

2023年市场调研报告奶茶(优秀5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

市场调研报告奶茶篇一

对奶茶店的预期分析调查：从奶茶店投资的投资预计和盈利分析的相关数据和奶茶店的类型、距离、营销方式以及增值服务等方面展开调查。

对奶茶消费者的偏好调查：从消费者享受奶茶的偏好方式、对杯子和吸管的偏好等方面展开调查。

从以上两方面的调查中得出：店主应该认清奶茶的主要消费群体是什么人及其偏好，通过对影响奶茶店销售量的不同因素的关注度强弱来明确自己的投资重点。

2、消费者偏好对奶茶店投资方向的影响

大多数消费者并不会在店内饮用，因而店主在店面装修问题上不用花太多的精力和金钱，作为大学生这种消费群体并不是一味追求高档次消费。由于消费者更愿意边走边和，所以店主应该通过加强对包装的创新以及服务的质量来获取更多的销售额。图3—2表示出消费者对产品质量和环境卫生两个方面是有一定要求的，店主应该把精力和金钱投入店员的服务素质和环境卫生上。两图说明奶茶现在经营方式较为简单，不需要投资过多的设备和过大的店面，因此，做为一个大学生创业者，在期初我们可以选择小规模经营，可以把主要精力用于消费者的偏好上改善销售额，提高利润率，再在一定盈利状况下，扩大规模，提供一些饮用设施。根据对消费者

偏好的调查，投资者需要在提高服务质量，开发新产品，改进包装，提高环境卫生等几个方面下功夫就可以争取到更多的客源。

市场调研报告奶茶篇二

(1) 大部分人每个月去奶茶店1~2次，少数人去的比较多，不去的没有。

(2) 大部分人的月支出在500~800元，消费普遍较高。

(3) 大多数人在乎的是产品的种类和价格，也有人关注地理位置和服务态度。

(4) 去奶茶店的目的大多是解渴避暑和聚会，也有人是习惯性的消费。

(5) 绝大部分人对奶茶店还是满意的，当然也有一些人不满意或者非常满意或者一般。

(6) 需要改进的方面主要是口味，产品种类次之，再者是价格。

(7) 对于奶茶的其他服务，有83%的人希望是提供杂志或者桌游，少数人希望有西点外卖。

(8) 对新开奶茶店的态度，一般都是持观望态度的，很少有人不去，或者立刻去消费。

(9) 对消费者来说，新店开张，最具有吸引力的是特价商品，然后是有买有送。者立刻去消费。

(9) 对消费者来说，新店开张，最具有吸引力的是特价商品，然后是有买有送。

(10)对于开新的奶茶店的可行性，支持和反对的人数基本对半。

综合来看，学校附近奶茶店的发展前景较好，有这较多的消费群体，特别是大学生对奶茶店的发展有这决定性的’影响，他们是保证奶茶店客源的主要因素。因此学校周围的奶茶店应该充分的折合学生群体的消费特征，从而促进奶茶店的持续发展。比如说，降低价格，增加产品的种类和服务。如果开一家新店，应该慎重考虑，并且要尽可能满足学生的要求。

市场调研报告奶茶篇三

随着社会的发展，校园经济在市场需求的不不断变化下蓬勃发展，学生们对于饮品的要求不仅限于解渴，而更多追求健康、美味等，因此，市场上饮品品种也层出不穷。奶茶作为畅销饮品之一越来越受广大学生欢迎，本调查组针对川农校内及附近奶茶店的经营进行调查统计，为奶茶店投资可行性作出一定调查。

市场调研报告奶茶篇四

3) 调查了解影响徐州奶茶市场发展的环境因素分析，包括宏观环境、中观环境等。

1、目标市场；目标市场是青少年。

2、青少年的消费心理：

第一，追求新颖时尚。青少年大多思想解放，富于幻想，容易接受新事物，喜欢猎奇。他们购买的商品要求是“新、奇、美”的，然后才是实用，他们往往是某些新产品的首批购买者和消费带头人。为了追求时新，他们也会去模仿所崇拜的明星，他们之间也会相互观察、议论、模仿，使得在消费流行中能尽量赶在前头。第二，追求个性化。青少年的自我意

识加强了，有他们自己的性格、志向、兴趣等，他们在各类活动中都会有意无意地表现他们的特殊性。因此，青少年不仅仅是追新逐异，而且要求在消费中反映他们的个性，喜欢购买能反映其个性的商品。当然，单个商品是很难反映各类青少年的不同个性的，因此青少年是在他们全部消费活动中来表现其个性的。为了在消费活动中反映自己的个性，他们就不只是对名人、明星进行模仿或简单地猎奇，还必须有独创性，因此他们在消费上的学习方式是多样化的。第三、注重感情和直觉，冲动性购买色彩浓烈。青少年虽然已有较强的思维能力，决策能力，但仍然容易感情用事。他们特别看重商品的外形、款式、颜色、牌子、商标，当直觉告诉他们商品是好的，他们就会产生积极的感情，从而迅速做出购买决策，非买到不可。至于商品的内在质量、价格、是否会很快过时等问题就较少考虑了。

3、市场定位是形象差异化战略。

好处：企业能过强烈的品牌意识、成功的ci战略，借助媒体的宣传，使企业在消费者心目中树立起优异的形象，从而对该企业的产品发生偏好，一旦需要，就会毫不犹豫地选择生产这一企业的产品。消费者能从企业或品牌形象方面得到一种与众不同的感觉。对个性和形象区别是很重要的。个性是企业确定或定位它自己或产品的一种方法。形象是公众对企业和它的产品的认知方法。实施品牌战略实际上是基于差异化战略理论观点而选择的一种营销战略。建立品牌的目的是借以辨认某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之同竞争对手的产品和服务区别开来，品牌忠诚增强了一个品牌对竞争者的抵抗力。品牌忠诚使企业能保持它现有的顾客而且不用花费大量的资源来赢得新顾客。

市场调研报告奶茶篇五

调查对象为长沙理工大学云塘校区学生，由于该大学学生人数太多，此次调查决定采用分类随即抽样法，具体调查方法

是：将大学生分为男生和女生，再按男女生比例抽出总数为100名学生，该大学男女生比例大约为7：3，则最后抽出70名男生和30名女生。