

2021年中国共享充电宝市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国共享充电宝市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/dianzishebei/535432535432.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

共享充电宝是指运营商在特定的场景中提供的租赁充电设备，消费者通过缴纳一定的押金或凭借芝麻信用分免押金成为注册用户，再扫描设备屏幕上的二维码后，即可租借一个充电宝获得充电服务，多以小时计费，充电宝成功归还后，押金可随时提现并退回账户。目前共享充电宝有桌面固定式、小机柜移动式和大机柜移动式三大产品形态，分别应用于不同的场景，以满足用户应急充电和移动充电的需求。

我国共享充电宝产品类型

产品类型

数量

费用

使用场景

代表性企业

渠道拓展

线下运营

桌面固定式

可供多个设备同时充电

1元/次

同小机柜有交叉，在小型场景中的每一台布局，如餐厅、咖啡厅、酒吧、KTV等

小电科技、Hi电科技

渠道的进入门槛低，进入成本低；渠道排他性差

线下运营压力较大，需专门人员运营

小机柜移动式

可容纳6-12个充电宝

1小时内免费使用，超过1小时后1元/小时，10元单日封顶

固定型的场景下，在餐厅、咖啡馆、酒吧、健身房、KTV等小型场景中布局

街电科技

渠道的进入门槛低，进入成本低；渠道排他性差

线下运营压力小

大机柜移动式

可容纳20-80个充电宝

1小时内免费使用，超过1小时后1元/小时，10元单日封顶

流动型的场景，在大型场景中布局，如机场、火车站、景区、医院、大型商场等

来电科技

渠道的进入门槛高，渠道费用高；渠道的排他性较高

线下运营压力小数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国共享充电宝用户规模为2.5亿人，较上年同比增长56.3%；2020年，我国共享充电宝用户规模为**亿人，较上年同比增长**%。

2017-2020年我国共享充电宝用户规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 场景铺设不断完善：完善的场景铺设有利于催生用户需求，有助于弱化产品非刚需的行业痛点。如目前街电科技不仅铺设了餐厅、网吧、电影院等休闲性生活场景渠道，还延伸至医院、火车站、高校等区域，打造全场景通道，无缝衔接各场景，深度满足用户充电需求，让用户与需求时刻连接，让外出充电随时使用街电成为可能。

(2) 盈利模式多元化：现阶段，国内共享充电宝行业的盈利模式有租赁费用、押金流水、周边产品、数据积累、广告创收。部分行业参与者已经开始对共享充电宝产品的外形设计与技术进行改造，为产品增设更大的显示屏幕，扩大箱体表面积，赋予产品更大的交互能力与展现能力，逐渐扩大其广告价值。除了广告展示方面的升级外，部分行业参与者开始考虑对线下用户消费数据的积累，通过政策引导，共享充电宝企业未来或许能向社会提供大数据服务，或将用户流量导流给电商平台，使数据能实现多次营销的价值。

共享充电宝行业盈利模式

盈利模式

基本情况

租赁费用

分时租赁是共享充电宝前期发展主要的商业模式。当前共享充电宝使用费用采用分时段收费方式，多为1元/小时，部分产品提供前半小时或一小时免费方式，当天使用有封顶上限，大多数为10元。

押金流水

为了防止共享充电宝被盗或被损坏等情况出现，使用共享充电宝需要支付押金或者以芝麻信用分免押金使用，信用分免押金可提高用户体验。多数企业押金额为100元，押金的收取可以支持企业一部分现金流。但是大部分用户以芝麻信用分免去交纳押金环节，且在缴纳了押金的用户中，将押金长期留存于账户中的用户也仅为少数。

周边产品

大机柜型共享充电宝企业在出租充电宝的同时不提供数据线，而是另外出售数据线，赚取周边产品收入。对于短期租借充电宝充电的用户而言，此举不利于提高用户体验，用户可能转向其他共享充电宝产品。但大机柜本身可作为自动售卖机出售数据线、插头等周边产品提供给有此需求的消费者。

数据积累

共享充电宝具有天然的数据来源，用户的每次使用数据，消费行为数据，以及接入芝麻信用等用户信息都可为企业变现提供途径。

广告创收

由于共享充电宝自身的特点，设备机身、机柜表面、接入页面等均可以作为广告投放的载体。考虑到共享充电宝的产品特性和场景铺设布局特点，分众广告模式将有机会成为共享充电宝行业变现模式。可通过与数字传媒企业合作，以积累的用户数据提供广告精准营销服务。

