翡翠玉石行业洞察报告及未来五至十年预测分析报告

目录

概述.....
一、翡翠玉石产业未来发展前景.....
(一)、我国翡翠玉石行业市场规模前景预测.....
(二)、翡翠玉石进入大规模推广应用阶.....
(三)、中国翡翠玉石行业的市场增长点.....
(四)、细分翡翠玉石产品将具有最大优势.....
(五)、翡翠玉石行业与互联网等行业融合发展机遇.....
(六)、翡翠玉石人才培养市场广阔，国际合作前景广阔.....
(七)、翡翠玉石行业发展需要突破创新瓶颈.....
二、翡翠玉石业数据预测与分析.....
(一)、翡翠玉石业时间序列预测与分析.....
(二)、 翡翠玉石业时间曲线预测模型分析.....10
(三)、翡翠玉石行业差分方程预测模型分析.....11
(四)、未来 5-10 年翡翠玉石业预测结论.....11
三、翡翠玉石行业政策背景.....12
(一)、政策将会持续利好翡翠玉石行业发展.....12
(二)、 翡翠玉石行业政策体系日趋完善.....12
(三)、翡翠玉石行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....13
(四)、宏观经济背景下翡翠玉石行业的定位.....13
四、2023-2028 年翡翠玉石行业企业市场突围战略分析.....14
(一)、在翡翠玉石行业树立“战略突破”理念.....14
(二)、确定翡翠玉石行业市场定位、产品定位和品牌定位.....15
1、市场定位.....15
2、产品定位.....15
3、品牌定位.....17
(三)、创新寻求突破.....17
1、基于消费升级的科技创新模式.....18
2、创新推动翡翠玉石行业更高质量发展.....18
3、尝试业态创新和品牌创新.....19
4、自主创新+ 品牌.....20
(四)、制定宣传计划.....21
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具.....21
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色.....22
3、策略三：学会使用网络营销.....22
五、翡翠玉石行业（2023-2028）发展趋势预测.....23
(一)、翡翠玉石行业当下面临的机会和挑战.....23
(二)、翡翠玉石行业经营理念快速转变的意义.....24
(三)、整合翡翠玉石行业的技术服务.....24
(四)、迅速转变翡翠玉石企业的增长动力.....24
六、宏观经济对翡翠玉石行业的影响.....25
(一)、翡翠玉石行业线性决策机制分析.....26
(二)、翡翠玉石行业竞争与行业壁垒分析.....27

(三)、翡翠玉石行业库存管理波动分析 27
七、翡翠玉石企业战略保障措施 27
(一)、根据企业的发展阶段，及时调整组织架构 28
(二)、加强人才培养与引进 29
1、制定人才整体引进方案 29
2、渠道人才引进 29
3、内部员工竞聘 30
(三)、加速信息化建设步伐 30
八、翡翠玉石行业多元化趋势 31
(一)、宏观机制升级 31
(二)、服务模式多元化 31
(三)、新的价格战将不可避免 31
(四)、社会化特征增强 32
(五)、信息化实施力度加大 32
(六)、生态化建设进一步开放 32
1、内生发展闭环,对外输出价值 32
2、开放平台,共建生态 33
(七)、呈现集群化分布 33
(八)、各信息化厂商推动翡翠玉石发展 34
(九)、政府采购政策加码 34
(十)、个性化定制受宠 34
(十一)、品牌不断强化 35
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“ 35
(十三)、一体式服务为发展趋势 35
(十四)、政策手段的奖惩力度加大 36
九、翡翠玉石行业企业差异化突破战略 36
(一)、翡翠玉石行业产品差异化获取“商机” 36
(二)、翡翠玉石行业市场分化赢得“商机” 37
(三)、以翡翠玉石行业服务差异化“抓住”商机 37
(四)、用翡翠玉石行业客户差异化“抓住”商机 38
(五)、以翡翠玉石行业渠道差异化“争取”商机 38

