# 最新奶茶市场调查报告引言(九篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-07-28

*报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。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。奶茶市场调查报告引言篇一随着市场...*

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。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。

**奶茶市场调查报告引言篇一**

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，近些年来，奶茶越来越受到广大消费者特别是年轻人群的追捧，不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱，快捷便利的路边奶茶店在台州市场上遍地开花，其中珍珠奶茶深受市民的喜欢，成了火爆街头的大众饮品。通过我们对消费者的调查了解，从而了解奶茶的发展状况、消费者需求、市场占有率及存在的问题。

调查对象：在校大学生

一般情况：这部分人大多在18至30岁之间,其中大概以18—24岁为主要消费群体。

本次调查采取的是随机问卷调查。发放问卷是在学校内随机选择行人当场发卷填写，并当场收回的形式。共发出调查问卷105份，收回100份，回收率达95%、

：

20xx年5月22日

主要调查了消费者对奶茶市场的了解，购买奶茶的途径，以及对奶茶店的具体情况的了解等。

其一，随着生活节奏的加快，方便，简单，快捷的食品受到越来越多消费者的追捧。奶茶遍布各地，消费者在任何地方都能够买得到。同时奶茶较其他食品(泡面等)更为方便，即买即饮，不管是在办公室里，还是在去办公室的路上，消费者都可以随时食用，节省消费者的时间。由于工作和学习的压力，一些消费者没有时间选择或购买自己的早餐或是午餐，奶茶送货上门，为消费者带去了诸多方便。

其二，随着经济的发展，人们对生活得质量越来越高，美味、营养、天然、健康，成为消费者对奶茶的新要求。

其三，在消费方式上，大多数消费者以少量、零星、随机购买为主，习惯于即买即饮的消费者占大部分，经常购买和批量购买的比例较小。此外，休闲消费成为消费者购买奶茶的一个新特点。

其四，在购买频率上，重度消费者的比例较小，仅有一小部分消费者每天饮用一次或更多;而轻度消费者的比例较大，很多的消费者每周饮用1次或更少。也就是说目前奶茶的固定消费人群较少，市场还有待于进一步培养。

大学城是大学生比较密集的场所，同时整体上知识文化素质比较高,接受了较多西方思想和生活方式,易于接受新事物。他们有强烈的追求较高品位的生活方式的欲望，有一部分群体消费水平较高，有较多的可支配收入购买非生活必需品。在大学城里面经营一家奶茶店，一方面可以丰富教师与学生的生活，另一方面对于经营者而言，潜力巨大，大有可为。

大学城的消费群体按照职业主要可以分为学生和教师两个大的群体。其中学生的数量最大，教职工次之。

学生消费群体，大学城的学生群体里主要是本科生。本科生按照年级分为入巢，守巢，离巢三个阶段。

1、入巢：主要是大一年级。初来乍到，对一切都十分好奇，对校内外乃至整个蚌埠市的饮食有较浓厚的兴趣。但是由于大学城的地址比较远离市区，所以其主要生活范围主要是大学城，更多的是学校。

2、守巢：主要是大二和大三年级。消费行为由大一的大学生活必需品的消费(手机，电子词典，衣服等)转为非生活必需品的体验性和情感性的消费。相当一部分守巢期的消费群体开始恋爱，情感需要表达。

3、离巢：大四可归入离巢期。因为就业和考研的压力，可支配的剩余时间减少，情感需要寄托。

教师消费群体

1、年轻教师：刚毕业不久，留校的年轻老师，一般单身，没有家庭，处于学生和教师角色的转换之中。生活稳定，有较稳定的收入，易于接受新事物，追求自己的生活方式。

2、其他教师：相对于年轻教师而言，收入较高，有子女和家庭，可支配收入更多。是潜在的奶茶消费者。

根据对其他品牌的调查我们得知，品牌奶茶加盟店是消费者信得过的品牌，而在大学城内有规模有特色的奶茶店几乎没有。健康特色的奶茶点还有很大的市场需求。

我们应该采取相应的措施：

①加大宣传力度，使每个消费者对我们自己的奶茶店留下深刻的印象;

②在消费者购买奶茶时，可以发放宣传册，方便下次购买;

③在节假日期间推出一系列活动(如发放优费券、打折等)，提高我们奶茶店的知名度。

消费者的需求弹性大，消费日趋风格化、个性化，经营者应该通过有效激励消费需求来改变现状。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足功夫就可以争取到更多的客源。