数据来源：公开资料整理

(3) 与供应链企业深度合作：共享充电宝企业陆续与供应链关联企业深度合作（如上游电池供应商，下游渠道端企业等），不断增大自身在供应链中的把控能力，以形成竞争优势，开拓市场。例如，街电科技与比亚迪建立全方位的战略合作。街电科技利用比亚迪在深圳有全球最大的电池生产基地优势，成为比亚迪的独家合作企业，通过比亚迪为街电开设的专门生产线，保证每月80万台机柜、300万台充电宝的产出规模。

二、劣势分析

(1) 运营成本高：共享充电宝均是由企业统一采购统一投放，渠道拓展均以线下流量导入为主，无需任何线上推广，这意味着运营成本极高。加之目前行业市场竞争激烈，若想要占据市场，相关企业需要高密度、大范围投资，这就使得运营成本居高不下，从而进一步加大了行业盈利压力，利润率进一步被挤压。

(2) 用户习惯尚未养成：在自己携带充电宝还是直接租赁充电宝的选择上，用户更倾向于消费几十元购买一个小而精、大容量的充电宝，认为没有必要每次花钱租用充电宝，并令自己陷入找充电宝与还充电宝的困境。如何改变这种习惯对共享充电宝企业来说是一个巨大挑战。

(3) 价格上涨：共享充电宝以低价进入市场，并迅速收获了一大批用户。然而，当消费者养成使用习惯后，其使用价格却悄然上涨了，从最初每小时1元涨到4元，24小时封顶价从20元涨到40元，这或将导致共享充电宝租赁需求下降。

我国共享充电宝行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 在2013年，受到智能机红利、运营商红利以及3G红利的影响，用户普遍替换功能机，智能手机出货量增长超64%，智能手机保有量显著提升；2014年至2015年，在互联网红利和4G红利的带动下，智能手机行业迎来了又一次快速爆发。对于共享充电宝行业而言，手机存量增加即潜在用户数量扩大，用户对移动设备充电需求加大。对手机耗电快或长时间户外工作活动的用户而言，充电宝成为用户必不可少的需求。根据数据显示，2017年，我国智能手机保有量为11.7亿台，较上年同比增长6.4%；预计2022年，我国智能手机保有量将达到13.5亿台，较上年同比增长2.3%

2015-2022年我国智能手机保有量、增速及预测 数据来源：公开资料整理

(2) 手机电池续航能力不足：智能手机普及过程及发展中，手机上的智能功能不断叠加，耗电速度越来越快，但手机电池容量的提高却相较缓慢。智能手机需要频繁充电的特点使得充电宝成为多数用户会配备的电子产品，用户的临时充电需求将促进共享充电宝的使用。

根据数据显示，2017年，我国50.6%的智能手机用户每天充电次数在2-3次，23.5%的用户每天充电4-5次。

2017年我国智能手机用户每日充电次数占比情况 数据来源：公开资料整理

(3) 共享经济浪潮下深受资本青睐：网约车、在线短租等模式创新引入国内后，产生了较大的经济效益，带动共享单车等新模式不断涌现，表现出强大的渗透力，共享充电宝作为共享经济热点领域，受到资本和消费者强烈的关注。

我国主流共享充电宝企业融资情况

共享充电宝企业

融资轮次

融资金额

投资机构

来电

A轮

2000万美元

SIG海纳亚洲创投基金、红点创投中国基金领投，九合创投、飞毛腿董事长个人跟投
街电

股权转让

4800万元

天津顺事通达科技有限公司

并购

未披露

聚美优品

B轮

3亿元

聚美优品、联新资本

A轮

5000万元

IDG资本、欣旺达、杨锦方

怪兽充电

B轮

近2亿元

蓝驰创投、广发信德、云九资本、高瓴资本、顺为资本、清流资本

A轮

亿元

蓝驰创投、广发信德、云九资本、高瓴资本、顺为资本、清流资本

天使轮

数千万元

顺为资本、小米科技、紫米电子、清流资本、高瓴资本

小电

B+轮

数亿元

未披露

B轮

3.5亿元

红杉资本中国、高榕资本领投，腾讯产业共赢基金、鼎晖投资、众为资本、元璟资本、昆仲资本

A轮

近亿元

腾讯产业共赢基金、元璟资本、鼎晖投资、道生投资领投，金沙江创投、王刚、盈动资本、德同资本跟投

天使轮

数千万元

金沙江创投、王刚领投，德同资本、招银国际、盈动资本跟投

Hi电

A轮

近亿元

光速中国领投

天使轮

数千万元

志拙资本领投，非同凡想创投跟投数据来源：公开资料整理

(4) 共享充电宝行业发展速度火爆下，我国不断出台相关政策进行监管，为行业营造良好的发展环境。

如2018年3月，国务院在《2018年政府工作报告》中提出鼓励大企业、高校和科研院所等开放创新资源，发展平台经济、共享经济，形成线上线下结合、产学研用协同、大中小企业融合的创新创业格局，打造“双创”升级版。

