

2017-2022年中国酒吧市场 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

《2017-2022年中国酒吧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/report/C44775XG1R.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】2017-06-01

【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《2017-2022年中国酒吧市场分析与投资前景研究报告》共三十四章。报告介绍了酒吧行业相关概述、中国酒吧产业运行环境、分析了中国酒吧行业的现状、中国酒吧行业竞争格局、对中国酒吧行业做了重点企业经营状况分析及中国酒吧产业发展前景与投资预测。您若想对酒吧产业有个系统的了解或者想投资酒吧行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 酒吧行业概述 1

第一节 酒吧行业定义 1

酒吧（Bar，Pub）是指提供啤酒、葡萄酒、洋酒、鸡尾酒等酒精类饮料的消费场所。Bar多指娱乐休闲类的酒吧，提供现场的乐队或歌手、专业舞蹈团队、“舞女”表演。高级的Bar还有调酒师表演精彩的花式调酒。而Pub多指英式的以酒为主的酒吧，是BAR的一种分支。酒吧有很多类型和风格，既有最低档的“潜水吧”，也有为社会精英人士提供娱乐的优雅场所。酒吧最初源于美国西部大开发时期的西部酒馆，Bar一词到16世纪才有“卖饮料的柜台”这个义项，后又随着时代的发展演变为提供娱乐表演等服务的综合消费场所，约20世纪90年代传入我国。

酒吧是西方文化的产物，来之于英国，它的英文名为：bar,这个词本意是条、棒、障碍、限制、封锁等。原意是一种出售酒的长柜台，最早出现在路边的小店、餐馆中，为客人提供基本的吃住。后来由于酒的魅力以及人们生活水平的提高，这种“bar”分离为专门为人们销售酒、供人们休闲娱乐的场所。

第二节 酒吧行业发展历程 1

第三节 酒吧行业分类情况 2

第二章 2014-2016年中国酒吧行业发展环境分析 5

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 5

一、宏观经济 5

二、工业形势 6

三、固定资产投资 8

第二节 2014-2016年中国酒吧行业发展政策环境分析 9

一、行业政策影响分析 9

二、相关行业标准分析 11

第三节 2014-2016年中国酒吧行业发展社会环境分析 11

一、居民消费水平分析	11
二、工业发展形势分析	13
第三章2011-2015年中国酒吧相关（酒的制造）行业总体发展状况	15
第一节 中国酒吧相关（酒的制造）行业规模情况分析	15
一、行业单位规模情况分析	15
二、行业人员规模状况分析	15
三、行业资产规模状况分析	16
四、行业市场规模状况分析	16
第二节 中国酒吧相关（酒的制造）行业产销情况分析	17
一、行业生产情况分析	17
二、行业销售情况分析	17
三、行业产销情况分析	18
第三节 中国酒吧相关（酒的制造）行业财务能力分析	18
一、行业盈利能力分析与预测	18
二、行业偿债能力分析与预测	19
三、行业营运能力分析与预测	20
四、行业发展能力分析与预测	20
第四章2016年中国酒吧行业运行新形势分析	22
第一节 2016年中国酒吧业经营新亮点	22
一、酒吧客流量大，销售服务随机性强	22
二、酒吧规模小，对服务人员的素质要求高	22
三、酒吧投资大，回报高	22
四、酒吧经营利润高，控制难度大	23
第二节 2016年中国酒吧的酒品分析	23
一、产品原料品种多，储存难度大	23
二、产品生产时间短，生产量难以预测	23
三、产品品种规格多，批量小	23
四、业务技巧要求高，管理难度大	23
第三节 2016年中国酒吧的销售特点分析	24
一、销售量受活动场所的限制	24
二、销售单位小，销售服务过程标准化	24
三、销售毛利率高，资金周转快	24

四、固定成本高，开支比重较大 24

第五章 酒吧行业发展概述 25

第一节 酒吧行业发展概况 25

一、全球酒吧行业发展简述 25

1、发展环境 25

2、发展历程 26

二、酒吧国内行业现状阐述 26

第二节 酒吧行业市场现状 27

一、市场概述 27

二、市场规模 29

2015年我国酒吧数量约4.87万家，比2014年的4.35万家增加了0.52万家。酒吧主要分布在我国东部经济发达地区。近几年，我国酒吧数量情况如下图所示：2010-2015年中国酒吧数量情况

