

# 茶饮料行业市场需求分析报告 及未来五至十年行业预测报告

# 目录

序言 .....	3
一、2023-2028 年茶饮料产业发展战略分析 .....	3
(一)、树立茶饮料行业“战略突围”理念 .....	3
(二)、确定茶饮料行业市场定位, 产品定位和品牌定位 .....	4
1、市场定位 .....	4
2、产品定位 .....	4
3、品牌定位 .....	6
(三)、创新力求突破 .....	7
1、基于消费升级的技术创新模型 .....	7
2、创新促进茶饮料行业更高品质的发展 .....	7
3、尝试格式创新和品牌创新 .....	8
4、自主创新+品牌 .....	9
(四)、制定宣传方案 .....	10
1、学会制造新闻, 事件行销——低成本传播利器 .....	10
2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征 .....	11
3、学会利用互联网营销 .....	11
二、茶饮料行业政策背景 .....	12
(一)、政策将会持续利好茶饮料行业发展 .....	12
(二)、茶饮料行业政策体系日趋完善 .....	12
(三)、茶饮料行业一级市场火热, 国内专利不断攀升 .....	13
(四)、宏观经济背景下茶饮料行业的定位 .....	13
三、茶饮料行业政策环境 .....	14
(一)、政策持续利好茶饮料行业发展 .....	14
(二)、茶饮料行业政策体系日趋完善 .....	14
(三)、一级市场火热, 国内专利不断攀升 .....	14
(四)、宏观环境下茶饮料行业定位 .....	15
(五)、“十三五”期间茶饮料业绩显著 .....	15
四、2023-2028 年茶饮料行业企业市场突围战略分析 .....	16
(一)、在茶饮料行业树立“战略突破”理念 .....	16
(二)、确定茶饮料行业市场定位、产品定位和品牌定位 .....	17
1、市场定位 .....	17
2、产品定位 .....	17
3、品牌定位 .....	19
(三)、创新寻求突破 .....	20
1、基于消费升级的科技创新模式 .....	20
2、创新推动茶饮料行业更高质量发展 .....	21
3、尝试业态创新和品牌创新 .....	21
4、自主创新+品牌 .....	22
(四)、制定宣传计划 .....	23
1、策略一: 学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具 .....	23
2、策略二: 学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色 .....	24
3、策略三: 学会使用网络营销 .....	24

五、茶饮料行业（2023-2028）发展趋势预测.....	25
(一)、茶饮料行业当下面临的机会和挑战.....	25
(二)、茶饮料行业经营理念快速转变的意义.....	25
(三)、整合茶饮料行业的技术服务.....	26
(四)、迅速转变茶饮料企业的增长动力.....	26
六、茶饮料行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析.....	27
(一)、茶饮料企业盈利模式运作的关键.....	27
1、“专业化能力”对茶饮料行业的重要性.....	27
(二)、怎样培养茶饮料行业的业务能力.....	28
七、茶饮料行业存在的问题分析.....	29
(一)、基础工作薄弱.....	29
(二)、地方认识不足,激励作用有限.....	29
(三)、产业结构调整进展缓慢.....	29
(四)、技术相对落后.....	30
(五)、隐私安全问题.....	30
(六)、与用户的互动需不断增强.....	31
(七)、管理效率低.....	31
(八)、盈利点单一.....	32
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	32
(十)、法律风险.....	33
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	33
(十二)、人才问题.....	33
(十三)、产品质量问题.....	34
八、未来茶饮料企业发展的战略保障措施.....	34
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构.....	34
(二)、加强人才培养和引进.....	35
1、制定总体人才引进计划.....	35
2、渠道人才引进.....	36
3、内部员工竞聘.....	36
(三)、加速信息化建设步伐.....	36
九、茶饮料业突破瓶颈的挑战分析.....	37
(一)、茶饮料业发展特点分析.....	37
(二)、茶饮料业的市场渠道挑战.....	38
(三)、茶饮料业 5-10 年创新发展的挑战点.....	38
1、茶饮料业纵向延伸分析.....	38
2、茶饮料业运营周期的挑战分析.....	39
十、茶饮料行业风险控制解析.....	39
(一)、茶饮料行业系统风险分析.....	39
(二)、茶饮料业第二产业的经营风险.....	39

# 序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对茶饮料行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对茶饮料行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对茶饮料行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对茶饮料行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对茶饮料行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对茶饮料行业前景进行展望及提出合理化的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习,不可用于商业用途,也不提供其他商业价值,请自行决定是否购买,特此申明。

## 一、2023-2028 年茶饮料产业发展战略分析

### (一)、树立茶饮料行业“战略突围”理念

随着技术的飞速发展,市场在不断变化,许多公司采用新产品的速度也在加快,新的包围圈正在形成。茶饮料行业中的公司必须具有“突破再突破”的概念。

1、技术部门和市场营销部门对国内外茶饮料行业的技术和消费市场进行了详细调查,以确定该行业的发展方向。

2、在论证的基础上,做出突破茶饮料产业战略的决定:研发符合市场方向的产品,并形成自身产品的优势(进一步明确了技术创新

的发展思路:高端/中端/低端市场)。

## (二)、确定茶饮料行业市场定位，产品定位和品牌定位

茶饮料行业市场定位，产品定位和品牌定位是三个主要的营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个准确的定位，以适应这一阶段，例如王老吉的“怕上火”，农夫山泉的天然水，舒肤佳杀菌剂，阿里巴巴的中小企业交易平台等，定位是成功营销的第一步。

### 1、市场定位

茶饮料行业的市场定位是指竞争对手现有茶饮料产品在市场中的位置，在某种程度上，消费者或用户重视产品的某些特性，灵活性和核心利益。创造公司产品独特，令人印象深刻和独特的个性或形象，并通过一系列特定的营销组合将这种形象快速，准确，生动地传递给客户，并影响客户对产品的整体感觉。

比如茶饮料市场可定位：城市中等收入及以上的家庭，有一定经济基础，对新事物有较强的接受力，追求高品质的生活的客户群体。

### 2、产品定位

茶饮料行业目标市场定位（简称市场定位）是指公司对目标消费者或目标消费者市场的选择；产品定位是指公司对应于满足目标消费者或目标消费者市场的哪种产品。从理论上讲，应该首先进行市场定位，然后再进行产品定位。茶饮料行业产品定位是选择目标市场并集成公司产品的过程，即将市场定位公司化和产品化的工作。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/018027116067006057>