



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国休闲娱乐会所 市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国休闲娱乐会所市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/275957.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

国外人们对休闲产业的发展十分重视，如美国在20世纪50年代成立了户外娱乐资源审查委员会，60年代成立了国际休闲研究中心，70年代制定了《休闲宪章》。目前我国政府对休闲经济发展的公共政策支持系统还没有很好形成，而随着生活水平的不断提高，国民对休闲经济的需求日渐攀升，更加需要政府的扶持和全社会的关心。

未来国家会对我国休闲娱乐会所政策趋向进一步完善，相关产业政策的为我国休闲娱乐会所市场保驾护航。

随着人们生活水平的不断提高，工作节奏的加快，消费土增多，娱乐会所行业目前还处于一个高速反展的时期，不失为一个高利润行业；根据国际娱乐会所协会的统计，最近几年，全球娱乐会所产业呈现出惊人的快速成长，高达20%-30%的年发展率。娱乐会所行业在新加坡、中国、马来西亚、印尼等亚洲国家正在蓬勃发展，在越南和柬埔寨等相对落后的国家也开始认识到发展娱乐会所行业的好处。

2004年我国城镇居民家庭人均可支配收入为9,422元，到2014年增加至28,844元。2004年农村居民家庭人均纯收入为2,936元，到2014年增加至9,892元。2004-2014年城镇和农村居民人均可支配收入及增长趋势图 资料来源：国家统计局

休闲娱乐会所需求很旺，市场前景广阔，休闲娱乐消费不断增长，孕育了休闲娱乐会所市场消费的需求。

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，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展现状	1
第一章 休闲娱乐会所行业概述	1
第一节 娱乐业的介绍	1
一、娱乐业的定义	1
二、娱乐业的分类	1
三、娱乐消费的六种类型	1
四、娱乐业的经济地位和作用	3

娱乐业发达程度是衡量一个地区综合竞争力和现代化水平的重要标志。加快发展餐饮娱乐业是全面贯彻落实科学发展观和构建社会主义和谐社会的必然要求，是转变经济增长方式、有效化解资源环境约束、实现可持续发展的迫切需要，也是顺应经济国际化趋势、扩大对外开放的客观要求，对增加居民收入、培植地方财源、促进就业等方面具有重要作用。餐饮娱乐业作为服务业的重要组成部分，在不同程度的体现着一个地方的开放水平，思想解放程度。反映着一个地区的风土，人情和文化。

近年来，随着我国国民经济的快速发展，娱乐业的兴旺发展，对促进社会稳定起到了积极的作用。文化娱乐业作为文化发展的重要组成部分，担负着满足人们精神文化生活需求的重要功能，在精神文明和物质文明建设中发挥着十分重要的作用。

