

2021年中国新式茶饮市场调研报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国新式茶饮市场调研报告-市场运营态势与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/533310533310.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

新式茶饮是采用上等茶叶，辅以不同萃取方式提取的浓缩液为原料，并加入新鲜牛奶、进口奶油、天然动物奶油或各类新鲜水果调制而成的饮品。按照制作方式划分，新式茶饮可分为奶茶、水果茶、奶盖茶、纯茶等。目前我国新式茶饮市场以水果茶和奶盖茶为主。

新式茶饮分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国新式茶饮行业市场规模为978亿元，较上年同比增长83.1%；2020年，我国新式茶饮行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2017-2020年我国新式茶饮行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 近年来，人们越来越注重食品的健康和品质。为迎合消费者，奶茶行业开始注重提升品质，新式茶饮逐步朝精品化方向迈进。新式茶饮的精品化主要体现在更加健康的原料；更加丰富的种类；更加专业的制作工艺；更加舒适的店面装修四个方面。

更加健康的原料：新式茶饮店铺使用的原料由碎末、茶渣向高品质茶叶转变，并添加新鲜牛奶、进口奶油、天然动物奶油等新鲜材料代替奶精。

更加丰富的种类：新式茶饮品类不断丰富，如新式茶饮品牌开始在茶饮中加入各类新鲜水果，以开发出不同品类的水果茶，满足不同人群的消费需求。

更加专业的制作工艺：萃取设备方面，使用专业的萃取设备，实现茶叶萃取过程的标准化管理，避免传统手工制作低效且难以保持口感一致性的缺点。萃取工艺方面，除传统的热泡方式以外，还引入了冷泡、真空高压萃取等方式。其中冷泡的制作方式不仅可以减少茶涩的口感，还可减少茶单宁酸的释放，有利于保护肠胃。

更加舒适的店面装修：新式茶饮门店普遍把单店面积从15至20平方米扩大到80至350平方米。在装修风格上，部分新式茶饮连锁店由原先的统一风格改为“标准店+主题店”的形式，用优质产品和舒适环境的完美结合来为顾客提供舒适的消费体验。

新式茶饮精品化发展特点 数据来源：公开资料整理

(2) 新媒体营销对新式茶饮行业的发展产生巨大的促进作用。受益于互联网的快速发展，营销手段由投放电视广告、纸质广告等传统营销方式逐渐转向网络营销、知名博主推荐等新媒体营销方式。为顺应这一趋势，新式茶饮店普遍采用新媒体营销的方式。如通过大众点评、微信公众号、官方微博等平台推送最新的产品、优惠活动以及互动留言，并针对顾客提出的意见做出反馈，极大提升顾客购买后的满意度；邀请网络红人、或美食达人提前对门店新品进行品鉴，撰写产品体验，提升品牌知名度；采用饥饿营销的方式，消费者需排队数小时才可购买到茶饮，消费者对产品拍照发微博、朋友圈等行为无形帮助品牌高效宣传，同时提升了消费者自身的满足感，也带来了更多的潜在消费者。

新式茶饮行业新媒体营销方式及其作用

营销手段

作用

通过大众点评、微信公众号、官方微博等平台推送最新的产品、优惠活动以及互动留言，并针对顾客提出的意见做出反馈

极大提升顾客购买后的满意度

邀请网络红人、或美食达人提前对门店新品进行品鉴，撰写产品体验，

提升品牌知名度

采用饥饿营销的方式，消费者需排队数小时才可购买到茶饮

消费者对产品拍照发微博、朋友圈等行为无形帮助品牌高效宣传，同时提升了消费者自身的满足感，也带来了更多的潜在消费者。数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 同质化严重：新式茶饮行业进入门槛和产品开发难度较低,业内品牌相互模仿的情况较为普遍，导致产品同质化严重，缺乏特点和创新力。各大品牌在产品种类、选址和经营思路方面相似,逐渐出现产品用料和功能极度相似、品牌风格雷同的情况。

(2) 山寨、仿制茶层出不穷：新式茶饮企业通常对知识产权的保护意识较为薄弱，一些商家在创业初之为打响名气、增加销售量，往往会选择与现有品牌相似的名称。山寨、仿制茶削弱了原茶饮品牌影响力的同时，也侵犯了消费者的合法权益，不利于新式茶饮行业的良性发展。

新式茶饮行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 政策支持：得益于国家对食品产业的支持和监管，新式茶饮行业逐渐壮大，并朝着可持续方向不断发展。

