

2021年中国精品咖啡市场分析报告- 行业现状调查与投资前景预测

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年中国精品咖啡市场分析报告-行业现状调查与投资前景预测》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/550868550868.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

消费大热之下，今年来越来越多线下门店获得了资本的大额融资。不少异军突起的网红线下门店按估值计算，单店价值都近亿元。

2018年中国人均咖啡消费量6.2杯，预计到2023年中国人均咖啡消费量约为10.8杯。如今的咖啡行业百花齐放，相较于速溶咖啡，现磨咖啡市场前景更为广阔。中国咖啡市场正在进入一个高速发展的阶段，新品牌崛起的速度更快。其中精品咖啡赛道依旧火热，弹药充足后，咖啡店们也都在加速开店。三顿半重新定义了速溶咖啡，起源于上海的Manner、Seesaw、MStand也在定义中国的精品咖啡。

据公开信息统计，成立至今，Manner、MStand、Seesaw作为新的精品咖啡代表，融资总额已超30亿元，尤其在今年获得了资本的极大关注。其中，Manner已获得5轮融资，MStand和Seesaw虽都只获得了2轮融资，但很多一线机构都在持续关注，争抢份额。同期，MStand也正式宣布完成5亿元B轮融资，由启承资本、黑蚁资本联合领投，高榕资本跟投，老股东CMC资本、挑战者资本继续加码，投后估值约40亿元。

2021年精品咖啡部分融资表

企业名称

创始人

投资时间

投资轮次

投资金额

投资机构

Mannercoffee

韩玉龙

2021.06

B+轮

数亿美元

字节跳动

2021.05

战略投资

数亿美元

美团龙珠

2021.02

战略投资

未披露

淡马锡

2020.12

B轮

1亿美元

Coatue、HCapital

2018.10

A轮

8000万人民币

今日资本

MStand

葛冬

2021.07

B轮

超5亿元人民币

启承资本、黑蚁资本、高榕资本、CMC资本、挑战者资本

2021.01

A轮

超1亿元人民币

CMC资本、挑战者资本

SeesawCoffee

宗心旷

2021.07

A+轮

超1亿元人民币

喜茶、百福控股

2017.06

A轮

4500万人民币

百福控股、沃升投资数据来源：天眼查、企查查

喜茶投资Seesaw，布局咖啡赛道

日前，在披露放弃收购乐乐茶后，喜茶迅速公布了投资Seesaw。值得注意的是，这是喜茶公布过的第一笔投资，也是其首次杀入咖啡赛道。

Seesaw一直主打「创意咖啡」。进入2021年，Seesaw的品牌主张从“一杯好咖啡”转变为“一杯好喝的咖啡”，以咖啡为基底，结合茶、果汁、气泡水、果干等元素的咖啡饮品。创意加上精品咖啡，Seesaw走的不是瑞幸和Manner的性价比路线。经典咖啡价格和星巴克差不多，但当季创意饮品的价格一般在42元-48元之间。

产品口味上，新式茶饮给了Seesaw灵感，产品创新出“冷萃+果汁+奶盖”。并且每开拓到一个新城市，都会针对城市做特调限定款，将创意延续在产品开发和咖啡文化的各个阶段。

专业咖啡能力和品牌美学是Seesaw一直坚持并强调的，再叠加口味研发，技术创新和空间体验设计。肉眼可见，当下，Seesaw的所有创新和设计也都直指青年文化和年轻人的生活方式。

有数据显示，从2020年9月至2021年3月，Seesaw创意咖啡的销售占比从10%提升到40%。今年5月，Seesaw创意咖啡的销售占比已经超过了传统咖啡，复购率高达40%。此外，Seesaw门店业绩近12个月实现持续增长，90%以上门店持续稳定盈利，品牌会员和粉丝也超过150万。

今年初，Seesaw在南京开出全国首家mini店。相比标准店型，mini店目标客群未变，仍然集中在都市年轻人、上班族等对品质生活有要求的消费群体。mini店是近年来咖啡、茶饮连锁市场主要的探索方向。截至目前，Seesaw已推出三类店型：主打丰富产品和体验的标准店型，营造场景和创新产品体验的主题店型，以及加强快取和线上场景的mini店型。

作为较早的精品咖啡，Seesaw在选址、场景、面积上的要求较多，开店速度并不快，最初5年只开了7家店。就连最新喜茶融资上一轮，都是2017年的事情。

但资本入局后，发生了明显变化。据悉，Seesaw本轮融资将用于全国门店拓展、供应链建设和数字化建设。目前，Seesaw的门店数量是30多家，而今年年底店铺数量目标则是超百家。

有媒体报道称，喜茶和Seesaw联手后，将在多个层面进行协同共享，包括品牌建设、产品研发和供应链、数字化和组织建设等。同时，Seesaw也在进行新的业务尝试，包括发力线上零售、试运营“日咖+夜酒”模式等。但咖啡本土化不易，创意精品咖啡的路更长。