第二节 休闲娱乐会所业的概述 3

一、休闲娱乐会所的定义 3

二、休闲娱乐会所简单分类 4

三、休闲娱乐会所业的特点 4

四、休闲娱乐会所的经营形式 5

第三节 休闲娱乐会所的其他概念 7

一、休闲娱乐会所起源 7

二、我国休闲娱乐会所发展历程 7

三、现代休闲娱乐会所企业概述 8

四、休闲娱乐会所的作用与地位 8

五、休闲娱乐会所产业化的内涵 10

六、休闲娱乐会所业的发展规律 10

七、休闲娱乐会所的健康问题 11

八、休闲娱乐会所的概念 12

第二章 2014-2015年国际休闲娱乐会所行业发展现状分析 13

第一节 2014-2015年国际休闲娱乐会所行业概况 13

一、国际休闲娱乐会所行业发展历程 13

二、国际休闲娱乐会所行业发展面临的问题 13

三、国际休闲娱乐会所行业技术发展现状及趋势 14

第二节 2014-2015年国际休闲娱乐会所的发展状况 15

一、国际休闲娱乐会所现状分析 15

随着经济的发展，人们物质文化生活水平的提高，会所的项目不断得到改进、创新、应用

和推广，涉及的领域也会越来越广泛。从功能与特点来看，可以把会所的项目分为三类，即康体项目、消闲项目、娱乐项目。

会所项目种类的设置没有严格的界定或标准。不同物业的会所应根据自身的定位和目标客户，灵活确定设施设备的规格、数量、档次。

根据国际娱乐会所协会的统计，最近几年，全球娱乐会所产业呈现出惊人的快速成长，高达20%-30%的年发展率。在美国休闲旅游产业中，娱乐会所已连续3年发展率最高，每年大约有1500万人次美国人到娱乐会所时行消费；在欧洲，平均每年到娱乐会所消费的人次超过2000万。全球娱乐会所消费人口已达数十倍台湾人口数，晋身美国第四大休闲产业。娱乐会所行业在新加坡、中国、马来西亚、印尼等亚洲国家正在蓬勃发展，在越南和柬埔寨等相对落后的国家也开始认识到发展娱乐会所行业的好处。

世界旅游组织的研究成果表明，人均GDP达到3000美元左右是一个国家或地区休闲产业爆发式增长的临界点。目前，北京、上海、杭州、南京等一些区域性中心城市的人均地区生产总值均已经超过5000美元。部分发达地区将率先引领休闲度假产业的兴起，未来休闲产业的市场消费潜力巨大。

二、国际休闲娱乐会所发展趋势分析 16

三、国际休闲娱乐会所发展前景分析 17

第三节2014-2015年国际休闲娱乐会所的发展策略 17

一、国际休闲娱乐会所的制胜之道 17

二、国际休闲娱乐会所本土化发展 19

三、美式休闲娱乐会所的中国市场战略 21

第四节2014-2015年主要国家休闲娱乐会所行业发展借鉴 22

一、美国 22

二、英国 23

三、日本 24

第三章2014-2015年中国休闲娱乐会所行业发展现状分析 25

第一节2014-2015年中国休闲娱乐会所行业整体发展概况 25

一、2014-2015年娱乐业利润情况 25

二、娱乐业经营陷入困境 26

三、娱乐业服务水平状况 27

四、方便快捷的要求 27

第二节 我国休闲娱乐会所业市场发展的状况 27

一、我国休闲娱乐会所业起步和发展速度 27

二、我国休闲娱乐会所业经营主体 28

三、我国休闲娱乐会所业经营方式分析 28

休闲娱乐会所的经营模式分为：会员制会所、委托经营式会所、独立运营式会所、加盟运营型会所等。休闲娱乐会所主要经营经营模式 分类 简介 会员制会所 由专业的会所服务商为会所提供服务，业主购买“会员卡”进行消费，会所为会员所专有；且会员除享受本社区会所服务外，也可享受同一会员制体系下的其他会所所提供的资源 委托经营式会所 将会所经营委托给其他服务商，实现运营的社会化与市场化，接纳来自市场的公共消费。对业主保留、赋予优先权、优惠权，但否定或部分否定业主的无偿消费权 独立运营式会所 会所的独立运营商以专业的服务水准、独立的法律地位、自负盈亏的经济责任承接会所的运营 加盟运营型会所 即一个品牌有多个会所加盟，会员凭一张卡就可在多个不同类型、远近距离不等的会所享受优惠服务 资料来源：艾凯咨询网整理

四、我国休闲娱乐会所业服务领域分析 29

第三节2014-2015年我国休闲娱乐会所业市场发展分析 29

一、奥运会对休闲娱乐会所业市场发展的影响 29

二、2012-2015年休闲娱乐会所市场价格情况 31

三、2012-2015年休闲娱乐会所价格分析 31

四、2014-2015年休闲娱乐会所业成本问题分析 32

五、2016-2022年休闲娱乐会所产业发展潜力分析 33

第四节 中国休闲娱乐会所业市场形势分析 33

一、到2015年中国休闲娱乐会所业的市场发展态势 33

2014年底，我国休闲娱乐会所总量达到37051家，当中江苏省休闲娱乐会所数量为3167家，占全国总量的8.5%；四川省休闲娱乐会所数量为2961家，占比为8.0%。2014年我国休闲娱乐会所区域分布集中度 资料来源：艾凯咨询网整理 2014年底我国休闲娱乐会所区域分布统计表（个）