支持政策方面：如2016年3月，国务院在《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》中提出要实施食品安全战略，完善食品安全法律法规，提高食品安全标准，强化源头治理，全面落实企业主体责任，实施网络化监管，提高监督检查频次和抽检监测覆盖面，实施全产业链可追溯管理；2017年2月，国务院在《“十三五”国家食品安全规划》中提出对食用农产品提出全过程监管、全链条追溯等要求,要求严格落实食品药品生产、经营、使用、检测、监管等各环节安全责任;《规划》要求对获得许可证的餐饮服务单位全面推行“明厨亮灶”，进一步强化监管、震慑违法行为势在必行。

监管政策方面：如2018年4月，国家市场监督管理总局制定《餐饮服务明厨亮灶工作指导意见》，鼓励餐饮服务提供者实施明厨亮灶工程，鼓励餐饮服务提供者将视频信息上传至网络平台，同时规定上传至网络的视频信息保存不少于7天,并对实雄明厨亮灶工程相关视频设备提出要求；2018年12月，全国人民代表大会在《中华人民共和国食品安全法》(2018年修正)中提出餐饮业实施食品生产和贸易许可制度,从事食品生产、食品销售或餐饮服务的人员应当按照《食品安全法》取得许可证。

我国新式茶饮行业相关政策

层面

颁布时间

政策名称

颁布主体

主要内容

支持政策

2017.02

《“十三五”国家食品安全规划》

国务院

对食用农产品提出全过程监管、全链条追溯等要求,要求严格落实食品药品生产、经营、使用、检测、监管等各环节安全责任;《规划》要求对获得许可证的餐饮服务单位全面推行“明厨亮灶”,进一步强化监管、震慑违法行为势在必行

2016.03

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

国务院

提出要实施食品安全战略,完善食品安全法律法规,提高食品安全标准,强化源头治理,全面落实企业主体责任,实施网络化监管,提高监督检查频次和抽检监测覆盖面,实施全产业链可追溯管理

2011.12

《食品工业“十二五”发展规划》

国家发展和改革委员会、工业和信息化部

提出要加快食品工业结构调整,促进产业转型升级,建设具有中国特色的现代食品工业体系,实现持续健康发展。《规划》还特别指出要加强自主品牌建设,支持优势品牌企业跨地区兼并重组、技术改造和创新能力建设,推动产业整合,提高产业集中度,增强品牌企业实力

2011.12

《饮料行业“十二五”发展规划建议》

饮料工业协会

指出中国饮料行业发展潜力巨大,竞争将逐渐升级,“补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力”。同时,《建议》还提出未来饮料企业的竞争将更多体现在企业美誉度、品牌亲和力、食品安全、产品质量、产品特质、渠道渗透、广告投入等方面

监管政策

2018.12

《中华人民共和国食品安全法》(2018年修正)

全国人民代表大会

餐饮业实施食品生产和贸易许可制度,从事食品生产、食品销售或餐饮服务的人员应当按照《食品安全法》取得许可证

2018.04

《餐饮服务明厨亮灶工作指导意见》

国家市场监督管理总局

鼓励餐饮服务提供者实施明厨亮灶工程,鼓励餐饮服务提供者将视频信息上传至网络平台,同时规定上传至网络的视频信息保存不少于7天,并对实施明厨亮灶工程相关视频设备提出要求

2018.01

《网络餐饮服务提供食品安全监督管理办法》

国家食品药品监督管理总局

网上餐饮服务提供者应当有自己的实体店,依法取得食品经营许可证,开按照自己的食品所规定的经营方式和经营项目开展经营活动

2017.11

《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》

国家食品药品监督管理总局

规定了“线上线下一致”原则、平台和入网餐饮服务提供者义务、送餐人员和送餐过程要求、开展网络餐饮服务食品安全监测、与地方性法规和其他规章的衔接等内容

2017.05

《餐饮服务经营者食品安全管理制度》

国家食品药品监督管理总局

按照《中华人民共和国食品安全法》、《食品安全国家标准管理方法》等规定,以食品安全风险评估结果为依据,要在全国范围内深入调查研究,广泛征求监管部门技术机构、行业协会、企业、专家和消费者等各方意见。确保标准科学性、合理性

2015.10

《食品生产许可管理方法》

国家食品药品监督管理总局

食品生产许可证超过有效期限、被撤回、被吊销或者被撤销的,食品生产者应依法办理食品生产许可证注销手续;未办理注销手续继续开展食品生产活动的,视为未取得食品生产许可证从事食品生产违法行为