资料来源：资料整理

2015年我国酒吧行业销售市场规模约311.7亿元，同比2014年的261亿元增长了19.43%，近几年我国酒吧行业市场规模情况如下图所示：2010-2015年中国酒吧行业市场规模情况

资料来源：资料整理

第三节 酒吧行业发展历程 31

第四节 酒吧行业发展所处的阶段 32

第五节 酒吧行业地位分析 33

第六节 酒吧行业产业链分析 35

第七节 酒吧行业国内与国外情况分析 35

第六章 2015-2016年酒吧产业运行态势分析 36

第一节 2015-2016年酒吧市场发展分析 36

一、酒吧市场发展的特点 36

二、酒吧市场景气向好 37

第二节 2015-2016年酒吧市场调研 37

一、国外企业酒吧发展的特点 37

二、酒吧供需分析 38

1、供给 38

2、需求 38

三、酒吧市场发展综述 39

第三节 2015-2016年酒吧市场发展中存在的问题及策略 40

一、酒吧市场发展面临的挑战及对策	40
二、提高酒吧整体竞争力的建议	42
三、加快酒吧发展的措施	44
第七章 酒吧行业发展环境分析	45
第一节 2016年中国酒吧行业发展政策环境分析	45
一、酒吧经营法规解析	45
二、酒吧安全管理暂行规定	54
三、相关产业法律法规	56
第二节 2016年中国酒吧社会环境分析	59
一、人口环境分析	59
二、教育环境分析	61
三、文化环境分析	64
四、生态环境分析	66
五、中国城镇化率	69
六、居民的各种消费观念和习惯	70
第八章 酒吧连锁行业分析	72
第一节 2014-2016年中国酒吧连锁市场规模分析	72
一、中国高档酒品消费规模增长情况	72
二、中国酒吧连锁市场规模增长情况	74
三、中国酒吧连锁企业数量及门店数量	75
四、中国酒吧连锁品牌门店数量对比	75
第二节 2014-2016年中国酒吧连锁的五大成功因素	77
一、鲜明独特的经营风格	77
二、准确的市场定位	77
三、便利的地段	80
四、良好的增值服务	80
五、切合目标市场的文化营销	80
第三节 2014-2016年中国酒吧连锁行业中存在的主要问题	80
一、广泛的价格恶性竞争	80
二、不正当乃至非法经营	81
三、前期投入成本迅速增高	81
四、营业额过于集中于啤酒项目	81

五、明显的市场定位及竞争同质化	81
第九章 2016年中国酒吧消费情况调研	82
第一节 2016年中国酒吧主要消费状况分析	82
一、酒水在酒吧消费品中的地位分析	82
二、酒水吧啤酒供需分析	82
三、酒吧酒水的消费价格分析	82
四、酒吧酒水主要消费群体分析	83
第二节 2016年中国酒吧消费者消费理念分析	83
一、消费意识超前，追求时尚	83
二、喜欢高档，消费水平高	83
三、对酒吧和酒品牌都有较强的忠诚度	83
第三节 2016年中国塑造酒吧酒水品牌攻略分析	84
一、重新认识酒吧啤酒制高点作用	84
二、打造高端产品的旗舰品牌	84
三、多方位创新品牌	85
四、采取系统创新营销策略	85
五、增强高端品牌的文化底蕴	85
第十章 中国酒吧市场供需分析	86
第一节 酒吧市场现状分析及预测	86
一、2014-2016年我国酒吧行业总产值分析	86
二、2016-2022年我国酒吧行业总产值预测	86
第二节 酒吧市场需求分析及预测	87
一、2014-2016年我国酒吧市场需求分析	87
二、2016-2022年我国酒吧行业现状分析	87
第三节 酒吧行业的技术影响分析	88
一、酒吧行业技术现状分析	88
二、酒吧行业技术发展趋势	89
第十一章 2017-2022年中国酒吧行业发展趋势分析	91
第一节 2017-2022年中国酒吧行业发展趋势分析	91
一、现代酒吧室内设计趋势	91
二、酒吧经营特色趋势探讨	94
三、酒吧消费新趋势探讨	97