概述

近年来，翡翠玉石行业市场火爆，其应用场景跨越式发展的根本原因在于技术、安全和多样性的创新。用户需求的爆发式增长，极大地丰富了翡翠玉石的应用场景。一方面，进一步提升翡翠玉石产业链中的原材料和供应商，有利于产业源头的转型升级，优化产业流程；另一方面，翡翠玉石技术、品质、品种的更新迭代，有利于产品的持续开发。进一步满足用户新需求的升级和质量提升，都有利于行业的进一步发展。多方的推动，导致了翡翠玉石应用的爆发式发展。

那么，面对行业的高速发展，翡翠玉石行业的企业如何才能在市场上分得更大的蛋糕，获得更多的收益，占领更大的市场？在这里，企业的市场突破战略非常重要。如何制定战略，选择什么样的战略，关系到翡翠玉石公司未来五年甚至十年的发展。

本文主要分析未来五年翡翠玉石行业企业的市场突破份额，并提供指导意见。企业战略的表现形式和具体选择可以说是非常多样的。每个特定的选择都会有或大或小的差异。当然，每种选择都有充分的理由和具体的不同条件。本文之所以试图探索企业丰富多样的战略选择，是为了在极短的时间内告诉翡翠玉石行业的企业管理者，市场突破发展的基本选择策略有多少，以及每个选择策略如何发挥作用，被选中的根本原因是什么。

一、翡翠玉石产业未来发展前景

随着我国城市化进程的加快，社会稳定和城市安全等问题逐渐浮出水面。翡翠玉石技术是实现基础设施建设的关键技术。因此，随着社会经济和信息技术的进一步发展，翡翠玉石的应用将成为未来的新趋势。

(一)、我国翡翠玉石行业市场规模前景预测

翡翠玉石技术在人们的日常生活和工作中得到越来越广泛的应用。随着我国社会经济的不断发展，对翡翠玉石的应用需求也会增加。

(二)、翡翠玉石进入大规模推广应用阶

中国翡翠玉石技术的发展始于1990年代后期，经历了五个阶段：技术引进—专业市场引进—技术完善—技术在各个行业中的应用。。

目前，国内的翡翠玉石已经比较成熟，并且越来越多地推广到各个领域，扩展了终端设备，独特服务，增值服务等多种产品和服务，二十多种涵盖广泛的产品系列涵盖金融，交通，民生服务，社会福利，电子商务和安全领域，全面使用翡翠玉石的时代已经到来。

(三)、中国翡翠玉石行业的市场增长点

据不完全统计，翡翠玉石行业中有超过 50%的公司提供系统集成服务，而新三板中有25%的公司也提供系统集成服务。在整个翡翠玉石市场中，参与者之间仍有很大的空间供系统集成商使用，市场扁

平化程度有望提高。

渠道，客户资源，口碑，管理，服务，技术和集成能力是系统集成商的核心要素。对于高度依赖数千种渠道和高度产品同质性的翡翠玉石行业，许多制造商可以将其结合起来。凭借自己的优势资源，发展成为系统集成商。通过扩大服务种类和服务范围，不仅可以丰富既有的客户资源，而且可以丰富/构建产品体系，增强抗风险能力和竞争力。当然，在提供集成服务时，请尝试使服务系统更轻便，更易于操作和管理。

(四)、细分翡翠玉石产品将具有最大优势

随着各个行业和部门应用的不断深入，用户类别的个性化和多样化越来越丰富。包括翡翠玉石管理模块的行业管理系统在内的“大而完整”或“小而完整”是统一的。模式最终将被打破，专业化细分将成为与翡翠玉石相关的项目建设的总趋势。各种行业信息系统中将有更多链接，可以将其链接为相对独立的系统并细分市场。交通信息系统，政府信息系统，电子商务系统，社会娱乐系统等也在不断发展和完善。软件开发人员将能够依靠深入的研究和某些细分领域的优势来赢得市场。

(五)、翡翠玉石行业与互联网等行业融合发展机遇

互联网对翡翠玉石的影响在将来会更加深刻。企业使用“ Internet +”平台技术来提高网络服务水平并增强竞争力。翡翠

玉石电子商务将迅速发展。业界建立了翡翠玉石质量安全大数据和互联网监管技术平台，可以有效地实时监测翡翠玉石质量和重要安全指标，实现翡翠玉石监管前后，密切之间的紧密事件联系。