左手星巴克右手瑞幸，Manner杀出重围

今年是新咖啡集中爆发的一年，Manner是绝不能忽视的品牌之一。据坊间流传，在星巴克对面开一家Manner，星巴克的客流会掉30%。Manner走的是精品咖啡路线，面向的是白领人群为受众群体，发展模式上像极了瑞幸。

店面不足2平方米，带杯子还能减5元，15到20元就可以喝一杯咖啡。上海南阳路一段不足472米的街区上，共有7家咖啡门店，其中不乏星巴克，但数量最多的还是Manner，有4家。每到高峰时间段，门口就会排起长长的队伍。从最早的小档口，到现在的爆发式增长，上海Mannercoffee开创国内精品小馆coffee的先河。

2015年，来自南通的韩玉龙、陆剑霞夫妇在这里开了第一家店。一个2平米的窗口小店，一个门口的雨棚，“街头咖啡”就这样走进了大众的视野。也是因为缩减店面带来租金的降低，Manner的定价一直维持在25元之内。

但是这种慢节奏的发展模式，在初期资本进入咖啡市场时，完全没有优势。甚至曾有投资人表示，Manner打造的小而美的咖啡，更像是自娱自乐，不像精品咖啡。这也导致，三

年的经营，Manner只在上海开出8家门店。

转折来自于2018年。在多数人看到两年扩张2000家的瑞幸的时间点上，“风投女王”徐新带着今日资本加入了Manner。当时曾有传言表示，徐新认为Manner的低价模式很难有创业者赞同，但符合自己的理想模式。

后续也确实看得出徐新的热情。2020年12月，Manner完成1亿美元融资，投资方是HC Capital和Coatue Management，投后估值超过10亿美元；2021年2月，淡马锡入局，投后估值达到13亿美元；2021年5月，龙珠资本进场，投后估值超过20亿美元。徐新亲自上阵，利用自己的资源，主导Manner的这三轮融资，而且都是对内融资。

数据显示，截至2020年底，今日资本方在Manner的持股比例达到44.75%，甚至比创始团队的持股还高，成为Manner大股东。今年6月字节跳动成为Manner投资人，也是Manner在6个月内完成的第四次融资。本轮融资后，Manner的估值超过20亿美元。

三年的时间Manner完成了五轮融资。资本进入后，Manner逐渐走上规模化扩张的道路。目前全国范围内有百余家门店，其又开始试水大店模式，新增了50平烘焙工坊与200平轻餐店的新店型。

不论是被资本当做“宠儿”还是急速的门店扩展，都在“前辈”瑞幸的道路上亦步亦趋，但是两者却又有着决然不同的结果。“做中国人的第一杯咖啡，只做纯粹的咖啡。”这是韩玉龙对Manner的介绍，从早期小店面和慢速度来看，他的确做到了，低价的优势也使其在整个咖啡市场有了自己的群体。但没有资本愿意陪着一个孩子缓慢成长，可以“揠苗助长”的时候，绝对不会守株待兔。

徐新带着Manner奔跑，但在快速扩张期却离开了。从工商信息显示，今日资本已经完全退出Manner，老股由HC Capital和Coatue接棒。官方对此消息没有明确的解释，有人说是创始人和投资者之间有着经营战略上的决然不同，也有人说是投资者目标实现后的撤离。

没了今日资本，Manner的“舞鞋”也未停下。今年Manner计划新开200家店，主要聚集在上海、北京、深圳等大城市，为其向全国扩张做好基础。资本自然也不会让Manner保持简单的小而美。Manner的品牌扩张之路已经慢慢被打开，并且还在延伸。

千店千面，凭借“第三空间”MStand单店超一亿

上海建国西路上，透过MStand巨大的玻璃窗，工业风满满的装修风格与临街的法国梧桐树交相辉映。窗边的位置刚好可以一边喝着咖啡吃蛋糕一边看着过往的车辆和行人。109岁的建国西路，一半是旧弄堂，一半是网红店，充满了老上海风情，精品连锁咖啡MStand首店就坐落于此。

这条路上从不缺咖啡店，三年多的时间里，建国路上的咖啡店关了又开，MStand不仅一直在那，而且年初时上海10家门店单店均实现盈利。成立于2017年，凭借燕麦曲奇拿铁等具有创意的爆款产品以及“一店一设计”的门店风格，MStand在咖啡店众多的上海成功出圈。

目前MStand在上海、杭州、深圳、广州、宁波等地又落地了多家门店。仅在上海就有

近40家门店，2021年，MStand的目标是在全国开出100家门店。在小红书和大众点评上，大家经常把MStand与“INS风”“简约”“创意”“工业风”联系在一起，虽然每个门店风格统一，但设计又各不相同。

