

星巴克文化分析报告

院 系 管理学院

班 级 市场营销 41582

小组成员 金圣芝

徐文章

指导老师 衣鹤

字 符 数 8000

书目

一、 公司历史简介	1
二、 公司文化分析	2
(一) 典礼或仪式	2
1、 门店经营培训	2
2、 咖啡学问培训	2
3、 星巴克（中国）高校	2
(二) 故事神话	3
(三) 象征物	4
(四) 组织结构	4
(五) 权利关系	5
(六) 限制系统	6
三、 公司文化分析	7
(一) 国家文化分析	7
1. PDI 权力距离分析	7
2. IDV 个人主义分析	8
3. MAS 阳刚性分析	9
4. UAI 不确定性回避分析	9
5. LTO 长线思维分析	9
(二) 行业市场分析	10
1. 行业状况	10
(1) 行业增长趋势	10
(2) 咖啡行业品牌定位	10
(3) 中国咖啡市场概况	10

2. 市场状况	11
(1) 企业目标市场所处区域的宏观经济形势	11
(2) 市场的文化背景.....	11
(3) 星巴克的竞争优势.....	11
四、 公司文化总结	12
五、 参考文献	13

星巴克文化分析

一、公司历史简介

星巴克（Starbucks）咖啡公司成立于 1971 年，是世界领先的特种咖啡的零售商，烘焙者和星巴克品牌拥有者。旗下零售产品包括 30 多款全球顶级的咖啡豆、手工制作的浓缩咖啡和多款咖啡冷热饮料、簇新美味的各式糕点食品以及丰富多样的咖啡机、咖啡杯等商品。1987 年，现任董事长霍华德·舒尔茨先生收购星巴克，从今带领公司跨越了数座里程碑。1992 年 6 月，星巴克作为第一家专业咖啡公司胜利上市，快速推动了公司业务增长和品牌发展。当前公司已在北美，拉丁美洲，欧洲，中东和太平洋沿岸 37 个国家拥有超过 12,000 多家咖啡店，拥有员工超过 117,000 人。长期以来，公司始终致力于向顾客供应最优质的咖啡和服务，营造独特的“星巴克体验”，让全球各地的星巴克店成为人们除了工作场所和生活居所之外温馨舒适的“第三生活空间”。与此同时，公司不断地通过各种体现企业社会责任的活动回馈社会，改善环境，回报合作伙伴和咖啡产区农夫。鉴于星巴克独特的企业文化和理念，公司连续多年被美国《财宝》杂志评为“最受敬重的企业”。

星巴克看好中国市场的巨大潜力，立志于在中国长期发展。自 1998 年进入中国以来，星巴克已在包括香港、台湾和澳门在内的大中华区开设了 430 多家门店，其中约 200 家在大陆地区。2005 年 9 月，公司出资 4000 万元人民币设立“星巴克中国教化项目”，特地用于改善中国教化状况，特殊是帮助中西部贫困的地区的老师和学生。其中首笔捐赠已与中国宋庆龄基金会合作开展“西部园丁培训安排”

2005 年底，星巴克在上海成立中华区总部，主要负责星巴克大中华区战略发展、市场开拓和营运等事务。

星巴克咖啡在美国和加拿大的学生和城市白领中特别流行。除咖啡之外，星巴克也供应

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/028062000034006076>