题　　目　瑞幸咖啡上市营销策略分析

日

摘　要

经济迅速发展的中国经济，的快速发展诞生了孵化出一个潜力无限的咖啡的消费市场，受到了来自世界各地外资商的关注。，据伦敦国际咖啡组织统计，中国咖啡消费能力正在以每年 15%的速度成长为一个咖啡大国，2025 年中国将达到 1 万亿元的消费市场。

国内消费者开始越来越依赖于咖啡这种饮品，呈现出我国消费市场的巨大潜力，预计十年内仍然保持常态发展的趋势。

本文以瑞幸咖啡为例，结合就瑞幸咖啡上市的具体市场营销战略和策略王作，从按照咖啡市场现状分析、市场营销理论、营销占有率和营销策略及其实施建议四个步骤方面展开分析，首先分析概述了咖啡市场的特点和宏观环境，并并对介绍子未来咖啡市场的发展趋势进行了预测。其次，结合通过瑞幸咖啡上市的主要特征分析，着重分析介绍了市场营销基本理论在瑞幸咖咖啡企业上市过程中的具体的应用市场细分、目标市场的选择和定位。再次，深入分析了瑞幸咖啡的营销策略。

最后，本文提出了对瑞幸咖啡提出影响策略改进的几点可行性建议，同时希望对我国咖啡企业营销工作具有一定的参考价值。

关键词：—瑞幸咖啡；　营销战略；　营销策略；　市场营销

目　录

摘　要.....I
引　言.....1
一、网络“新零售”时代下瑞幸咖啡的现状分析.....2
（一）瑞幸咖啡公司简介.....2
1.瑞幸咖啡的发展史.....2
2.瑞幸咖啡的现状.....2
3.咖啡企业存在的问题.....3
4.网络“新零售”时代下餐饮行业的发展趋势.....4
（二）研究动态.....4
1.从我国咖啡行业国内市场的营销看.....4
2.从我国咖啡行业的连锁经营发展状况看.....4
（三）研究的目的和意义.....5
（四）研究方法.....5
二、瑞幸咖啡的营销环境分析.....6
（一）宏观环境分析.....6
1.经济环境.....6
2.市场需求.....6
（二）竞争者分析.....6
1.现有竞争对手分析.....6
2.替代品分析.....7

~~市场营销环境主要包括两方面的构成要素，一是微观环境要素，包括企业的供应商、营销中间商、顾客、竞争者以及社会公众和影响营销管理决策的企业内部各个部门；二是宏观环境要素，包括人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然地理等多方面的因素。~~

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/065211324234011331