

2015-2020年中国比萨市场运行态势与投资前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国比萨市场运行态势与投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201511/357203.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

前言

比萨是意大利西北的一座小城，已有两千多年的历史。公元前179年时，比萨已是古罗马帝国的属地。在那个时期的比萨是一个占有十分重要地位的港口城市，比萨拥有十分强大的舰队，当时比萨强大的海军势力威慑着整个Maremma的北部海岸。也是因为海军的强大，他们一度要求过独立。

在十世纪和十一世纪期间比萨在南部意大利，克斯卡，撒丁以及在非洲的海岸线曾经打击过阿拉伯海盗。在第一次十字军东征后，他们的军事力量已经远及Levante。在以后的第十世纪和十二世纪期间，借助强大的海军保护，比萨开始了五花八门的海上贸易。于是，一个繁荣的比萨在意大利诞生了。如今的比萨位于佛罗伦撒西北处，历史给比萨开了一个大玩笑。也许是曾经在海上无限风光过，因此老天要让它与海隔离开来。让它忘记往日的辉煌...

然而比萨并没有因与海绝缘而从此销声匿迹。恰恰相反，比萨以其灿烂的文化，工艺细腻的建筑，宏伟的教堂，以及那世界闻名的比萨斜塔而享誉全球。比萨虽小，远远不及罗马，佛罗伦萨，米兰，维罗纳，威尼斯等名城，然而在欧洲没有小孩子不知道意大利比萨的。

比萨斜塔位于比萨城北面的奇迹广场上，广场的大片草坪上散布着一组宗教建筑，它们是大教堂（建造于1063年—13世纪）、洗礼堂（建造于1153年—14世纪）、钟楼（即比萨斜塔，建造于1173年—1350年）和墓园（建造于1278年—15世纪），它们的外墙面均为乳白色大理石砌成，各自相对独立但又形成统一罗马式建筑风格。

比萨斜塔是建筑史上的一座重要建筑。在发生严重的倾斜之前，它大胆的圆形建筑设计已经向世人展现了它的独创性。虽然在更早年代的意大利钟楼中，采用圆形地基的设计并不少见，类似的例子可以在拉文纳、托斯卡纳和翁布里亚找到，但是，比萨钟楼被认为是独立于这些原型，更大程度上，它是在借鉴前人建筑经验的基础上，独立设计并对圆形建筑加以了发展，形成了独特的比萨风格。

比如，钟楼的圆形设计被认为是为了同一旁的大教堂建筑形成反射而相对应，因此有意地模仿教堂半圆形后殿的曲线设计。更重要的是，钟楼与广场上对圆形结构的强调是相一致的，尤其是在宏伟的同样是圆形的洗礼堂奠基以后，整个广场更像是有意设计成耶路撒冷复活教堂（Anastasis）的现代版本。这种的设计正来源于经典的古代建筑。

钟楼的装饰格调继承了大教堂和洗礼堂的经典之作，墙面用大理石或石灰石砌成深浅两种白色带，半露方柱的拱门，拱廊中的雕刻大门，长菱形的花格平顶，拱廊上方的墙面对阳光的照射形成光亮面和遮荫面的强烈反差，给人以钟楼内的圆柱相当沉重的假象。大教堂、洗礼堂和钟楼之间形成了视觉上的连续性。

目前在中国经营的比萨连锁品牌有近1500家门店的规模。行业品牌企业主要分布在北京、上海、广州、深圳等大城市，近年有向二、三线城市发展的趋势。2014年我国比萨餐厅市场规模约125亿元，百胜占有超过50%的市场份额。近几年我国比萨市场容量情况如

下图所示：

2008-2014年我国比萨市场容量情况

资料来源：智研咨询整理

本比萨行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国比萨行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国比萨行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国比萨行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国比萨行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 比萨产业基本概况 1

