

2014-2020年中国咖啡市场 调研与投资机遇研究报告

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

《2014-2020年中国咖啡市场调研与投资机遇研究报告》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.cction.com/report/201405/105393.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

在咖啡使用量在主要新兴市场上尤其是亚洲和南美洲市场不断上涨的背景下，2013至2014财年期间全球咖啡需求量同比上涨2%。而在2014至2014财年期间，全球咖啡产量稳定在1.46亿包左右(每包60公斤装)。

近十年来咖啡店如雨后春笋般地在我国各大城市的街头涌现，尤其是随着星巴克、上岛等数家大型企业集团的进入，市场上呈现出一片热闹景象。我们可以发现，咖啡的消费群体逐渐成长壮大，咖啡文化正在内地城市逐渐形成，而且每年国内的咖啡消费市场还在持续扩大。

目前，中国咖啡消费眼下每年约700亿元人民币，预计10年之内可达1万亿元人民币。2013年我国咖啡连锁零售规模超过100亿元，大量出现的咖啡馆正成为城市文明进步、经济增长的亮点，带动了咖啡消费量的增加，形成巨大消费潜在市场。2013年国内咖啡消费量在8万吨左右，占世界消费量的0.7%，近三年增长率超过20%，传统现磨咖啡增速达30%。预计到2015年国内咖啡消费量将达20万吨，2020年达到50万吨，成为相当于日本的咖啡消费大国。

近几年来，我国咖啡行业兴起可以说是迅猛异常，各大国外品牌纷纷抢滩登陆，一时间，中国咖啡品牌荟萃，对中国这块阵地战的争夺也越来越激烈。“小、散、乱、软”是我国咖啡产品的现状之一，而对我国市场一直垂涎三尺、虎视眈眈多年的国际咖啡企业巨头利用我国咖啡一盘散沙的现状，连年强力抢滩我国市场，他们凭借雄厚的资金、领先的营销手段和强大的品牌效应，在我国市场获取源源不断利润。这些洋品牌在我国这个咖啡大市场的大金矿中淘走了一桶桶金的同时还利用目前国产咖啡企业市场设计力量薄弱、信息不畅的弱点，有意无意地制造壁垒打压民族咖啡企业，在国内市场中造成了一种怪圈：大把赚钱——投入市场开发——打压民族咖啡企业——大把赚钱，对我国尚属稚嫩的咖啡产业造成了巨大打击。

本行业报告主要依据国家统计局、商务部、中国海关总署、农业部、中国咖啡协会、中国果品流通协会、国际咖啡组织、北京市咖啡行业协会、广州市咖啡行业协会、美国特质咖啡协会等国内外相关刊物的基础信息以及咖啡行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界咖啡行业整体发展大势，对我国咖啡行业发展现状与市场前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了现阶段中国咖啡行业面临的问题，以及一些前沿的策略。

本咖啡行业报告，为咖啡企业在市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。您若想对咖啡市场行业有个系