繁荣的供应形式。继续支持翡翠玉石产业与互联网等产业的融合与发展，丰富翡翠玉石产业的新模式和新业务形式。。

这是当前社会资本更加关注的，翡翠玉石产业与其他相关产业融合带来的发展机遇。当前的 Internet　+，实时广播+，移动+，电子商务+，5G +等都是翡翠玉石行业与相关产业整合发展的案例，是翡翠玉石产业真正促进消费转型升级的重要起点。这些主要行业的整合和发展将产生翡翠玉石行业的无数新模式和新格式。

从这里我们可以看到，中国已经开始真正实施和促进翡翠玉石产业的发展。以前，翡翠玉石利润模型是单一的，行业感到非常困惑，无法找到发展方向。虽然很辛苦，但未能获得应有的报酬使许多人失去了坚持的信心。支持翡翠玉石行业和相关行业的综合发展，以及制定具体有效的支持政策，将在促进翡翠玉石行业的发展中发挥巨大作用，并使翡翠玉石行业得以找到新的利润点。建立新的翡翠玉石产业发展盈利模式和发展模式。

(六)、翡翠玉石人才培养市场广阔，国际合作前景广阔

加强人才支持，推进翡翠玉石相关专业翡翠玉石体系建设，建立以品格，能力和绩效为导向的职称评价和技能水平评价体系，扩大翡翠玉石专业人才的职业发展空间，增强他们的职业荣誉感和社会认可

感，促进了保证，并逐渐增加了各个地区翡翠玉石从业人员的薪水。专业人员，技术人员和服务人员的翡翠玉石团队的不断扩展将是未来行业发展的主要趋势。

人才，尤其是专业人员，是翡翠玉石行业发展的基础。目前，人才已成为制约翡翠玉石行业发展的重要因素。如何解决翡翠玉石专业人士的问题，不仅需要改进高校的翡翠玉石。建立专业人才的翡翠玉石体系，建立满足市场需求的翡翠玉石专业，正确定位翡翠玉石专业人才，还需要建立翡翠玉石专业职业学院进行培训专业的服务人才。没有完善的人才培养教学与实践体系。有必要积极引进国外成熟的翡翠玉石专业人才的翡翠玉石体系，进行深入研究，结合国情，建立一套适合国情的国际翡翠玉石产业人才培训课程和练习系统。目前，中国的翡翠玉石技术联盟正在与美国，日本，澳大利亚，加拿大，意大利等国家进行谈判，交流专业的翡翠玉石人才培训体系合作，并初步打算引进国外翡翠玉石技术人才培训是快速建立中国翡翠玉石人才培训体系的重要途径。

(七)、翡翠玉石行业发展需要突破创新瓶颈

翡翠玉石的发展趋势是，智慧和生态将成为新的标准和新的亮点。从三个层面可以看出这一趋势。首先是客户的要求。从业人员对翡翠玉石的要求越来越高，对服务的要求也越来越高。第二个是政府的管理目标，最初只针对企业。做好一项奠定行业基础的工作就足够了，但现在还不行。除了高质量的基础设施运营商，我们还需要在行业规

范，行业前景，行业趋势等方面有明确的方向指导，并且管理要求也在不断提高；第三是投资者的期望。现在很难提高低端技术的产品价值，因此许多公司都在改变笼子，以通过产业升级来提高质量和价值。因此，翡翠玉石需要不断提高自身的创新能力，突破行业瓶颈，实现高质量的发展。

二、翡翠玉石业数据预测与分析

(一)、翡翠玉石业时间序列预测与分析

根据翡翠玉石业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了翡翠玉石业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

时间序列方程的表达式为：$y = a + b \times t$

其中 y 为输出，a 和 B 为模型参数，t 为年份。

根据近年来从翡翠玉石行业获得的数据，对参数 a 和 B 进行相应的估计，以获得参数 a 和 B 的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内翡翠玉石业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取翡翠玉石行业的原始数据。原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的翡翠玉石行业模