第一节 比萨溯源 1

一、意大利人发明比萨 1

二、美国人发扬光大 1

三、中国人坐享比萨 2

第二节 解读比萨 3

第三节 比萨品牌的分类 4

一、国外品牌、国内品牌 4

二、单店品牌、连锁品牌 5

三、主营比萨品牌、兼营比萨品牌 5

四、自助比萨品牌与非自助比萨品牌 5

第二章 2014-2015年中国比萨行业市场发展环境分析 6

第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析 6

一、中国GDP分析 6

二、消费价格指数分析 13

三、城乡居民收入分析 19

四、社会消费品零售总额 21

五、全社会固定资产投资分析 24

- 六、进出口总额及增长率分析 32
- 第二节 2014-2015年中国比萨行业政策环境分析 36
 - 一、中国比萨特优政策 36
 - 二、国家食品卫生相关标准 37
- 第三节 2014-2015年中国比萨行业社会环境分析 50
 - 一、人口环境分析 50
 - 二、教育环境分析 52
 - 三、文化环境分析 54
 - 四、生态环境分析 57
- 第三章 2012-2013年中国比萨市场运行形势分析 59
- 第一节 2014年中国比萨市场发展综述 59
 - 一、中国比萨市场容量分析 59
 - 二、比格自助比萨进入重庆 59
 - 三、申城比萨巨头纷纷"放下身段"掀起价格战 60
- 第二节 2014年中国比萨市场价格分析 61
- 第三节 2014年中国比萨市场存在的问题分析 64
 - 一、不断上涨的燃料和奶酪价格 64
 - 二、比萨市场竞争的加剧 64
 - 三、如何影响奶酪的价格,销售额? 65
 - 四、比萨运营商——如何定位面临经济衰退? 66
 - 五、如何回应——比萨商人不断争论健康食品? 67
- 第四章 2013-2014年中国比萨市场运行动态分析 68
- 第一节 2013-2014年中国比萨市场运行总况 68
 - 一、德国冷冻比萨全面登陆北京市场 68
 - 二、必胜客从“比萨”专家到西式休闲餐饮专家的华丽转身 68
 - 三、棒约翰抢滩青岛比萨市场 70
- 第二节 2013-2014年中国比萨市场运行态势分析 71
 - 一、荣德宝比萨进军中国 71
 - 二、比萨巨头必胜客奥城店火爆经营 72
 - 三、品奇比萨对中国市场的投资分析 72
 - 四、全球著名比萨巨头抢滩无锡市场分析 73
- 第三节 全国比萨市场发展状况分析 73
 - 一、消费者亲睐“PIZZA”西餐走俏国内市场 73
 - 二、比萨各级市场发展情况 74
 - 1、一线城市 74

2、二线城市 75

3、三线城市 76

4、四线城市 76

第五章 2013-2014年中国比萨食品上、下游产业链分析 78

第一节 2013-2014年中国比萨上游行业发展状况分析 78

第二节 2013-2014年中国比萨下游消费者分析 83

一、比萨消费的地域差异 83

1、大城市与小城市的差异 83

2、东部地区与西部地区的差异 83

3、城市与农村的差异 84

二、比萨消费者的特征 85

三、比萨消费的基本动机 85

四、比萨消费者的类型 86

1、实惠型——学生、工薪阶层 86

2、品位型——白领、高收入者 86

3、商务型——上班族 86

4、情调型——情侣 86

5、怀旧型——外国人 86

五、消费者是培养出来的 87

1、必胜客培养比萨品类消费者 87

2、各品牌可以坐享其成 88

3、成功的品牌需要培养自己的消费者 88

第六章 2012-2013年中国比萨市场竞争格局分析 90

第一节 比萨产品市场地位分析 90

一、第一阵营：必胜客、棒约翰、好伦哥 90

二、第二阵营：达美乐、品奇、比格 90

三、第三阵营：区域性小品牌 90

第二节 六大品牌分析 90

一、分店数量与网点分布 9

2010-2014年必胜客、棒约翰、好伦哥在中国门店数量（单位：家）

年份

必胜客

棒约翰

好伦哥

2010年

510
155
85
2011年
625
172
100
2012年
1017
200
110
2013年
1264
202
135
2014年
1300
232
150