统的了解或者想投资咖啡行业及相关行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

报告目录

第一章 咖啡相关概述 1

第一节 咖啡基本介绍 1

一、咖啡简介 1

二、咖啡的发展历史 1

三、咖啡的基本特征 2

四、咖啡的常见品种 3

第二节 咖啡豆的处理 8

一、摘收 8

二、粗加工 9

三、储存 15

四、运输 16

五、烘焙 17

第二章 国际咖啡行业发展分析 24

第一节 世界咖啡行业发展概况 24

一、世界咖啡豆的种类及其主要产区 24

二、2013年全球咖啡出口简况 26

三、2014年全球咖啡出口简况 26

四、2014年全球咖啡需求量同比上涨统计情况分析 27

五、2014年全球速溶咖啡市场分析 27

六、2014年收获季全球咖啡产量预测 28

第二节 巴西 29

一、巴西咖啡行业概述 29

二、2012年巴西咖啡市场出口概况 33

三、2012年巴西制定烘焙咖啡豆和烘焙咖啡粉的技术法规 33

四、2013年巴西咖啡市场出口状况 34

五、2014年度巴西咖啡产量预测 34

第三节 越南 34

一、越南咖啡行业概述 34

二、2012年越南咖啡出口简况 41

三、2013年越南咖啡出口简况 41

四、2014年越南咖啡出口简况	41
五、20122013年越南咖啡行业生产综况	42
六、2014-2015年越南咖啡产量预测	42
七、2015年越南林同省咖啡行业种植规划	42
第四节 哥伦比亚	43
一、哥伦比亚咖啡行业概述	43
二、2013年哥伦比亚咖啡行业发展回顾	46
三、2014年哥伦比亚咖啡进口情况	47
四、2020年哥伦比亚咖啡产量或将翻番	47
第五节 印度尼西亚	48
一、印尼咖啡行业概述	48
二、2014年印西咖啡出口情况	49
三、2014年印尼咖啡出口南非情况	50
四、2014年印尼咖啡出口转向国内	51
五、2014年印尼咖啡产量将创新高	52
第六节 印度	52
一、印度咖啡行业概述	52
二、2014年印度咖啡行业出口情况分析	53
三、2014-2015财年印度咖啡产量预测	54
第七节 其他国家	54
一、也门咖啡行业发展综况	54
二、菲律宾咖啡连锁店抢滩武汉	58
三、2012年非洲咖啡产量占全球总产量	58
四、20122013年份埃塞俄比亚咖啡生产总量	59
五、2013年喀麦隆咖啡行业生产综合走势分析	59
六、2014年委内瑞拉咖啡逐渐由出口转为进口	60
七、2014-2020年秘鲁咖啡行业发展状况	60
第三章 中国咖啡行业发展分析	62
第一节 我国咖啡行业发展综况	62
一、我国咖啡行业发展来源及历程	62
二、我国咖啡行业自主品牌发展状况	64
三、中国咖啡行业的十字路口	65

四、国内日渐壮大的咖啡消费市场	68
五、目前市场的咖啡业态	69
第二节 我国咖啡市场运行概况	69
一、我国咖啡市场发展综述	69
二、中国速溶咖啡市场分析	73
三、2013年我国咖啡豆产量分析	76
四、2014年我国咖啡市场分析	77
五、2014年中国咖啡需练“内功”	79
第三节 2011-2013年中国咖啡进出口统计	82
一、2011年我国咖啡进口数据统计	82
二、2012年我国咖啡进出口数据统计	82
三、2013年我国咖啡进出口数据统计	83
第四节 咖啡产品价格定位分析	83
一、消费者认为咖啡产品最合适的价格	83
二、不同性别消费者认为咖啡产品最合适的价格	84
三、不同年龄消费者认为咖啡产品最合适的价格	86
四、不同收入消费者认为咖啡产品最合适的价格	88
第五节 我国咖啡消费者调查分析	90
一、影响消费者选择咖啡的主要因素	90
二、消费者对咖啡品牌的口味认可度分析	91
三、消费者对咖啡地点及包装喜好度分析	91
四、消费者对咖啡容量认可度分析	92
五、消费者对咖啡销售终端认可度分析	92
第六节 即饮咖啡市场	93
一、中国即饮咖啡饮料市场分析	93
二、国内即饮咖啡消费特点与营销对策	94
三、中国即饮咖啡饮料发展趋势与前景	96
四、我国即饮咖啡饮料市场亟需培养	97
第四章 云南省咖啡行业发展分析	98
第一节 云南省咖啡行业发展概况	98
一、云南省咖啡产业SWOT解析	98
二、2013年云南省咖啡业出口数据	99

三、2013年云南咖啡业快速发展	99
四、2014年全球咖啡巨头进入云南情况	99
五、2014年云南省将打造全球优质咖啡种植产区	100
第二节 德宏州	101
一、德宏州咖啡产业发展的有利条件	102
二、德宏州咖啡产业发展势头强劲	103
三、德宏州加快发展咖啡产业的思路及目标	104
四、德宏州咖啡行业发展的主要措施	105
第三节 其他区域	107
一、昆明市打造国际最大咖啡科技产业园势在必行	107
二、临沧市咖啡产业发展分析	115
三、普洱市咖啡行业运行综述	117
四、普文镇咖啡行业发展简述	120
第四节 云南省咖啡行业发展存在的问题及策略建议	120
一、我国云南咖啡业面临的挑战分析	120
二、云南省咖啡行业发展的主要对策	122
三、云南省咖啡行业品牌文化建构策略分析	126
四、云南省咖啡营销渠道战略分析	127
第五章 中国咖啡行业其他区域发展分析	128
第一节 海南	128
一、海南咖啡产业的发展状况	128
二、海南发展咖啡产业的优势	130
三、澄迈县福山咖啡悄然成为海南强势产业	131
四、海南省咖啡行业发展的其他措施建议	133
五、2014年海南福山咖啡积极筹划上市	133
六、2014年海南澄迈将建咖啡文化风情镇	134
七、2014年星巴克海南发展计划	134
第二节 上海	135
一、上海咖啡业宏观市场	135
二、上海咖啡市场现状	135
三、上海咖啡市场消费群体特征分析	136
四、上海咖啡消费现状及咖啡馆的细分	137