式与实际情况相符；第二个是预测时间跨度。预测时间跨度越大，预测结果与实际值之间的偏差越大。因此，预测时间跨度不应太大。

根据翡翠玉石业 2016 至 2021 的数据，预测未来 3 年、5 年和 10 年该行业的产量。

根据以上分析，时间序列方程为

y=5009.69（预估值）+1747.35*t

模型的决策系数 r 等于 0.86615，小于 1。

该模型得到的预测值一般低于实际值。这也从另一个方面反映出，在未来 5 至 10 年内，中国翡翠玉石业某一产品的产量将继续保持较高的增长趋势。

二)、 翡翠玉石业时间曲线预测模型分析

在翡翠玉石业的曲线预测模型中，我们使用了二次曲线模型。模型的基本表达式如下：

y=a+b1*t+b2*t2

式中，y 为当年翡翠玉石业的产值，a、B1和 B2为参数，在模型中估算，t 为年份。

输入相应年份的数据，得到如下曲线预测模型

y=10366.98-1174.80*t+292.22*t2

模型的决策系数为 0.9979

三)、翡翠玉石行业差分方程预测模型分析

差分方程的基本模型如下：

yt=a+b*yt-1

其中，YT为当年翡翠玉石业产值，YT-1为上年产值，a、B为参数，在模型中确定。通过输入几年的产值和前一年的产值，估计参数a 和 B，得到产出的差分方程模型，然后根据得到的差分模型，预测5-10 年的产出。

因此，我们得到的翡翠玉石业的差异模型是

yt=-3230.20+1.41*yt-1

该模型的判断系数为 0.99395，非常接近 1，表明该模型可以用来预测未来中国翡翠玉石业产品产量的变化趋势。同时，从模型中我们可以清楚地看到，我国翡翠玉石行业的产品产量受上年影响较大，年产值高于上年，这也反映出翡翠玉石行业的产品产量在未来几年将有较高的发展势头。

(四)、未来 5-10 年翡翠玉石业预测结论

在以上三种预测翡翠玉石业的经济模型中，时间序列法预测的产值将低于实际值。低值的主要原因是中国翡翠玉石业将继续保持快速增长，但该方法假设增长速度较慢，因此预测结果与其他两种方法有很大不同。但仍有一定的参考价值。首先，其他两种方法可以更好地预测未来翡翠玉石行业某一产品的产量变化趋势。然而，由于现实中复杂的经济条件以及政策法规对翡翠玉石业发展的影响，即使是一个

好的计量方程也总会与现实存在一定的差距。以上对翡翠玉石业未来走势的预测仅供参考。

一)、政策将会持续利好翡翠玉石行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求，预计需求将迎来快速释放。同时，互联网+翡翠玉石，大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段，创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显，行业集中度有望加速增长，实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高，我们相信翡翠玉石行业的前景广阔。

(二)、 翡翠玉石行业政策体系日趋完善

近年来，国内翡翠玉石产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019 年，国务院相继发布了与翡翠玉石密切相关的三项政策文件，为翡翠玉石的发展奠定了重要的政策基础;中国中央网络空间管理局发布了有关翡翠玉石管理的文件，这些文件在翡翠玉石行业中发挥了积极作用，产生了重要影响；针对翡翠玉石业务形式，明确了互联网资源协同服务业务的概念，并相继颁布了相关的市场管理政策；工业和信息化部于 2019 年发布了《翡翠玉石发展三年行动计划