2015.10

《食品经营许可管理方法》

国家食品药品监督管理总局

从事食品销售和餐饮活动。应当依法取得食品经营许可证,国家食品药品监督管理总局负责监督指导全国食品经营许可管理工作数据来源:公开资料整理

(2) 资本投入：2015年以来，新式茶饮行业持续升温，不少新式茶饮品牌受到了资本市场的青睐，如喜茶、奈雪D茶、因味茶、乐乐茶等为代表的新式茶饮品牌均获得了过亿融资。资本的注入促使茶饮品牌将更多的精力聚焦在高品质茶饮的开发，提供更优质的服务，打造精品茶饮品牌，同时也提高了新式茶饮行业的标准化程度,加速了新式茶饮连锁的布局速度，加快了整个新式茶饮行业的发展。

2016年8月-2019年2月我国新式茶饮行业主要投融资事件一览

品牌名称

轮次

时间

融资金额

投资方

喜茶

A轮

2016.08.22

1亿元人民币

IDG资本，何伯权

B轮

2018.04.25

4亿元人民币

龙珠资本

奈雪の茶

A轮

2017.02.17

1亿元人民币

天图资本

A+轮

2018.03.19

数亿元人民币

天图资本

因味茶

A轮

2015.12.01

5亿元人民币

刘强东

乐乐茶

Pre-A轮

2019.04.03

2亿元人民币

祥峰投资领投，致君水滴、普思资本、众海投资、汉能创投、如川资本跟投

关茶

天使轮

2016.08.19

300万元人民币

峰瑞资本，李康林

Pre-A轮

2017.03.08

1000万元人民币

峰瑞资本，李康林

A轮

2018.08.15

数千万元人民币

顺为资本领投、华映资本跟投

茶煮

天使轮

2016.05.01

未披露

未披露

Pre-A轮

2018.03.12

数千万元人民币

龙品锡资本

A轮

2018.11.01

未披露

龙品锡乾元创投

煮叶

天使轮

2016.05.30

未披露

未披露

Pre-A轮

2018.04.12

数千万元人民币

达晨创投

A轮

2019.02.18

数千万元人民币

动域资本领投，达晨创投跟投数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 行业竞争加剧：新式茶饮的快速发展吸引了其他食品企业入局抢占市场。如麦当劳、肯德基等快餐品牌也开始在菜单里面加入茶饮系列产品，王老吉开设线下现泡茶概念店，三只松鼠开设“水+轻食”综合店，呷哺呷哺在36家火锅门店引入茶铺，主打台式手摇茶。随着行业竞争加剧，部分竞争力弱的新式茶饮品牌面临收入下降及倒闭风险。

(2) 食品安全问题频发：新式茶饮行业食品安全问题频发，引起了消费者对新式茶饮食品安全的信任危机，阻碍行业发展。如2019年5月29日，有顾客在某新式茶饮品牌外送的饮品中喝出苍蝇。在经过相关部门到店卫生检查之后，确认存在卫生问题，并开具了停业整改通知书；2019年6月13日，在收到市民投诉后，深圳市市场监管部门对某新式茶饮品牌门店进行突击检查，执法人员发现，该店制作茶饮的操作台正对店门，属于半开放区域，与该店收银台处于同一空间，而负责收银的工作人员并未佩戴口罩，不符合《餐饮服务食品安全操作规范》中餐饮员工在操作时必须佩戴口罩的规定，且用来存放面包成品的储藏柜玻璃柜门存在无法完全锁闭的情况。执法人员表示，如果食品长期存放在无法闭合的储藏柜内，极易在高温情况下变质，存在安全隐患。

威胁我国新式茶饮行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国新式茶饮市场调研报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协

会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国新式茶饮行业发展概述

第一节 新式茶饮行业发展情况概述

- 一、新式茶饮行业相关定义
- 二、新式茶饮行业基本情况介绍
- 三、新式茶饮行业发展特点分析
- 四、新式茶饮行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、新式茶饮行业需求主体分析

第二节 中国新式茶饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、新式茶饮行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国新式茶饮行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国新式茶饮行业生命周期分析

- 一、新式茶饮行业生命周期理论概述

二、新式茶饮行业所属的生命周期分析

第四节 新式茶饮行业经济指标分析

- 一、新式茶饮行业的赢利性分析
- 二、新式茶饮行业的经济周期分析
- 三、新式茶饮行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新式茶饮行业进入壁垒分析

- 一、新式茶饮行业资金壁垒分析
- 二、新式茶饮行业技术壁垒分析
- 三、新式茶饮行业人才壁垒分析
- 四、新式茶饮行业品牌壁垒分析
- 五、新式茶饮行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球新式茶饮行业市场发展现状分析

第一节 全球新式茶饮行业发展历程回顾

第二节 全球新式茶饮行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新式茶饮行业地区市场分析

- 一、亚洲新式茶饮行业市场现状分析
- 二、亚洲新式茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲新式茶饮行业市场前景分析