五、2014年上海成立咖啡专业委员会	138
六、2014年咖啡厅成上海餐饮业利润之首	138
七、上海咖啡业发展趋势	139
第三节 其他	140
一、内蒙古自治区初次成功栽培咖啡豆	140
二、成都市咖啡业现状分析	140
三、杭州市咖啡行业运行综况	142
第六章 咖啡行业竞争及营销分析	144
第一节 咖啡行业竞争综况	144
一、咖啡行业的主要竞争领域	144
二、我国咖啡市场连锁竞争激烈	144
三、2013年全球知名咖啡商瞄准中国咖啡店市场	145
四、2014年全球咖啡巨头打起咖啡种植和收购战	146
第二节 咖啡行业竞争趋势	149
一、未来我国咖啡行业竞争格局展望	149
二、二线城市将成为中国咖啡行业品牌竞争的主战场	149
第三节 咖啡行业营销分析	151
一、星巴克咖啡连锁加盟成功营销分析	151
二、雀巢咖啡的模块组合营销策略	155
三、咖啡西餐厅的主要促销措施分析	159
四、未来我国咖啡营销模式将趋于多样化	160
第七章 重点咖啡企业及品牌	161
第一节 雀巢	161
一、公司简介	161
二、雀巢咖啡产品介绍	162
三、雀巢在华市场本土化策略分析	164
四、雀巢咖啡进军我国高端咖啡市场	165
五、2014年雀巢咖啡品牌重塑	165
六、雀巢咖啡未来十年在华投资计划	166
第二节 力神咖啡	167
一、公司简介	167
二、力神咖啡品牌发展的四个阶段	168

- 三、2014年力神咖啡新厂破土动工 170
- 四、2014年力神咖啡厅海口海甸岛店开业 171
- 五、2014年力神打造招牌咖啡 171
- 第三节 后谷咖啡 172
 - 一、公司简介 172
 - 二、后谷咖啡发展的模式与目标 173
 - 三、后谷咖啡品牌建设历程 174
 - 四、后谷咖啡公司启动超市消费方式 175
 - 五、2014年后谷咖啡深陷风投纠纷 175
- 第四节 其他 179
 - 一、麦斯威尔 179
 - 二、克莱士 181
 - 三、UCC 181
 - 四、哥伦比亚 182
 - 五、格兰特 183
 - 六、铭咖啡 183
 - 七、捷荣 183
- 第八章 重点咖啡连锁企业 184
 - 第一节 星巴克 184
 - 一、公司简介 184
 - 二、2013财年星巴克经营状况 186
 - 三、2014财年星巴克经营状况 187
 - 四、近几年星巴克发展策略 188
 - 五、2014年星巴克中国经营情况及计划 191
 - 六、2014年星巴克在中国门店及未来开店计划 192
 - 第二节 85°C 192
 - 一、公司简介 192
 - 二、85°C咖啡市场的成功经验探讨 195
 - 三、85°C加快大陆版图拓展步伐 199
 - 第三节 两岸咖啡 199
 - 一、公司简介 199
 - 二、2014年两岸咖啡发展计划 200

三、2014年“两岸咖啡”大举发展副品牌 201

四、2015年两岸咖啡A股计划上市 202

第四节 其他 202

一、丹堤 202

二、真锅 203

三、格兰维尔 208

四、迪欧 208

五、上岛 209

六、伊诺 210

七、太平洋咖啡 212

第九章 咖啡店运营分析 213

第一节 咖啡店运营基本概述 213

一、咖啡店经营的基本要素 213

二、咖啡店成本费用及回报 214

三、咖啡厅运营思路的营销观察 217

四、咖啡西餐厅消费者需求分析 218

第二节 咖啡店选址策略 220

一、商圈调查 220

二、店面选择 222

三、签订租赁合同 227

第三节 咖啡店筹备策略探究 231

一、咖啡店规划 231

二、咖啡店设计 232

三、证照办理 237

第四节 咖啡店运营管理策略 243

一、岗位职责及编制 243

二、日常运营 243

三、领导管理 247

第十章 2014-2020年咖啡行业投资策略及发展预测 251

第一节 2014-2020年咖啡行业投资概况 251

一、中国企业和投资者开始投资咖啡市场 251

二、海南成咖啡产业投资热地 252

三、云南咖啡种植业吸引外企投资 252

四、投资咖啡店分析 253

五、投资经营咖啡连锁分析 255

第二节 2014-2020年咖啡行业投资前景 257

一、中国咖啡市场前景分析 257

二、中国咖啡企业在埃塞俄比亚市场的投资机遇探析 259

三、我国未来两年蓝山咖啡进口价值分析 260

第三节 2014-2020年咖啡行业发展趋势探析 260

一、我国咖啡市场未来发展趋势 260

二、2014-2020年中国咖啡市场分析 261

图表目录

图表：0910和1011咖啡年度世界主要咖啡生产国产量数据 47

图表：2000-2013年哥伦比亚咖啡出口量（单位：万袋） 47

图表：生咖啡出口额表 57

图表：2012年1至12月未焙炒未浸除咖啡碱或咖啡进出口量 82

图表：消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 83

图表：男性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 84

图表：女性消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 85

图表：不同性别消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 85

图表：21-25岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 86

图表：26-30岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 86

图表：31-35岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 87

图表：不同年龄消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 87

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 88

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 88

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 89

图表：不同月收入消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格 89

图表：咖啡店人流量统计表 223

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/105393.html>