第二节 2017-2022年中国中小城市酒吧发展趋势分析 97

一、超小型酒吧成新趋势 97

二、酒吧的本土化 98

三、开始注重文化的挖掘 99

第三节 酒吧行业经济环境影响分析 100

一、国民经济影响情况 100

二、国内投资酒吧情况 100

第十二章 酒吧行业经营和竞争分析 101

第一节 行业核心竞争力分析及构建 101

第二节 酒吧技术最新发展趋势分析 101

一、国外同类技术重点研发方向 101

二、国内酒吧研发技术路径分析 101

三、国内最新研发动向 102

四、技术走势预测 102

五、技术进步对企业发展影响 103

第三节 酒吧经营中的质量控制 103

一、重大活动控制 103

二、重点客人、重要任务控制 104

三、重点岗位、环节控制 104

四、标准控制法 105

第十三章 酒吧行业国内市场深度分析 107

第一节 酒吧行业市场现状分析及预测 107

第二节 2016-2020年市场需求分析及预测 108

第三节 价格趋势分析 108

第四节 酒吧产业上下游影响分析 109

一、酒吧行业上游影响分析 109

二、酒吧行业下游影响分析 133

第十四章 2016年北京酒吧业运行新态势分析 135

第一节 2016年北京酒吧行业运行综述 135

一、北京是全国城市中酒吧最多的一个地方 135

二、北京经济对酒吧业的影响 135

三、北京酒吧集群分布 137

四、消费人群类型分析 138

第二节 2016年北京酒吧投资策略分析 139

一、酒水价格 139

二、环境优势分析 139

三、酒吧经营特色优势分析 140

四、规划固定停车场 140

第十五章 2016年中国酒吧连锁行业重点企业主体竞争力分析 145

第一节 阿伦故事咖啡酒吧 145

一、公司简介 145

二、营业规模 145

三、经营模式及定位 145

四、市场运作P分析 145

五、连锁品牌化运作 146

六、投资前景 147

七、竞争力SWOT分析 147

八、战略研究成果 147

第二节 苏荷酒吧 148

第三节 朗路酒吧 148

第四节 爵色酒吧 149

第五节 SKY酒吧连锁 149

第六节 百度酒吧 149

第十六章 2014-2016年中国酒吧连锁市场竞争格局研究 151

第一节 2014-2016年中国酒吧连锁业竞争总况 151

一、酒吧进入多元化竞争时代 151

二、酒吧竞争依靠风格别样 151

三、连锁加盟酒吧竞争情况 151

第二节 2014-2016年中国酒吧竞争力研究 152

一、酒吧经营模式格局 152

二、主要品牌及发展现状 153

三、领先酒吧品牌向发达城市扩张 154

四、酒吧连锁仍具有明显的区域特性 154

五、各大酒吧连锁基本都有明确的竞争定位 155

第三节 2014-2016年中国酒吧连锁业竞争趋势分析	155
第十七章 2014-2016年中国重点城市酒吧连锁市场与竞争研究	156
第一节 北京	156
一、商业环境地质战略研究	156
二、北京酒吧消费市场规模预测	157
三、北京酒吧的区位分布结构	158
四、三里屯酒吧街定位现状及趋势	159
五、什刹海酒吧街定位现状及趋势	160
六、魏公村酒吧街定位现状及趋势	160
七、北京酒吧的经营主题分布	161
八、北京酒吧的消费价格分布	161
九、北京酒吧连锁的竞争行为及格局分析	162
十、北京酒吧消费者消费行为及特征分析	163
十一、典型酒吧连锁企业竞争优势劣势SWOT分析	163
第二节 上海	164
第三节 天津	165
第四节 成都	166
第五节 重庆	167
第六节 广州	168
第七节 深圳	169
第八节 武汉	170
第九节 大连	170
第十节 重点城市市场对比分析	170
一、市场发展阶段对比	170
二、市场规模对比	171
三、市场消费特性对比	172
四、市场消费环境对比	172
第十八章 2016年中国酒吧连锁细分市场深度剖析	174
第一节 酒吧餐厅	174
一、经营模式概述	174
二、目标市场定位	174
三、经营品类及策略	174