省份	休闲娱乐会所数
江苏省	3167
四川省	2961
浙江省	2736
广东省	2050
河南省	1882

湖南省 1764

安徽省 1749

山东省 1532

辽宁省 1453

上海市 1363

吉林省 1354

黑龙江省 1268

福建省 1215

湖北省 1160

重庆 1097

广西壮族自治区 1065

云南省 1055

新疆维吾尔自治区 1020

江西省 986

陕西省 871

甘肃省 848

内蒙古自治区 797

贵州省 778

河北省 626

北京 571

山西省 472

宁夏回族自治区 458

海南省 245

青海省 205

天津市 181

西藏自治区 122 资料来源：艾凯咨询网整理

二、休闲娱乐会所品牌以集群形式发展态势 36

三、休闲娱乐会所的休闲化发展趋势 36

第五节2014-2015年中国休闲娱乐会所行业市场消费者调查分析 39

一、消费者对国际休闲娱乐会所的偏好程度分析 39

二、消费者对国际休闲娱乐会所就餐形式的选择 41

三、消费者到国际休闲娱乐会所消费的周期 42

四、消费者中去国际休闲娱乐会所消费的金额 43

五、消费者对休闲娱乐会所的满意情况和抱怨因素 44

六、消费者最喜欢的休闲娱乐会所品牌 45

七、消费者选择休闲娱乐会所的决定因素 45

第四章 我国休闲娱乐会所市场发展分析 46

第一节 休闲娱乐会所市标准化分析	46
一、休闲娱乐会所产业化、标准化情况	46
二、休闲娱乐会所标准化问题及其影响	46
三、休闲娱乐会所市场标准化发展策略	47
第二节 休闲娱乐会所市场发展状况	48
一、2014-2015年休闲娱乐会所市场发展情况	48
二、休闲娱乐会所发展的有利因素	49
三、休闲娱乐会所发展制约因素	49
四、休闲娱乐会所的全球化发展	50
第三节 休闲娱乐会所发展前景和机遇	51
一、休闲娱乐会所长期发展前景分析	51
二、2016-2022年休闲娱乐会所市场前景	51
三、休闲娱乐会所发展的新机遇	52
第五章 2014-2015年休闲娱乐会所深度调研	53
第一节 现状分析	53
一、休闲娱乐会所特色	53
二、休闲娱乐会所装修装饰风格	56
三、休闲娱乐会所经营及前期投入	57
四、休闲娱乐会所经营模式	61
五、休闲娱乐会所利润	63
第二节 现有休闲娱乐会所调研	63
一、休闲娱乐会所企业经营情况	63
二、休闲娱乐会所行业门店数	64
三、休闲娱乐会所行业营业面积	64
四、休闲娱乐会所行业从业人员	64
五、休闲娱乐会所行业餐位数	64
六、休闲娱乐会所行业商品购进总额	65
七、休闲娱乐会所行业统一配送商品购进额	65
八、休闲娱乐会所行业自由配送中心配送商品购进额	65
九、休闲娱乐会所行业非自由配送中心配送商品购进额	65
十、休闲娱乐会所行业营业收入	66