2018年5月，国家发改委、中央网信办、工业和信息化部在《关于做好引导和规范共享经济健康良性发展有关工作的通知》中提出规范市场准入机制和市场竞争秩序、根据共享经济业态熟悉推进实施分类治理，完善制度保障，努力营造推进共享经济健康良性发展的良好氛围。

我国共享充电宝行业相关政策法规

颁布日期

政策名称

颁布主体

主要内容及影响

2018.05

《关于做好引导和规范共享经济健康良性发展有关工作的通知》

国家发改委、中央网信办、工业和信息化部

规范市场准入机制和市场竞争秩序、根据共享经济业态熟悉推进实施分类治理，完善制度保障，努力营造推进共享经济健康良性发展的良好氛围。

2018.03

《2018年政府工作报告》

国务院

鼓励大企业、高校和科研院所等开放创新资源，发展平台经济、共享经济，形成线上线下结合、产学研用协同、大中小企业融合的创新创业格局，打造“双创”升级版。

2017.12

《信息技术便携式数字设备用移动电源通用规范》

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会

通过移动电源接口、电性能、安全保护功能、安全性等多个项目明确充电宝的安全和质量要求，规范化行业发展。

2017.07

《关于促进分享经济发展的指导性意见》

国家发展改革委等八部门

以“鼓励创新、包容审慎”为核心围绕市场准入、行业监管、营造发展环境等进行了全面部署，鼓励和引导分享经济企业开展有效有序竞争，为共享经济市场的发展保驾护航。

2017.03

《2017年政府工作报告》

国务院

支持和引导分享经济发展，提高社会资源利用效率，便利人民群众生活。本着鼓励创新、包容审慎原则，制定新兴产业监管规则。

2016.03

《2016年政府工作报告》

国务院

以体制机制创新促进分享经济发展，建设共享平台，做大高技术产业、现代服务业等新兴产业集群，打造动力强劲的新引擎。数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 电芯缺货威胁：以2017年工厂平均批发价格为计算基础，一个移动电源的成本价格在50-100元之间。2018年2月，LG工厂由于电芯缺货将LG18650系列电芯价格上涨15%-20%，这意味着容量10000mAh-20000mAh的充电宝要额外花费7-13元以上，大大提高了充电宝的成本。由于中国众多电芯生产商只能在2000mAh、2500mAh等低能量密度市场竞争，导致高密度能量市场话语权被大厂商把控，使得电芯价格上涨的局面难以改善。

(2) 技术升级威胁：目前各大手机制造商如华为、三星等企业十分重视手机续航能力的提高。受益于电池技术及芯片技术的不断变革提升，手机的续航能力将会大幅度提高，手机使用时间将被延长，未来共享充电宝的需求将会减少。此外，大量充电宝制造商也在对自身产品进行改革创新、在扩大充电宝电量的同时，也在尽力减小充电宝的体积与重量。移动充电宝的便捷化和小型化也会在一定程度上降低消费者对租赁共享充电宝的需求。

威胁我国共享充电宝行业发展因素分析

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年中国共享充电宝市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

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年中国共享充电宝 行业发展概述

第一节 共享充电宝 行业发展情况概述

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

第二节 中国共享充电宝 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、共享充电宝 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、中国共享充电宝 行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国共享充电宝 行业生命周期分析

- 一、共享充电宝 行业生命周期理论概述
- 二、共享充电宝 行业所属的生命周期分析

第四节 共享充电宝 行业经济指标分析

- 一、共享充电宝 行业的赢利性分析
- 二、共享充电宝 行业的经济周期分析
- 三、共享充电宝 行业附加值的提升空间分析

第五节 中国共享充电宝 行业进入壁垒分析

- 一、共享充电宝 行业资金壁垒分析
- 二、共享充电宝 行业技术壁垒分析
- 三、共享充电宝 行业人才壁垒分析
- 四、共享充电宝 行业品牌壁垒分析
- 五、共享充电宝 行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球共享充电宝 行业市场发展现状分析