第四节 北美新式茶饮行业地区市场分析

- 一、北美新式茶饮行业市场现状分析
- 二、北美新式茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新式茶饮行业市场前景分析

第五节 欧洲新式茶饮行业地区市场分析

- 一、欧洲新式茶饮行业市场现状分析
- 二、欧洲新式茶饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲新式茶饮行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界新式茶饮行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球新式茶饮行业市场规模预测

第三章 中国新式茶饮产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品新式茶饮总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国新式茶饮行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国新式茶饮产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国新式茶饮行业运行情况

第一节 中国新式茶饮行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国新式茶饮行业市场规模分析

第三节 中国新式茶饮行业供应情况分析

第四节 中国新式茶饮行业需求情况分析

第五节 我国新式茶饮行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国新式茶饮行业供需平衡分析

第七节 中国新式茶饮行业发展趋势分析

第五章 中国新式茶饮所属行业运行数据监测

第一节 中国新式茶饮所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国新式茶饮所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国新式茶饮所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国新式茶饮市场格局分析

第一节 中国新式茶饮行业竞争现状分析

一、中国新式茶饮行业竞争情况分析

二、中国新式茶饮行业主要品牌分析

第二节 中国新式茶饮行业集中度分析

一、中国新式茶饮行业市场集中度影响因素分析

二、中国新式茶饮行业市场集中度分析

第三节 中国新式茶饮行业存在的问题

第四节 中国新式茶饮行业解决问题的策略分析

第五节 中国新式茶饮行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国新式茶饮行业需求特点与动态分析

第一节 中国新式茶饮行业消费市场动态情况

第二节 中国新式茶饮行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 新式茶饮行业成本结构分析

第四节 新式茶饮行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国新式茶饮行业价格现状分析

第六节 中国新式茶饮行业平均价格走势预测

一、中国新式茶饮行业价格影响因素

二、中国新式茶饮行业平均价格走势预测

三、中国新式茶饮行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国新式茶饮行业区域市场现状分析

第一节 中国新式茶饮行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新式茶饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新式茶饮市场规模分析

四、华东地区新式茶饮市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区新式茶饮市场规模分析

四、华中地区新式茶饮市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区新式茶饮市场规模分析

四、华南地区新式茶饮市场规模预测

第九章 2017-2020年中国新式茶饮行业竞争情况

第一节 中国新式茶饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国新式茶饮行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国新式茶饮行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 新式茶饮行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展前景分析与预测

第一节 中国新式茶饮行业未来发展前景分析

一、新式茶饮行业国内投资环境分析

二、中国新式茶饮行业市场机会分析

三、中国新式茶饮行业投资增速预测

第二节 中国新式茶饮行业未来发展趋势预测

第三节 中国新式茶饮行业市场发展预测

一、中国新式茶饮行业市场规模预测

二、中国新式茶饮行业市场规模增速预测

三、中国新式茶饮行业产值规模预测

四、中国新式茶饮行业产值增速预测

五、中国新式茶饮行业供需情况预测

第四节 中国新式茶饮行业盈利走势预测

一、中国新式茶饮行业毛利润同比增速预测

二、中国新式茶饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新式茶饮行业投资风险与营销分析

第一节 新式茶饮行业投资风险分析

一、新式茶饮行业政策风险分析

二、新式茶饮行业技术风险分析

三、新式茶饮行业竞争风险

四、新式茶饮行业其他风险分析

第二节 新式茶饮行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展战略及规划建议

第一节 中国新式茶饮行业品牌战略分析

- 一、新式茶饮企业品牌的重要性
- 二、新式茶饮企业实施品牌战略的意义
- 三、新式茶饮企业品牌的现状分析
- 四、新式茶饮企业的品牌战略
- 五、新式茶饮品牌战略管理的策略

第二节 中国新式茶饮行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国新式茶饮行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 新式茶饮行业竞争力提升策略

- 一、新式茶饮行业产品差异性策略
- 二、新式茶饮行业个性化服务策略
- 三、新式茶饮行业的促销宣传策略
- 四、新式茶饮行业信息智能化策略
- 五、新式茶饮行业品牌化建设策略
- 六、新式茶饮行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国新式茶饮行业发展策略及投资建议

第一节 中国新式茶饮行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国新式茶饮行业营销渠道策略

- 一、新式茶饮行业渠道选择策略

二、新式茶饮行业营销策略

第三节 中国新式茶饮行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新式茶饮行业重点投资区域分析

二、中国新式茶饮行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/533310533310.html>