四、音乐、文化诉求分析	175
五、典型企业经营优劣势SWOT分析	175
第二节 表演酒吧	175
第三节 慢摇酒吧	176
第四节 主题酒吧	176
第五节 娱乐酒吧	176
第十九章 酒吧行业发展现状分析	177
第一节 全球酒吧行业发展分析	177
一、英国酒吧行业发展现状	177
二、全球酒吧行业发展现状	177
三、全球酒吧行业发展预测	178
第二节 中国酒吧行业发展分析	179
一、2014-2016年中国酒吧市场发展现状分析	179
二、2014-2016年中国酒吧行业发展特点分析	179
三、2014-2016年中国酒吧行业市场供需分析	180
第三节 中国酒吧产业特征与行业重要性	180
第四节 酒吧行业特性分析	181
第二十章 酒吧国内产品价格走势及影响因素分析	182
第一节 国内产品2014-2016年价格回顾	182
第二节 国内产品当前市场价格及评述	183
第三节 国内产品价格影响因素分析	183
第四节 2016-2022年国内产品未来价格走势预测	184
第二十一章 酒吧行业需求与预测分析	185
第一节 酒吧行业需求分析及预测	185
一、酒吧行业需求总量及增长速度	185
二、酒吧行业需求结构分析	185
1、消费者构成	185
2、消费者消费理念	186
三、酒吧行业需求影响因素分析	186
四、酒吧行业未来需求预测分析	187
第二节 酒吧行业地区需求分析	187
一、行业的总体区域需求分析	187

二、华北地区酒吧行业发展分析	189
1、2015-2016年行业发展现状分析	189
2、2015-2016年市场规模情况分析	191
3、2016-2022年市场需求前景分析	192
4、2016-2022年行业发展趋势预测	192
5、2016-2022年行业投资前景预测	193
二、2015年东北地区酒吧行业调研	194
1、2015-2016年行业发展现状分析	194
2、2015-2016年市场规模情况分析	196
3、2016-2022年市场需求前景分析	197
4、2016-2022年行业投资前景预测	197
三、2015年华东地区酒吧行业调研	198
1、2015-2016年行业发展现状分析	198
2、2015-2016年市场规模情况分析	200
3、2016-2022年市场需求前景分析	201
4、2016-2022年行业投资前景预测	202
四、2015年华南地区酒吧行业调研	202
1、2015-2016年行业发展现状分析	202
2、2015-2016年市场规模情况分析	205
3、2016-2022年市场需求前景分析	206
4、2016-2022年行业投资前景预测	206
五、2015年华中地区酒吧行业调研	207
1、2015-2016年行业发展现状分析	207
2、2015-2016年市场规模情况分析	209
3、2016-2022年市场需求前景分析	210
4、2016-2022年行业投资前景预测	211
六、2015年西南地区酒吧行业调研	211
1、2015-2016年行业发展现状分析	211
2、2015-2016年市场规模情况分析	214
3、2016-2022年市场需求前景分析	215
4、2016-2022年行业投资前景预测	215
七、2015年西北地区酒吧行业调研	216

1、2015-2016年行业发展现状分析	216
2、2015-2016年市场规模情况分析	218
3、2016-2022年市场需求前景分析	219
4、2016-2022年行业投资前景预测	220
第三节 酒吧行业市场投资策略分析	220
一、酒吧行业市场需求量情况	220
二、国内酒吧业存在的问题分析	220
1、经济发展缓慢	220
2、酒吧业软件设施尚不齐全	221
3、酒吧文化不浓厚	221
4、酒吧业市场培育不健全	221
三、国内酒吧业发展的对策与措施	222
1、宏观对策分析	222
2、经营方式的对策分析	223
第二十二章 2015-2016年国内外重点企业竞争力分析	225
第一节 本色酒吧	225
一、企业简介	225
二、经营情况	225
三、投资预测	225
第二节 菲苾酒吧	226
一、企业简介	226
二、经营情况	226
三、投资预测	227
第三节 苏荷集团	227
一、企业简介	227
二、经营情况	227
三、投资预测	228
第四节 激情百度酒吧	228
一、企业简介	228
二、企业经营分析	228
三、企业经营模式分析	229
四、市场营销区域分析	229