第六章 2014-2015年我国休闲娱乐会所行业区域市场分析 67

第一节 北京市 67

- 一、休闲娱乐会所行业现状 67
- 二、休闲娱乐会所市场格局 67
- 三、休闲娱乐会所消费者分析 68
- 四、休闲娱乐会所行业发展趋势 69

第二节 上海市 72

- 一、休闲娱乐会所行业现状 72
- 二、休闲娱乐会所市场格局 72
- 三、休闲娱乐会所消费者分析 72
- 四、休闲娱乐会所行业发展趋势 74

第三节 广州市 74

- 一、休闲娱乐会所行业现状 74
- 二、休闲娱乐会所市场格局 76
- 三、休闲娱乐会所消费者分析 76
- 四、休闲娱乐会所行业发展趋势 77

第四节 深圳市 78

- 一、休闲娱乐会所行业现状 78
- 二、休闲娱乐会所市场格局 79
- 三、休闲娱乐会所消费者分析 80
- 四、休闲娱乐会所行业发展趋势 82

第五节 成都市 82

- 一、休闲娱乐会所行业现状 82
- 二、休闲娱乐会所市场格局 83
- 三、休闲娱乐会所消费者分析 83
- 四、休闲娱乐会所行业发展趋势 85

第七章 2014-2015年休闲娱乐会所业的经营管理 86

第一节 休闲娱乐会所业经营管理概况 86

- 一、休闲娱乐会所经营自身模式建立的探索 86
- 二、休闲娱乐会所业的员工管理方案探析 87

三、休闲娱乐会所经营的关键准备	87
第二节 休闲娱乐会所业的选址模式剖析	90
一、休闲娱乐会所选址中应当考虑的因素	90
二、休闲娱乐会所选址应遵循的基本原则	90
三、休闲娱乐会所选址的模式及方法运用	91
四、国际休闲娱乐会所加盟店的选址	94
第三节 休闲娱乐会所经营的商圈分析	95
一、商圈的一般性原则	95
二、娱乐业商圈的特殊性	95
三、肯德基商圈策略的借鉴	96
四、休闲娱乐会所企业扩张过程中商圈情况分析	97
五、商圈内休闲娱乐会所单店取得相对竞争优势策略	98
第四节 休闲娱乐会所业顾客关系管理研究	98
一、顾客关系管理概念	98
二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素	99
三、顾客需求信息的管理	100
四、顾客关系管理的对策建议	101
第八章 2014-2015年休闲娱乐会所信息化分析	104
第一节 休闲娱乐会所业的信息化的信息化	104
一、休闲娱乐会所企业实施信息化的原则	104
二、休闲娱乐会所企业信息化平台的选择	105
三、信息化对休闲娱乐会所企业的利益回报	106
四、发展休闲娱乐会所信息化的软件与技术	108
五、影响休闲娱乐会所企业信息系统建设因素	108
六、休闲娱乐会所信息化管理的三大趋势	111
第二节 2014-2015年休闲娱乐会所信息化分析	111
一、休闲娱乐会所信息化的模式	111
二、休闲娱乐会所传统方式制约信息化发展	113
三、休闲娱乐会所企业的信息化管理	113
四、休闲娱乐会所信息化解决方案	115
五、休闲娱乐会所信息化建议	115

第三节 休闲娱乐会所企业信息技术的运用分析	116
一、休闲娱乐会所业信息化技术应用概述	116
二、信息网络技术对休闲娱乐会所业的必要性	117
三、先进信息技术运用促进现代化休闲娱乐会所业发展	118
四、信息技术应用于休闲娱乐会所业的策略	118
第四节 休闲娱乐会所信息化集团管理	120
一、集团管理系统的组成	120
二、集团连锁信息化的目标	120
三、远程查询子系统	120
四、连锁管理子系统	121
五、集团管理方案的实施	122
第二部分 行业竞争格局	124
第九章 2014-2015年休闲娱乐会所行业竞争分析	124
第一节 休闲娱乐会所业竞争分析	124
一、中国休闲娱乐会所业竞争格局	124
二、2014-2015年休闲娱乐会所企业竞争优势分析	125
三、休闲娱乐会所行业中国际竞争现状	128
四、2014-2015年外企早餐市场竞争动态	130
五、2014-2015年中外企业休闲娱乐会所市场竞争分析	131
第二节 2014-2015年休闲娱乐会所竞争分析	133
一、2014年休闲娱乐会所市场竞争情况分析	133
二、2015年休闲娱乐会所市场竞争形势分析	134
第三节 2016-2022年中国休闲娱乐会所行业竞争分析及预测	136
一、2016-2022年集中度分析及预测	136
二、2016-2022年SWOT分析及预测	138
三、2016-2022年进入退出状况分析及预测	139
四、2016-2022年生命周期分析及预测	140
第十章 休闲娱乐会所企业竞争策略分析	142
第一节 休闲娱乐会所市场竞争策略分析	142
一、2014-2015年休闲娱乐会所市场增长潜力分析	142