（2019-2022）》，提出了发展翡翠玉石的指导思想，基本原则，发展目标，重点任务和保障措施。

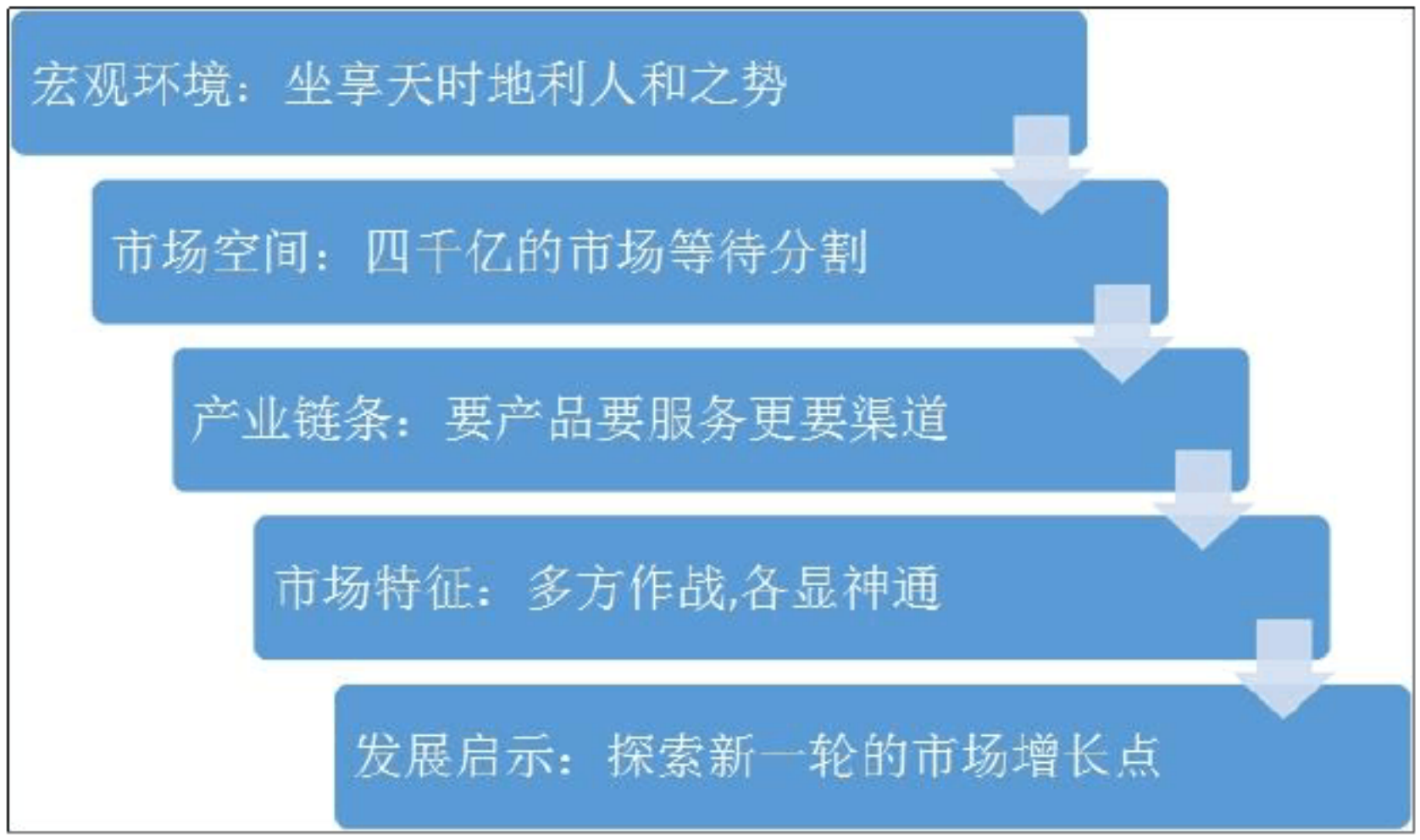
三)、翡翠玉石行业一级市场火热,国内专利不断攀升

在市场规模快速增长和政策支持明显增加的背景下，翡翠玉石主要市场的知名度也在不断增加。

同时，随着一批明星企业的迅速崛起以及国内在翡翠玉石领域的投资，国内翡翠玉石技术专利的数量也在持续增长。从每年新增的数量来看，2007 年的新专利仍然少于 100 个。它在 2015 年迎来了爆炸式增长，2015 年的新专利数量已达到 1,398 个，居世界领先地位。从目前累计的专利数量来看，我国的翡翠玉石公共专利已达到 4,000 多个案例，大大超过了其他国家和地区。技术实力的显着提高也为国内翡翠玉石市场的开放和商业产品的迅速普及奠定了坚实的基础。