第五节 苏格缪斯企业管理公司 229

一、企业简介 229

二、企业经营分析 229

三、经营模式分析 230

四、市场营销区域分析 230

第六节 搜浩集团 230

一、企业简介 230

二、企业经营分析 230

三、经营业态分析 230

四、市场营销区域分析 231

第七节 浪漫集团 231

一、企业简介 231

二、企业经营分析 231

三、企业经营业务分析 231

四、市场营销区域分析 235

第八节 乐巢酒吧 235

一、企业简介 235

二、经营情况 235

三、投资预测 236

第九节 上上酒吧 236

一、企业简介 236

二、经营情况 236

三、投资预测 237

第十节 苏荷酒吧 237

一、企业概况 237

二、市场定位情况 237

三、企业优劣势分析 237

四、2014-2016年经营状况分析 237

五、2014-2016年主要经营数据指标 238

六、2016-2020年公司投资前景分析 238

第十一节 唐会酒吧 238

一、企业概况 238

二、市场定位情况	238
三、企业优劣势分析	239
四、2014-2016年经营状况分析	239
五、2014-2016年主要经营数据指标	240
六、2016-2020年公司投资前景分析	240
第十二节 88号酒吧	241
一、企业概况	241
二、市场定位情况	241
三、企业优劣势分析	241
四、2014-2016年经营状况分析	241
五、2014-2016年主要经营数据指标	242
六、2016-2020年公司投资前景分析	242
第十二节 INBAR酒吧	242
一、企业概况	242
二、市场定位情况	242
三、企业优劣势分析	242
四、2014-2016年经营状况分析	243
五、2014-2016年主要经营数据指标	243
六、2016-2020年公司投资前景分析	243
第十三节 BABYFACE酒吧	243
一、企业概况	243
二、市场定位情况	243
三、企业优劣势分析	244
四、2014-2016年经营状况分析	244
五、2014-2016年主要经营数据指标	244
六、2016-2020年公司投资前景分析	244
第十四节 上海MUSE酒吧	245
一、企业概况	245
二、市场定位情况	245
三、企业优劣势分析	245
四、2014-2016年经营状况分析	245
五、2014-2016年主要经营数据指标	245

六、2016-2020年公司投资前景分析	246
第十五节 上海PARK 97酒吧	246
一、企业概况	246
二、市场定位情况	246
三、企业优劣势分析	246
四、2014-2016年经营状况分析	246
五、2014-2016年主要经营数据指标	247
六、2016-2020年公司投资前景分析	247
第十六节 上海官邸	247
一、企业概况	247
二、市场定位情况	247
三、企业优劣势分析	247
四、2014-2016年经营状况分析	247
五、2014-2016年主要经营数据指标	248
六、2016-2020年公司投资前景分析	248
第十七节 杭州G+ CLUB	248
一、企业概况	248
二、市场定位情况	248
三、企业优劣势分析	249
四、2014-2016年经营状况分析	249
五、2014-2016年主要经营数据指标	249
六、2016-2020年公司投资前景分析	249
第十八节 杭州IN CLUB隐楼	249
一、企业概况	249
二、市场定位情况	250
三、企业优劣势分析	250
四、2014-2016年经营状况分析	250
五、2014-2016年主要经营数据指标	250
六、2016-2020年公司投资前景分析	250
第二十三章 2013-2015年酒吧行业竞争格局分析	251
第一节 酒吧行业竞争结构分析	251
一、现有企业间竞争	251

二、潜在进入者分析	251
三、替代品威胁分析	252
四、供应商议价能力	252
五、客户议价能力	252
第二节 酒吧企业国际竞争力比较	253
一、支援与相关产业	253
二、企业战略、结构与竞争状态	253
三、政府的作用	254
第三节 酒吧行业竞争格局分析	254
一、酒吧行业集中度分析	254
1、酒吧市场集中度分析	254
2、酒吧企业集中度分析	255
3、酒吧区域集中度分析	256
二、酒吧行业竞争程度分析	256
第四节 2016-2020年酒吧行业竞争策略分析	256
一、金融危机对行业竞争格局的影响	256
二、2016-2020年酒吧行业竞争格局展望	257
三、2016-2020年酒吧行业竞争策略分析	257
第二十四章 酒吧行业投融资分析	259
第一节 酒吧行业的SWOT分析	259
一、优势分析	259
二、劣势分析	259
三、机会分析	259
四、威胁分析	259
第二节 酒吧行业国内企业投资状况	260
第三节 酒吧行业外资投资状况	260
第四节 酒吧行业资本并购重组情况	260
第五节 酒吧行业投资特点分析	260
第六节 酒吧行业融资分析	261
第七节 酒吧行业投资机会分析	261
一、2016-2020年总体投资机会及投资建议	261
二、2016-2020年国内外投资机会及投资建议	261