**奶茶市场调查报告引言篇二**

学校: xxxx职业学院

专业： 经济管理系工商管理

班级：xxxx班

姓名：

吴xx

学号

目录

财院学生奶茶市场调研

奶茶是现代青年备受欢迎的饮料，它的市场范围不断的在扩大。一方面现在大学生数量越来越多，奶茶的市场需求加大。另一方面奶茶适宜一年里的每一个季节。综合来看，市场结构稳定增长。

（1）了解现有市场上奶茶的价格

（2）全面调查该大学学生对于奶茶的喜爱程度以及购买欲望，学生的购买能力。

（3）确定大学生心中的奶茶价格定位

（4）了解该大学现有奶茶店的销售价格、销售量及销售群体。

（5）了解大学生所钟爱的奶茶品种及市场上的奶茶品牌。

（6）了解大学生的各种口味。

xx九江

1、调查学校外面的奶茶店。

2、调查学生每天喝奶茶的杯数。

1、奶茶店调查；过去一年的业绩；未来奶茶市场趋势；商家对奶茶品牌竞争、

2、消费者调查：品牌种类；购买地点;购买数量；奶茶价格；通常一次购买数量；购买行为影响因素；选择品牌的原因（口味）；开始使用该品牌的时间；

五月十六日完成方案设计；五月十八日之前完成市场调研问卷和数据处理；五月十八日完成市场调研报告。

1、累计总额：人民币拾元。

财院学生奶茶市场调查问卷

当今我国奶茶行业的确是百花齐放，并且呈现大发展的势头。但俗话说得好：“不打无准备之仗”，要想在这其中发现商机，就必须首先把眼光放远，对市场的现状和趋势有相当的了解，现在这是一份关于奶茶店的市场调研，希望得到您的大力支持。占用您宝贵的时间我深表歉意！

a、男

b、女

a、喜欢

b、一般

c、不喜欢

d、没喝过

a、很流行

b、一般

c、不流行、

a、平均每天一次

b、平均每天两~三次

c、平均每天四次上

d、几乎不去

a、味道口感

b、品牌

c、性价比

d、健康营养

a、解渴

b、调节心情

c、改善生活

d、配合约会、聚会

a、必须

b、有了更好

c、可有可无

d、没有必要

a、现制

b、易拉罐

c、杯装

d、纸装

a、2~3元

b、3~4元

c、4元以上

d、无所谓

a、香飘飘

b、优乐美

c、香约

d、雀巢

e、没喝过

b、家人朋友集会

c、购物逛街

d、旅游e、其他

a、口 味

b、品 牌

c、包装

d、营养

e、价格

a、网络广告

b、电视广告

c朋友介绍

d、报刊、杂志

e、其他

a、现场促销推广

b、赠饮

c、淘宝折价推广促销

d再来一杯促销推广

调查统计及分析

2-3元的比例占40%，3-4元的比例占58%，而在4元以上的比例占有2%。 因此，要想在财院学校开一家奶茶店，奶茶定价应定在2-4元以内，不宜定价太高，但少数可以在4元以上。

如下图表。杯装占有44%，现制占有56%。因此在进货时，应按此比例买包装避免浪费。同时不应买其他包装，学生都用这两种包装。

尤其是对于年轻人。财院学生消费奶茶的主要目是什么呢?

答案：

1、调节心情比例占有70%

2、解渴 比例占有16%

3、配会、约会比例占有14%

因此，奶产店应装修的要亮丽点，符合时尚，店内贴一些明星的海报。能够给学生一种温馨的感觉。更能吸引消费者。

还有市场上面比较有名的奶茶。还有学生现在消费能力相对有限，可能会考虑到奶茶的价格。这也会影响学生考虑的因素。另外学生主要考虑的是奶茶的味道。如下图统计，学生考虑因素的比例，味道口感占92%，性价比占4%，品牌占有4%。因此奶茶味道是学生主要考虑的要素。要开一家奶茶店，主要将奶茶味道做好。