资料来源：智研咨询整理

作为国内最大的PIZZA连锁，必胜客早在几年前已经悄然深耕休闲西餐市场。2013年必胜客在国内门店数强劲增加了247家。2013年末，必胜客已拥有1264家门店，在过去三年，必胜客的门店数翻了一倍。2014年百胜在中国市场有4800家肯德基门店、1300家必胜客餐厅。

棒约翰发布的财报显示：2014年底公司海外门店总数达到1323家，当中中国市场数量为232家。好伦哥在国内30个城市拥有150家门店。达美乐（北京30家）、品奇、比格主要在我国一二线城市布店，目前也逐渐向三、四线城市发展。

2009-2014年棒约翰海外门店总数统计

资料来源：公开资料整理

2010-2014年达美乐、品奇、比格在中国门店数量（单位：家）

达美乐
品奇
比格

2010年

8

17

100

2011年

12

20

117

2012年

20

25

120

2013年

40

33

137

2014年

70

40

150

资料来源：智研咨询整理

二、品牌定位 92

三、消费者定位 93

三、价格对比 93

四、产品对比 94

四、服务项目对比 94

六、选址策略 95

七、特许经营 96

八、各品牌优势与劣势分析 98

第三节 北京比格，比萨业的奇葩 99

一、精准品牌定位，中档比萨业王者气势初现 99

二、巧妙选址，招招“打”向目标受众 100

三、星巴克式体验营销，占据心灵的实效行销 100

四、独到的会员制，迅速积累回头客资源 101

五、扩张版图注意节奏，稳步营销难能可贵 102

第四节 2012-2014年中国市场竞争策略分析	103
一、高举高打策略	103
二、替代策略	103
三、补隙策略	103
四、免费搭车策略	103
第五节 比萨的经营模式	104
一、休闲西餐——必胜客	104
二、低价自助——好伦哥、比格	104
三、比萨快餐——三角猫、必胜比萨站	105
四、比萨外卖店——必胜宅急送	106
五、加盟圈钱	106
第七章 2013-2014年中国比萨市场主要品牌企业运行竞争力分析	107
第一节 必胜客 (PIZZAHUT)	107
第二节 达美乐 (DOMINO'S)	109
第三节 棒！约翰 (PAPAJOHNS)	111
第四节 好伦哥 (ORIGOS)	112
第五节 比格 (BIGPIZZA)	113
第六节 品奇	114
第七节 欧爵比萨	116
第八章 2015-2020年中国比萨产品发展趋势预测分析	118
第一节 2015-2020年中国比萨市场的发展趋势	118
一、比萨逐渐走入寻常百姓家	118
二、竞争越来越激烈，市场集中度越来越高	118
三、二、三线城市成为投资热点	119
第二节 2015-2020年中国比萨产品市场供需预测分析	119
一、比萨产品市场供给预测分析	119
二、比萨产品需求预测分析	119
第三节 2015-2020年中国比萨产品市场盈利预测分析	120
第九章 2015-2020年中国比萨产品市场投资机会与风险分析	121
第一节 2015-2020年中国比萨产品市场投资机会分析	121
第二节 2015-2020年中国比萨产品投资方式的选择	121
一、自创品牌	121
二、加盟大品牌	121
三、加盟小品牌	122
四、三种投资方式对比	122

第三节 2015-2020年中国比萨产品基本投资原则 123

第四节 2015-2020年中国比萨产品不同市场的对策分析 124

一、一线城市 124

三、二、三线城市 124

三、四线城市 124

第五节 2015-2020年中国投资比萨的主要风险 125

一、竞争风险 125

二、决策风险 125

第六节 2015-2020年中国比萨产品投资成功的关键 125

第七节 2015-2020年中国比萨产品开发决策分析(ZY PXS) 126

一、追求产品质量 126

二、促进产品多元化发展 126

三、创造意义的营销信息、动态的促销活动 126

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/357203.html>