三、2016-2020年区域投资机会及投资建议	262
四、2016-2020年企业投资机会及投资建议	262
第二十五章 酒吧及其主要上下游产品	263
第一节 酒吧上下游分析	263
一、与上下游行业之间的关联性	263
二、上游原材料供应形势分析	263
三、下游产品解析	264
第二节 酒吧行业产业链分析	266
一、上游行业影响及风险分析	266
二、下游行业风险分析及提示	267
三、关联行业风险分析及提示	267
第二十六章 酒吧产品竞争力优势分析	268
第一节 整体产品竞争力评价	268
第二节 产品竞争力评价结果分析	269
第三节 竞争优势评价及构建建议	269
第二十七章 酒吧产业用户度分析	272
第一节 酒吧产业用户认知程度	272
第二节 酒吧产业用户关注因素	272
一、功能	272
二、质量	273
三、价格	273
四、外观	273
五、服务	274
第二十八章 酒吧行业投资机会与风险	276
第一节 中国酒吧产业投资机会分析	276
一、投资机会分析	276
二、可行研究分析	276
第二节 酒吧行业投资效益分析	278
一、2015年酒吧行业投资状况分析	278
二、2015年酒吧行业投资效益分析	279
三、2016年酒吧行业投资前景预测	279
四、2016年酒吧行业的投资方向	280

五、2016年酒吧行业投资的建议	281
第三节 2016-2020年酒吧行业投资前景及控制策略分析	283
一、2016-2020年酒吧行业市场风险及控制策略	283
二、2016-2020年酒吧行业政策风险及控制策略	283
三、2016-2020年酒吧行业经营风险及控制策略	283
四、2016-2020年酒吧同业竞争风险及控制策略	284
五、2016-2020年酒吧行业其他风险及控制策略	284
第二十九章 2016年北京知名酒吧经营情况分析	285
第一节 工人体育场酒吧	285
一、工人体育场酒吧基本概况	285
二、工人体育场酒吧规模分析	285
三、工人体育场酒吧经营分析	285
第二节 三里屯酒吧街	286
一、三里屯酒吧街地理位置介绍	286
二、三里屯酒吧街规模分析	286
三、主要消费人群	286
四、三里屯酒吧街特色分析	286
第三节 什刹海酒吧街	287
一、什刹海酒吧街基本概况	287
二、什刹海酒吧街规模分析	287
三、主要消费人群	287
四、什刹海酒吧街经营特色分析	287
第四节 星吧路酒吧街	288
一、星吧路酒吧街基本概况	288
二、星吧路酒吧街规模分析	288
三、星吧路酒吧街经营特色分析	288
1、非洲、日本等异域风情	288
2、拓宽酒吧业务——舞会、K歌	288
3、国内知名乐队、歌手、明星，定期举办一些现场音乐会、原创音乐大赛	289
4、酒吧街东面“比力必利”是北京唯一一家非洲餐吧	289
第五节 大都酒吧街	289
一、大都酒吧街基本概况	289

二、大都酒吧街规模分析	289
三、大都酒吧街经营特色分析	289
第六节 大山子酒吧街——工厂现代艺术	290
一、大山子酒吧街基本概况	290
二、大山子酒吧街规模分析	291
三、大山子酒吧街经营特色分析	291
第七节 朝阳公园酒吧街	292
一、朝阳公园酒吧街基本概况	292
二、朝阳公园酒吧街规模分析	293
三、朝阳公园酒吧街经营特色分析	293
第八节 南锣鼓巷酒吧街	293
一、南锣鼓巷酒吧街基本概况	293
二、南锣鼓巷酒吧街规模分析	293
三、南锣鼓巷酒吧街经营特色分析	294
第三十章 2016年上海酒吧业运行新形势透析	295
第一节 2016年上海酒吧业运行总况	295
一、上海酒吧—洋气精致的“联合国”	295
二、上海酒吧三大格局为基本形式	295
三、上海经济对酒吧业的影响	296
第二节 衡山路酒吧街—上海最大的酒吧街	296
一、衡山路酒吧街基本概况	296
二、衡山路酒吧街规模分析	297
三、主要消费人群及消费水平分析	298
四、衡山路酒吧街特色经营分析	298
第三节 雁荡路酒吧街	299
一、雁荡路酒吧街基本概况	299
二、雁荡路酒吧街规模分析	299
三、雁荡路酒吧街特色经营分析	300
第四节 巨鹿路酒吧街	300
一、巨鹿路基本概况	300
二、巨鹿路酒吧街规模分析	301
三、主要消费人群及消费现状	301