二、2014-2015年休闲娱乐会所主要潜力品种分析	143
三、现有休闲娱乐会所竞争策略分析	144
四、休闲娱乐会所潜力品种竞争策略选择	145
五、典型企业品种竞争策略分析	147
第二节 休闲娱乐会所企业竞争策略分析	149
一、欧债危机对休闲娱乐会所行业竞争格局的影响	149
二、欧债危机后休闲娱乐会所行业竞争格局的变化	150
三、2016-2022年我国休闲娱乐会所市场竞争趋势	151
四、2016-2022年休闲娱乐会所行业竞争格局展望	151
五、2016-2022年休闲娱乐会所行业竞争策略分析	152
六、2016-2022年休闲娱乐会所企业竞争策略分析	154
第十一章 2014-2015年休闲娱乐会所重点企业竞争分析	156
第一节 大唐国际娱乐会所	156
一、企业概况	156
二、竞争优势分析	156
三、2014-2015年经营状况	157
四、2016-2022年发展战略	158
第二节 帝豪国际娱乐会所	158
一、企业概况	158
二、竞争优势分析	159
三、2014-2015年经营状况	159
四、2016-2022年发展战略	160
第三节 英皇国际娱乐会所	161
一、企业概况	161
二、竞争优势分析	161
三、2014-2015年经营状况	161
四、2016-2022年发展战略	162
第四节 皇冠国际娱乐会所	163
一、企业概况	163
二、竞争优势分析	163
三、2014-2015年经营状况	163

四、2016-2022年发展战略	165
第五节 西安国会娱乐会所	165
一、企业概况	165
二、竞争优势分析	165
三、2014-2015年经营状况	166
四、2016-2022年发展战略	167
第六节 国樽娱乐会所	167
一、企业概况	167
二、竞争优势分析	167
三、2014-2015年经营状况	168
四、2016-2022年发展战略	169
第七节 天都国际娱乐会所	169
一、企业概况	169
二、竞争优势分析	170
三、2014-2015年经营状况	170
四、2016-2022年发展战略	171
第八节 国汇国际娱乐会所	171
一、企业概况	171
二、竞争优势分析	172
三、2014-2015年经营状况	172
四、2016-2022年发展战略	174
第九节 长沙富丽华国海娱乐会所	174
一、企业概况	174
二、竞争优势分析	174
三、2014-2015年经营状况	175
四、2016-2022年发展战略	176
第十节 无锡永利国际娱乐会所	176
一、企业概况	176
二、竞争优势分析	176
三、2014-2015年经营状况	177
四、2016-2022年发展战略	178
第十一节 国汇商务娱乐会所	178

一、企业概况	178
二、竞争优势分析	179
三、2014-2015年经营状况	179
四、2016-2022年发展战略	180
第三部分 行业前景预测	181
第十二章 2016-2022年休闲娱乐会所业发展趋势分析	181
第一节 我国休闲娱乐会所业的发展预测	181
一、2016-2022年休闲娱乐会所业的发展走势	181
二、2016-2022年休闲娱乐会所业消费发展预测	182
三、2016-2022年休闲娱乐会所业的市场发展预测	182
四、2016-2022年休闲娱乐会所业的机遇发展预测	183
五、2016-2022年中国休闲娱乐会所业发展预测	184
第二节 我国休闲娱乐会所行业发展趋势分析	185
一、我国休闲娱乐会所业发展的趋势及对策	185
二、中国休闲娱乐会所行业发展趋势	185
三、2016-2022年我国休闲娱乐会所行业市场规模预测	189
四、2016-2022年休闲娱乐会所食品行业发展趋势	189
第三节 2016-2022年休闲娱乐会所市场发展趋势分析	190
一、国内休闲娱乐会所市场竞争趋势	190
二、休闲娱乐会所标准化发展趋势	191

随着我国娱乐业的发展，娱乐消费经历了从解围型、粗放型到如今进入追求娱乐质量与环境品位的新阶段。人们从传统消费模式逐渐转变为“文化消费信息服务”的模式。消费者享受的不仅是物质上的娱乐，更是精神上的娱乐。于是，娱乐也由原先的“单纯空间物质环境”向“环境与文化内涵并重”的多功能现代化娱乐转型。