第一节 全球共享充电宝 行业发展历程回顾

第二节 全球共享充电宝 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲共享充电宝 行业地区市场分析

一、亚洲共享充电宝 行业市场现状分析

二、亚洲共享充电宝 行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲共享充电宝 行业市场前景分析

第四节 北美共享充电宝 行业地区市场分析

一、北美共享充电宝 行业市场现状分析

二、北美共享充电宝 行业市场规模与市场需求分析

三、北美共享充电宝 行业市场前景分析

第五节 欧洲共享充电宝 行业地区市场分析

一、欧洲共享充电宝 行业市场现状分析

二、欧洲共享充电宝 行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲共享充电宝 行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界共享充电宝 行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球共享充电宝 行业市场规模预测

第三章 中国共享充电宝 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、全社会消费品共享充电宝 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 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业运行情况

第一节 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业市场规模分析

第三节 中国共享充电宝 行业供应情况分析

第四节 中国共享充电宝 行业需求情况分析

第五节 我国共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业供需平衡分析

第七节 中国共享充电宝 行业发展趋势分析

第五章 中国共享充电宝 所属行业运行数据监测

第一节 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 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年中国共享充电宝 市场格局分析

第一节 中国共享充电宝 行业竞争现状分析

- 一、中国共享充电宝 行业竞争情况分析
- 二、中国共享充电宝 行业主要品牌分析
- 第二节 中国共享充电宝 行业集中度分析
 - 一、中国共享充电宝 行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国共享充电宝 行业市场集中度分析
- 第三节 中国共享充电宝 行业存在的问题
- 第四节 中国共享充电宝 行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国共享充电宝 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年中国共享充电宝 行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国共享充电宝 行业消费市场动态情况
- 第二节 中国共享充电宝 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 共享充电宝 行业成本结构分析
- 第四节 共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业价格现状分析
- 第六节 中国共享充电宝 行业平均价格走势预测
 - 一、中国共享充电宝 行业价格影响因素
 - 二、中国共享充电宝 行业平均价格走势预测
 - 三、中国共享充电宝 行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国共享充电宝 行业区域市场现状分析

- 第一节 中国共享充电宝 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享充电宝 市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区共享充电宝 市场规模分析
- 四、华东地区共享充电宝 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、华中地区共享充电宝 市场规模分析
- 四、华中地区共享充电宝 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、华南地区共享充电宝 市场规模分析
- 四、华南地区共享充电宝 市场规模预测

第九章 2017-2020年中国共享充电宝 行业竞争情况

第一节 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国共享充电宝 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 共享充电宝 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年中国共享充电宝 行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享充电宝 行业未来发展前景分析

一、共享充电宝 行业国内投资环境分析

二、中国共享充电宝 行业市场机会分析

三、中国共享充电宝 行业投资增速预测

第二节 中国共享充电宝 行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享充电宝 行业市场发展趋势预测

- 一、中国共享充电宝 行业市场规模预测
- 二、中国共享充电宝 行业市场规模增速预测
- 三、中国共享充电宝 行业产值规模预测
- 四、中国共享充电宝 行业产值增速预测
- 五、中国共享充电宝 行业供需情况预测

第四节 中国共享充电宝 行业盈利走势预测

- 一、中国共享充电宝 行业毛利润同比增速预测
- 二、中国共享充电宝 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国共享充电宝 行业投资风险与营销分析

第一节 共享充电宝 行业投资风险分析

- 一、共享充电宝 行业政策风险分析
- 二、共享充电宝 行业技术风险分析
- 三、共享充电宝 行业竞争风险分析
- 四、共享充电宝 行业其他风险分析

第二节 共享充电宝 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年中国共享充电宝 行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享充电宝 行业品牌战略分析

- 一、共享充电宝 企业品牌的重要性
- 二、共享充电宝 企业实施品牌战略的意义
- 三、共享充电宝 企业品牌的现状分析
- 四、共享充电宝 企业的品牌战略
- 五、共享充电宝 品牌战略管理的策略

第二节 中国共享充电宝 行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国共享充电宝 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 共享充电宝 行业竞争力提升策略

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

第十四章 2021-2026年中国共享充电宝 行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享充电宝 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 中国共享充电宝 行业营销渠道策略

- 一、共享充电宝 行业渠道选择策略
- 二、共享充电宝 行业营销策略

第三节 中国共享充电宝 行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国共享充电宝 行业重点投资区域分析
- 二、中国共享充电宝 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/dianzishabei/535432535432.html>