四、巨鹿路酒吧街特色经营分析	301
第五节 新天地酒吧街——上海很有名气的酒吧街	302
一、新天地酒吧街基本概况	302
二、新天地酒吧街规模分析	302
三、主要消费人群分析及消费现状	303
四、新天地酒吧街经营特色分析	303
第六节 长乐路酒吧街	304
一、长乐路基本概况	304
二、长乐路酒吧街规模分析	304
三、长乐路酒吧街经营特色分析	304
第七节 铜仁路酒吧街——休闲风格酒吧	304
一、铜仁路酒吧街基本概况	304
二、铜仁路酒吧街规模分析	305
三、主要消费人群及消费现状	305
四、铜仁路酒吧街经营特色分析	305
第八节 茂名南路酒吧街——年轻人的天堂	307
一、茂名南路酒吧街基本概况	307
二、茂名南路酒吧街规模分析	307
三、主要消费人群及消费现状	308
四、茂名南路酒吧街特色分析	308
第九节 上海酒吧业运行投资潜力及优势分析	309
第三十一章 2016年广州酒吧业发展态势分析	311
第一节 2016年广州酒吧业发展概况分析	311
一、广州酒吧——酒吧就是酒吧	311
二、2016年广州酒吧业概况分析	311
第二节 沿江路酒吧街——妖冶与妩媚多情	313
一、沿江路地理位置介绍	313
二、沿江路酒吧街规模分析	313
三、主要消费人群——本地的中青年白领阶层、国内外的游客	313
四、沿江路酒吧街特色（竞争力）分析	314
第三节 环市路酒吧街——花园式享受	314
一、环市路地理位置介绍	314

二、环市路酒吧街规模分析	315
三、主要消费人群——白领、外籍人士	315
四、环市路酒吧街特色（竞争力）分析	315
第四节 芳村酒吧街——与狂野	316
一、芳村地理位置介绍	316
二、芳村酒吧街规模分析	316
三、主要消费人群——当地人及珠三角经济收入稳定人士	316
四、芳村酒吧街特色（竞争力）分析	317
第三十二章 2016年深圳酒吧业运行新格局透析	318
第一节 2016年深圳酒吧业发展概况分析	318
一、时尚前卫是深圳酒吧最大的特点	318
二、深圳的酒吧大致分为清吧和演艺吧两种	318
三、深圳经济现状对酒吧业的影响	318
四、深圳酒吧消费人群及消费水平分析	319
第二节 蛇口酒吧街——深圳的“兰桂坊”	319
一、蛇口酒吧街基本概况	319
二、蛇口酒吧街规模分析	320
三、主要消费人群及消费现状	320
四、蛇口酒吧街经营特色分析	320
第三节 华侨城酒吧街	321
一、华侨城酒吧街基本概况	321
二、华侨城酒吧街规模分析	321
三、华侨城酒吧街主要消费人群及消费现状	322
四、华侨城酒吧街经营特色分析	322
第四节 体育馆“第五大街-酒吧街”	322
第五节 华强北“京华风情酒吧街”	323
第六节 九坊街欧陆风情的酒吧街	323
第七节 盐田大梅沙酒吧街	323
第八节 深圳酒吧业投资优势及潜力分析	324
第三十三章 酒吧的消费情况	325
第一节 2016年中国酒吧主要消费状况分析	325
一、酒水在酒吧消费品中的地位分析	325

二、酒水吧啤酒供需分析	326
三、酒吧酒水的消费价格分析	326
四、酒吧酒水主要消费群体分析	326
第二节 2016年中国酒吧酒水竞争状况分析	327
一、品牌竞争	327
二、价格竞争	327
三、营销方式	328
第三节 2016年中国塑造酒吧酒水品牌攻略分析	329
一、重新认识酒吧啤酒制高点作用	329
二、打造高端产品的旗舰品牌	329
三、多方位创新品牌	330
四、采取系统创新营销策略	330
五、增强高端品牌的文化底蕴	331
第三十四章 专家观点与结论	332
第一节 酒吧行业营销策略分析及建议	332
一、酒吧行业营销模式	332
二、酒吧行业营销策略	336
第二节 酒吧行业企业经营发展分析及建议	337
一、酒吧行业经营模式	337
二、酒吧行业生产模式	337

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/C44775XG1R.html>