(四)、宏观经济背景下翡翠玉石行业的定位

在产业链的下游，用户需求和服务存在很大差异



2023-2028 年翡翠玉石行业企业市场突围战略分析

一)、在翡翠玉石行业树立“战略突破”理念

市场瞬息万变，科技飞速发展，不少企业跟进新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。 翡翠玉石行业的公司必须有“突破，然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对翡翠玉石行业的国内外技术市场和消费市场进行了详细调研，确定了行业发展方向。

2、在论证的基础上，决定突破翡翠玉石产业战略：开发符合市场方向的产品，形成自身产品优势（进一步明确技术创新聚焦高端/中/低端市场）。

二)、确定翡翠玉石行业市场定位、产品定位和品牌定位

翡翠玉石行业市场定位、产品定位、品牌定位是三大营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个适应这个阶段的准确定位，比如王老吉的“怕上火”和农夫山泉的天然水定位是成功营销的第一步，比如书福家的杀菌和阿里巴巴的中小企业交易平台。

、市场定位

翡翠玉石行业市场定位是指竞争对手现有翡翠玉石产品在市场上的位置，以及消费者或用户对产品的某些特性、灵活性和核心利益的重视程度。为公司的产品打造与众不同、令人印象深刻、与众不同的个性或形象，并通过一套具体的营销组合将这种形象快速、准确、生动地传递给客户，影响客户对产品的整体感受。

比如可以定位为：城市中等收入以上家庭，有一定经济基础，对新事物接受能力强，追求高品质生活的人群。

2、产品定位

翡翠玉石行业目标市场定位（简称市场定位）是指企业对目标消费者或目标消费市场的选择；而产品定位是指公司对应什么样的产品来满足目标消费者或目标消费市场的雅求。理论上应该先进行市场定位，再进行产品定位。 翡翠玉石行业产品定位是将目标市场的选择与公司产品相结合的过程，即市场定位的企业化、产品化工作。

可以使用：翡翠玉石行业产品差异定位法、主要柔性定位法、兴

趣定位法、用户定位法、使用定位法、分类定位法、针对特定竞争对手的定位法、关系定位法、问题定位法等用于定位。但无论是哪一种定位，定位的基本方法都是比较，也就是性价比。不仅是产品性能和产品价格的比较，还有客户收入和支付的比例。客户的利益可能是心理上的，也可能是服务上的。

翡翠玉石行业产品定位必须遵循两个基本原则，即适应性原则和竞争力原则。

适应性原则包括两个方面。一是翡翠玉石行业的产品定位要适应消费者的需求，给他们喜欢的东西，从而树立产品形象，促进购买行为；第二个是翡翠玉石行业的产品。定位要适应企业自身的人力、财力、物力等资源配置条件，以保质保量、及时、顺畅地到达市场地位。

竞争原则也可以称为差异原则。 翡翠玉石行业产品定位不能一厢情愿。还必须根据市场上翡翠玉石行业竞争者的情况（如竞争者的数量、各自的优势和产品的不同市场地位等）来确定，避免出现类似的定位。降低竞争风险，促进产品销售。例如，B公司的产品服务于高收入消费者，而 A公司的产品定位于服务低收入者； B公司的其中一款产品表现突出，而 A公司的产品定位于其他一些灵活性方面，形成了产品差异化的特点。 “人无我有，人有我优，人优我廉，人廉我转”是这一竞争原则应用的具体体现。

可以看出，翡翠玉石行业的产品定位基本上取决于产品、公司、消费者和竞争对手四个方面，即产品的特性、公司的创新意识、消费者的需求偏好，以及竞争对手产品的市场地位。通过适当的协调，可