与经济息息相关的会所业在经济发展迅猛的繁华都市，出现了一种较为极端的高级商业会所俱乐部——金字塔顶端的高级商业会所。

国内最早的一家会所“皇家俱乐部”成立于1990年，由境外投资，引进国外高档俱乐部的经营与管理模式。1994年，北京出现了会员制俱乐部：长安俱乐部、京城俱乐部。他们的特点是在城市的中心位置，俱乐部内豪华、高档，休闲娱乐一应俱全。当时的富有者为了生意上的需求多在此结交朋友，这里成为了真正的商业俱乐部，并多以商务会员为主。1996年至1997年，以俱乐部为主的会所开始转型，大型的高档社区出现了私家会所，会所的设计以

及经营管理方面受港式会所的影响较大。

竞争者趋势发展分析

1、提供多元化服务

由于娱乐会所属于娱乐事业，与流行息息相关，而且消费者的需求日益复杂，除在意装潢格调、音响质量、伴唱带质量、餐饮口味服务外，业者必须经常调整营业内容及设施，提供各种不同的娱乐服务给消费者，如可上网、看电视、玩网络游戏等，以满足消费者欢乐及新鲜的心理需求。

2、建立透明良好形象

由于市场上娱乐会所众多且消费者意识抬头，因此在选择时，具有良好形象及合法执照的会所较能获得青睐。另外，前几年公共意外频传，消费者在选择店家欢唱之际，安全性的考虑就占了很大的比重，因此业者必须加强安全消防措施的设置，提供一个让消费者可以安心消费的休闲场所。

3、结合科技发展

随着科技日新月异，应发展新技术以改进服务质量，也可以提供交互式服务，消费者可以直接点选服务项目，减少服务人员进出干扰。另外，引进更先进的视听设备，包括无线麦克风、3D立体环绕音响喇叭等，使消费者可以享受到更好的服务。

三、休闲娱乐会所产业化进程趋势 191

四、休闲娱乐会所市场发展趋势 192

五、休闲娱乐会所企业联合发展趋势 192

第十三章 2016-2022年休闲娱乐会所行业发展预测 193

第一节 2016-2022年休闲娱乐会所市场趋势分析 193

一、2012-2013年休闲娱乐会所市场趋势总结 193

二、2016-2022年休闲娱乐会所发展趋势分析 193

三、2016-2022年休闲娱乐会所市场发展空间 193

四、2016-2022年休闲娱乐会所产业政策趋向 194

五、2016-2022年休闲娱乐会所价格走势分析 194

第二节 2016-2022年休闲娱乐会所市场预测 194

一、2016-2022年休闲娱乐会所市场结构预测 194

二、2016-2022年休闲娱乐会所市场需求前景 195

三、2016-2022年休闲娱乐会所市场价格预测 195

四、2016-2022年休闲娱乐会所行业集中度预测 196

第四部分 投资战略研究	197
第十四章 2014-2015年休闲娱乐会所行业投资现状分析	197
第一节 2014年休闲娱乐会所行业投资情况分析	197
一、2014年总体投资及结构	197
二、2014年投资规模情况	197
三、2014年投资增速情况	197
四、2014年分行业投资分析	197
五、2014年分地区投资分析	198
六、2014年外商投资情况	198
第二节 2015年休闲娱乐会所行业投资情况分析	198
一、2015年总体投资及结构	198
二、2015年投资规模情况	199
三、2015年投资增速情况	199
四、2015年分行业投资分析	199
五、2015年分地区投资分析	199
六、2015年外商投资情况	200
第十五章 休闲娱乐会所行业投资环境分析	201
第一节 经济发展环境分析	201
一、2014年我国宏观经济运行情况	201
二、2015年我国宏观经济形势分析	201
三、2016-2022年投资趋势及其影响预测	202
第二节 政策法规环境分析	204
一、2014-2015年休闲娱乐会所行业政策环境	204
二、2014-2015年国内宏观政策对其影响	219
三、2014-2015年行业产业政策对其影响	220
第三节 社会发展环境分析	220
一、国内社会环境发展现状	220
二、2014-2015年社会环境发展分析	221
三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析	225