建国西路上的MStand大概100平左右，一到休息日就坐满了人，前来打卡的年轻人占了其中的大半。店面整体风格是黑白相间的极简工业风，给人一种清爽干净的感觉。非常适合点一杯充满创意的咖啡，拍照打卡。MStand另一种精品店主要开在写字楼商圈附近，面积约50平左右，方便上班族外带咖啡。

包括咖啡和蛋糕在内，MStand平均客单价在40-50元之间。目前MStand有30多个SKU，其中创意产品占半数以上，同时也贡献了50%以上的营收。充满创意的产品和别具一格的工业风门店设计吸引了无数消费者，也吸引了资本。

今年1月，MStand完成了CMC资本领投，挑战者资本跟投超1亿元人民币A轮融资，投后估值达7亿元。彼时的MStand在全国仅有十家门店。仅隔半年后，MStand获得了启承资本、黑蚁资本联合领投、高榕资本等跟投超5亿元人民币B轮融资。本轮后，MStand最新估值达40亿元。

作为本土高端咖啡品牌，MStand的出现弥补了国内高端创意咖啡市场的空白，同时符合中国已相对成熟的咖啡市场的升级需求；MStand年轻化的线下创意空间融入了优质的设计，展示了其对审美和空间的深刻理解和追求。资本合伙人周华曾表示：咖啡无外乎两件事，空间和产品，MStand千店千面的空间打造，是与生俱来的。首轮融资后，MStand开始在全国范围内快速扩张，从上海一路拓店到杭州、宁波、深圳和广州等地，从“网红店”打卡深入到了商务、休闲、社区、交通枢纽等多个场景。

见证了MStand在全国各地的密集扩张，启承资本和黑蚁资本最终成为其最新一轮融资的领投方。启承资本创始合伙人张鑫钊则深切地感受到MStand是一个很稀缺的、兼具品牌天赋和商业化能力的团队，值得早期下注和长期陪伴。

创始人葛冬对MStand在整体咖啡市场中的位置有着清晰的认知。他认为，MStand会是一种特别的选择，彼时的市场引导者仍是星巴克。咖啡行业是不容易被垄断的，中国低价咖啡的市场已基本饱和，模式的可复制性也高，而高端创意咖啡还是一片空白，MStand拥有品类定价权和较高的增长空间。

其创意产品和个性空间被赋予了差异化、有态度的属性，同时葛冬对MStand的品牌定位有清晰的认知，以及线下门店的快速扩张，正是MStand被资本看中的主要原因。MStand试图从咖啡切入，延伸至更多品类，成为引领年轻人生活方式的潮流品牌，目前也正在生产品牌周边，计划未来以咖啡+简餐+酒吧+潮牌作为主产品矩阵。

结语 抛开早年速溶咖啡的争夺战，咖啡在中国市场真正快速崛起和增长发生在最近5年。在多层次的消费需求带动下，咖啡市场变得更加多元化。伴随基础设施的变化，咖啡行业也在经历着重构。从小众到大众，从效仿星巴克到创新式发展，中国咖啡品牌们前景不可限量。资本的疯狂涌入，也是相信连锁化后的中国咖啡品牌可比肩星巴克。

就连时萃、三顿半等，也开始拓展线下门店，更不要提，加速在中国开店的星巴克、麦当劳子品牌“麦咖啡”，还有凑热闹跨界卖养生咖啡的同仁堂。MStand、Seesaw、Manner，只是眼下咖啡赛道火热的一缕缩影。

现在的年轻人不再喜欢千篇一律、标准化的咖啡馆。中国年轻人需要自己的咖啡品牌，投资人们也在齐齐思考，中国的年轻消费者会培养出什么样的中国咖啡品牌。（XLX）

观研报告网发布的《2021年中国精品咖啡市场分析报告-行业现状调查与投资前景预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国精品咖啡行业发展概述

第一节 精品咖啡行业发展情况概述

一、精品咖啡行业相关定义

二、精品咖啡行业基本情况介绍

三、精品咖啡行业发展特点分析

四、精品咖啡行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、精品咖啡行业需求主体分析

第二节 中国精品咖啡行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、精品咖啡行业产业链条分析

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、中国精品咖啡行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国精品咖啡行业生命周期分析