以正确确定产品状态。

3、品牌定位

翡翠玉石行业品牌定位是基于市场定位和产品定位，对特定品牌的文化定位和个性差异做出的商业决策。它是建立与目标市场相关的品牌形象的过程和结果。

翡翠玉石行业品牌定位是市场定位的核心和表现。企业一旦选定了目标市场，就必须设计和塑造自己相应的产品、品牌和企业形象，才能赢得目标消费者的认可。由于市场定位的最终目标是实现产品销售，品牌是企业传播产品相关信息的基础，品牌也是消费者购买产品的主要依据，因此品牌成为产品与产品之间的桥梁。消费者，品牌定位成为产品与消费者之间的桥梁。市场定位的核心和集中表现。

有不同类型的消费者，不同的消费水平，不同的消费习惯和偏好。企业的翡翠玉石行业品牌定位必须从主客观条件和因素出发，寻找符合竞争目标要求的目标消费者。在细分市场中根据特定细分市场，满足特定消费者的特定需求，找出市场空白，细化品牌定位。消费者的需求在不断变化。企业还可以根据时代的进步和新产品的开发，引导目标消费者产生新的需求，形成新的品牌定位。翡翠玉石品牌定位必须打动顾客的心，唤起顾客的内心需求。这是品牌定位的重点。

(三)、创新寻求突破

只有创新者前进，只有创新者强大，只有创新者才能获胜。“科

学技术是第一生产力”。一个好的公司只能是规模大、质量高，而一个强大的公司必须依靠技术的创新和应用。 翡翠玉石行业的公司也是如此。

1、基于消费升级的科技创新模式

90 后甚至 00 后已经成为社会消费的主要消费者。一方面，这群人对科技有着十足的崇拜，对科技毫无抵抗力。科技因素已经融入消费者的骨子里。另一方面，宗教只有技术创新才能解决个体化政府与大规模工业化生产的矛盾，才能实现以食张口、以衣伸手的智能场景，顺应新人们的消费趋势。

中国经济由投资主导型向消费主导型转变，科技创新必将带动消费升级。借助技术创新，涌现出一大批新品类、新服务、新模式。消费习惯的改变、消费方式的变革、消费流程的重塑，催生了跨区域、跨境、线上线下、体验分享等多种消费业态的兴起。

基于消费升级的技术创新模式仍是创新先烈的方向。无论技术如何发展，它仍然是一个工具。翡翠玉石品牌的生存和发展需要品牌力、产品力和消费力的融合。它是单独某项技术的迭代、不可逆。

2、创新推动翡翠玉石行业更高质量发展

翡翠玉石产业创新的关键是大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术的创新，业态和模式的创新，商品和服务的创新。通过信息技术的创新，可以降低物流成本、运营成本、管理成本，提高效率，

提高竞争力；通过技术创新，可以有效推动业态和模式的创新；通过业态和模式的创新，更好地满足消费者多元化、多层次、多方位、个性化的需求；商品和服务创新可以激发潜在消费，提高边际消费率，扩大消费。

过去，在我国模仿驱动消费的环境下，业态“标准化”、“模式化”的发展是我国翡翠玉石行业发展的一个突出特点。在当前和未来消费日益高级化、个性化、多元化消费成为主流的新环境下，“模式”的发展已不能适应新业态、满足新消费。要加快新技术、新业态、新模式创新。首先，要解决消费者对差异化商品和服务的追求与翡翠玉石行业销售商提供标准化、模块化运营的矛盾；其次，翡翠玉石商家必须控制商品的定价权，拥有自己独特的商品才能获得市场准入优势。在新业态和新模式创新方面，中小翡翠玉石企业是创新的中流砥柱和生力军。国家还应重视占市场 90%以上的中小翡翠玉石企业的创新，通过全行业的主动创新，促进我国翡翠玉石行业的高质量发展。

3、尝试业态创新和品牌创新

对于翡翠玉石行业而言，企业为消费者提供的产品和服务始终是消费者最关心的核心问题。面对瞬息万变的消费者需求，更适应消费者需求的业态和品牌有望帮助企业覆盖更多的客户群体，实现持续增长。全聚德以现有品牌为基础，全聚德将向“小而精”拓展，尝试商业店、旅游店、社区店、商场等新模式，希望利用品牌影响力和多年的经营经验，缩短获利时间。

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/455144001323011214