第十六章 2016-2022年休闲娱乐会所行业投资机会与风险	226
第一节 休闲娱乐会所行业投资效益分析	226
一、2014-2015年休闲娱乐会所行业投资状况分析	226
二、2016-2022年休闲娱乐会所行业投资效益分析	226
三、2016-2022年休闲娱乐会所行业投资趋势预测	227
四、2016-2022年休闲娱乐会所行业的投资方向	227
五、2016-2022年休闲娱乐会所行业投资的建议	228
六、新进入者应注意的障碍因素分析	231
第二节 影响休闲娱乐会所行业发展的主要因素	232
一、2016-2022年影响休闲娱乐会所行业运行的有利因素分析	232
二、2016-2022年影响休闲娱乐会所行业运行的稳定因素分析	234
三、2016-2022年影响休闲娱乐会所行业运行的不利因素分析	234
四、2016-2022年我国休闲娱乐会所行业发展面临的挑战分析	235
五、2016-2022年我国休闲娱乐会所行业发展面临的机遇分析	236
第三节 休闲娱乐会所行业投资风险及控制策略分析	236
一、2016-2022年休闲娱乐会所行业市场风险及控制策略	236
二、2016-2022年休闲娱乐会所行业政策风险及控制策略	237
三、2016-2022年休闲娱乐会所行业经营风险及控制策略	237
四、2016-2022年休闲娱乐会所同业竞争风险及控制策略	238
五、2016-2022年休闲娱乐会所行业其他风险及控制策略	238
第十七章 2016-2022年休闲娱乐会所行业投资战略研究	239
第一节 休闲娱乐会所行业发展战略研究	239
一、战略综合规划	239
二、业务组合战略	239
三、区域战略规划	240
四、产业战略规划	240
五、营销品牌战略	240
六、竞争战略规划	242
第二节 对休闲娱乐会所品牌的战略思考	245
一、企业品牌的重要性	245
二、休闲娱乐会所实施品牌战略的意义	248

三、休闲娱乐会所企业品牌的现状分析	248
四、休闲娱乐会所企业的品牌战略	249
五、休闲娱乐会所品牌战略管理的策略	250
第三节 休闲娱乐会所行业投资战略研究	251
第十八章 2016-2022年休闲娱乐会所业发展策略分析	254
第一节 休闲娱乐会所行业发展策略	254
一、市场定位和本质特征的坚持策略	254
二、标准化、工厂化、规模化和科学化目标的树立策略	255
三、开拓创新策略	255
四、连锁扩张策略分析	257
五、特许连锁同直营连锁共同发展策略分析	258
六、规模效益策略分析	260
七、人才策略分析	261
第二节 休闲娱乐会所行业中小企业发展战略	262
一、企业的战略规划	262
二、市场竞争策略	263
三、战略实施程度	264
第三节 休闲娱乐会所发展策略	265
一、产品开发策略	265
二、连锁经营策略	267
三、促销策略	269
四、休闲娱乐会所企业发展壮大策略	272
第十九章 2016-2022年中国休闲娱乐会所选址策略研究	274
第一节 商圈调查	274
一、商圈调查	274
二、确定客户群	275
三、同行业竞争分析	276
第二节 店面选择	277
一、地段评估	277
二、寻租店面要点	278

三、选址案例	278
第三节 签订租赁合同	283
一、租赁合同的主要内容	283
二、签订租赁合同注意事项	284
三、和业主合作的方式	285
第二十章 2016-2022年中国休闲娱乐会所筹备策略研究	287
第一节 休闲娱乐会所规划	287
一、营业额计划	287
二、商品计划	288
三、采购计划	288
四、促销计划	289
五、人员计划	290
六、经费计划	290
七、财务计划	291
第二节 休闲娱乐会所设计	292
一、休闲娱乐会所整体设计风格	292
二、门面与招牌设计	292
三、装修与装饰	293
四、色彩设计	293
第三节 证照办理	294
一、如何办理证照	294
二、休闲娱乐会所要办理的几个证照	294

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275957.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。