第三部分 中国咖啡市场竞争与营销解析

第六章 2010-2011年中国咖啡市场竞争新格局透析

第一节 2010-2011年中国咖啡市场竞争总况

一、咖啡行业的主要竞争领域

二、我国咖啡市场连锁竞争激烈

三、我国咖啡市场掀起原料争夺战

四、中国瓶装咖啡市场再添竞争新力量

五、星巴克再推新计划应对市场竞争

第二节 2010-2011年中国咖啡市场营销解析

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、乐键“即嚼咖啡”营销突破战略分析

五、咖啡西餐厅的主要促销措施分析

六、未来我国咖啡营销模式将趋于多样化

第三节 2011-2015年中国咖啡行业竞争趋势

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

第七章 2010-2011年中国市场重点咖啡企业及品牌

第一节 雀巢

一、公司简介

二、雀巢咖啡品牌介绍

三、雀巢在华市场本土化策略分析

四、雀巢将投巨资于墨西哥建设咖啡工厂

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

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、后谷咖啡公司启动超市消费方式
- 五、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 2010-2011年中国重点咖啡连锁企业经营态势分析

第一节 星巴克

- 一、企业概况
- 二、星巴克经营状况分析
- 三、星巴克抢滩欧洲即饮咖啡市场
- 六、2011年星巴克Via咖啡将进军中国市场

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

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、两岸咖啡积极筹备上市工作

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

第四部分 中国咖啡投资盈利预测

第九章 2011-2015年中国咖啡店投资与运营可行性研究

第一节 咖啡店基本概述

- 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 2011-2015年中国咖啡投资前景预测

第一节 2011-2015年中国咖啡行业投资概况

- 一、中国咖啡市场掀起投资热
- 二、海南成咖啡产业投资热地
- 三、特种咖啡市场投资前景看好

四、中国咖啡企业在埃塞俄比亚市场的投资机遇探析

第二节 2011-2015年中国咖啡行业发展前景预测

一、2010/11年世界咖啡市场供求态势预测

二、我国咖啡市场未来发展趋势

三、我国咖啡饮料市场容量预测

四、未来我国咖啡厅Wi-Fi网络部署趋势分析

五、2011-2015年中国咖啡行业发展预测

图表目录：（部分）

图表：咖啡豆的烘焙阶段

图表：2008年6月-2009年7月国际咖啡组织每日综合指导价格走势

图表：2009年6月国际咖啡组织每日指导价格及期货价格

图表：2008年6月-2009年6月各组别咖啡指导价格价差

图表：2005-2008年主要出口国家咖啡产量

图表：2007/2008及2008/2009（10月-5月）各类咖啡总出口量

图表：2004-2008年世界咖啡消费量

图表：2004-2008年主要出口国人均咖啡消耗量

图表：2004-2008年主要进口国人均咖啡消耗量

图表：2006-2008主要进口国烘焙咖啡零售价格

图表：2003-2007年也门生咖啡出口额

图表：1979-2009年喀麦隆咖啡年产量和年出口量走势

图表：2005年&2008年中国咖啡销售渠道变化

图表：2007年&2009年中国咖啡市场总消耗量变化

图表：2006-2010年中国咖啡进出口数量分析

图表：2006-2010年中国咖啡进出口金额分析

图表：2006-2010年中国咖啡进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国咖啡进出口国家及地区分析

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

图表：21-25岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表：26-30岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表：31-35岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表：不同年龄消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表：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：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：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：不同月收入消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

图表：三大类咖啡品类代表性品牌比较

图表：咖啡店开业要办理的证照

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201109/74294.html>