一、精品咖啡行业生命周期理论概述

二、精品咖啡行业所属的生命周期分析

第四节 精品咖啡行业经济指标分析

一、精品咖啡行业的赢利性分析

二、精品咖啡行业的经济周期分析

三、精品咖啡行业附加值的提升空间分析

第五节 中国精品咖啡行业进入壁垒分析

一、精品咖啡行业资金壁垒分析

二、精品咖啡行业技术壁垒分析

三、精品咖啡行业人才壁垒分析

四、精品咖啡行业品牌壁垒分析

五、精品咖啡行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球精品咖啡行业市场发展现状分析

第一节 全球精品咖啡行业发展历程回顾

第二节 全球精品咖啡行业市场区域分布情况

第三节 亚洲精品咖啡行业地区市场分析

一、亚洲精品咖啡行业市场现状分析

二、亚洲精品咖啡行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲精品咖啡行业市场前景分析

第四节 北美精品咖啡行业地区市场分析

- 一、北美精品咖啡行业市场现状分析
- 二、北美精品咖啡行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美精品咖啡行业市场前景分析

第五节 欧洲精品咖啡行业地区市场分析

- 一、欧洲精品咖啡行业市场现状分析
- 二、欧洲精品咖啡行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲精品咖啡行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界精品咖啡行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球精品咖啡行业市场规模预测

第三章 中国精品咖啡产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国精品咖啡行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国精品咖啡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 中国精品咖啡行业运行情况

第一节 中国精品咖啡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
- 1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国精品咖啡行业市场规模分析

第三节 中国精品咖啡行业供应情况分析

第四节 中国精品咖啡行业需求情况分析

第五节 我国精品咖啡行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国精品咖啡行业供需平衡分析

第七节 中国精品咖啡行业发展趋势分析

第五章 中国精品咖啡所属行业运行数据监测

第一节 中国精品咖啡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 中国精品咖啡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 中国精品咖啡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 2017-2021年中国精品咖啡市场格局分析

第一节 中国精品咖啡行业竞争现状分析

一、中国精品咖啡行业竞争情况分析

二、中国精品咖啡行业主要品牌分析

第二节 中国精品咖啡行业集中度分析

一、中国精品咖啡行业市场集中度影响因素分析

二、中国精品咖啡行业市场集中度分析

第三节 中国精品咖啡行业存在的问题

第四节 中国精品咖啡行业解决问题的策略分析

第五节 中国精品咖啡行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国精品咖啡行业需求特点与动态分析

第一节 中国精品咖啡行业消费市场动态情况

第二节 中国精品咖啡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 精品咖啡行业成本结构分析

第四节 精品咖啡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 中国精品咖啡行业价格现状分析

第六节 中国精品咖啡行业平均价格走势预测

一、中国精品咖啡行业价格影响因素

二、中国精品咖啡行业平均价格走势预测

三、中国精品咖啡行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国精品咖啡行业区域市场现状分析

第一节 中国精品咖啡行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区精品咖啡市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区精品咖啡市场规模分析

四、华东地区精品咖啡市场规模预测

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、华中地区精品咖啡市场规模分析

四、华中地区精品咖啡市场规模预测

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、华南地区精品咖啡市场规模分析

四、华南地区精品咖啡市场规模预测

第九章 2017-2021年中国精品咖啡行业竞争情况

第一节 中国精品咖啡行业竞争结构分析（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 中国精品咖啡行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国精品咖啡行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 精品咖啡行业企业分析（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年中国精品咖啡行业发展前景分析与预测

第一节 中国精品咖啡行业未来发展前景分析

一、精品咖啡行业国内投资环境分析

二、中国精品咖啡行业市场机会分析

三、中国精品咖啡行业投资增速预测

第二节 中国精品咖啡行业未来发展趋势预测

第三节 中国精品咖啡行业市场发展预测

一、中国精品咖啡行业市场规模预测

二、中国精品咖啡行业市场规模增速预测

三、中国精品咖啡行业产值规模预测

四、中国精品咖啡行业产值增速预测

五、中国精品咖啡行业供需情况预测

第四节 中国精品咖啡行业盈利走势预测

一、中国精品咖啡行业毛利润同比增速预测

二、中国精品咖啡行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国精品咖啡行业投资风险与营销分析

第一节 精品咖啡行业投资风险分析

一、精品咖啡行业政策风险分析

二、精品咖啡行业技术风险分析

三、精品咖啡行业竞争风险

四、精品咖啡行业其他风险分析

第二节 精品咖啡行业应对策略

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年中国精品咖啡行业发展战略及规划建议

第一节 中国精品咖啡行业品牌战略分析

一、精品咖啡企业品牌的重要性

二、精品咖啡企业实施品牌战略的意义

三、精品咖啡企业品牌的现状分析

四、精品咖啡企业的品牌战略

五、精品咖啡品牌战略管理的策略

第二节 中国精品咖啡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 中国精品咖啡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

第十四章 2021-2026年中国精品咖啡行业发展策略及投资建议

第一节 中国精品咖啡行业产品策略分析

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 中国精品咖啡行业营销渠道策略

一、精品咖啡行业渠道选择策略

二、精品咖啡行业营销策略

第三节 中国精品咖啡行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国精品咖啡行业重点投资区域分析

二、中国精品咖啡行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/550868550868.html>