在当今市场经济体制下，生活无处不经济，只要把握市场环境，到处都有商机。通过精心的市场调查，我从此得出结论：

一、在九江财院附近，奶茶的市场相当大，在生活水平逐渐提高，学生的零花钱越来越多，奶茶地位已成为必不可少饮料。

二、学生选择奶茶的要求越来越高。尤其是奶茶的口感味道。他们追求更时尚的品味。

三、他们选择的包装要亮丽、美观，价格并不是重要因素。

经过两天的艰辛调查，不断和财院学生的交流和调查。有着深刻的体会：

（一）、在调查的过程中，为了能过调查出真实的问卷，做出了巨大的付出，努力与每一位拦截的学生聊天， 争取让他们写出他们真实情况。

（二）、体会到调查的辛苦。一份付出，一分收获。

（三）、做最低层的调查，能够锻炼自己的各方面能力。学会不怕吃苦，脚踏实地。

**奶茶市场调查报告引言篇三**

饮水思缘奶茶店位于泰山医学院商业街南侧二楼的一家以经营奶茶为主的休闲场所，是泰医开业最早的一家奶茶店，属于全国连锁店。

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，近些年来，奶茶越来越受到广大消费者特别是年轻人群的追捧，不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱，快捷便利的路边奶茶店在市场上遍地开花，其中珍珠奶茶深受市民的喜欢，成了火爆街头的大众饮品。通过我们对消费者的调查了解，从而了解奶茶的发展状况、消费者需求、市场占有率及存在的问题。进而找出潜在的消费群体，了解他们的需求，从而扩大市场。

调查对象：在校的大学生，经过分析我们认为大一的学生是饮水思源奶茶店的潜在客户，所以此次调查针对的是大一在校生。

本次调查采取的是随机问卷调查。发放问卷是在学校内随机选择行人当场发卷填写，并当场收回的形式。共发出调查问卷100，收回81份，回收率达81%.

20xx年11月21号——20xx年11月25号

1、确定所要调查的产品及对象

2、分析产品及对象，制定调查问卷

3、调查问卷的发放及回收

4调查问卷的统计分析，得出分析结果

5、撰写调查报告

主要调查了消费者对奶茶的了解，奶茶店的服务、设施，以及到奶茶店喝奶茶的原因等具体情况的了解。问卷共向消费者提出了15个问题。

其一，随着生活节奏的加快，方便，简单，快捷的食品受到越来越多消费者的追捧。奶茶店在泰医越来越多，消费者在任何地方都能够买得到。

其二，大一的学生对学校的奶茶店不是很了解，是一个比较大的潜在消费群体。

其三，大一的学生刚刚来到泰医，同学之间缺乏认识，这样他们之间的聚会比较多，而奶茶店是一个比较不错的选择，边喝奶茶边交流。

优势：

①饮水思缘在泰医开业比较早，综合实力较强；

②产品种类多，可供消费者选择的较多；

③店内环境比较好；

④服务比较好

劣势：

①空间比较小，不能满足更多的消费者需求；

②娱乐设施缺乏十、市场分析

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，原材料价格一涨再涨，加上一些商家为保证利润，不段降低原料品质，导致目前奶茶市场一片混乱。奶茶已经成为了近一段时间来垃圾食品的代名词，通过我们对消费者的调查了解，真正的原因还是在于奶茶口味的问题。

口味不断推陈出新，变化多，形成众多系列，消费者选择广。仅仅奶茶就有茉香奶茶，咖啡红茶奶茶、麦香红茶奶茶等等，添加物就有珍珠、椰果、苟蒻、水晶等，而雪泡、沙冰、刨冰等只有现做现卖才口味好。

最近随着奶茶店的增多，原有的市场被分割，市场份额减少。而且每个奶茶店都有自己的老客户，大二、大三等高年级的学生基本都有自己的固定的喝奶茶的店，这部分市场基本固定。所以大一的学生成为市场的新的突破口，成为新的争夺点。

略

1、对店内进行重新的布置，合理整合空间，在原有空间不变的条件下通过整合扩大空间

2、对室内进行装修，建议装修风格为浪漫温馨。

3、增加娱乐项目，比如棋类游戏（跳棋、围棋、象棋、军棋等）

4保证奶茶的质量。在冬天时，奶茶的温度要热一些，避免还没喝完奶茶就变凉了，夏天时可以适当推出冷饮。

问卷的设计及印制——张旭英、李娟、孙晓刚

调查问卷的发放及回收——高鹏、宿露真、张旭英、李娟

调查问卷的分析——孙晓刚、高鹏

调查报告的撰写——孙晓刚

**奶茶市场调查报告引言篇四**

我们本次奶茶店的调研基本结束了，在调研中我感受颇多。这次奶茶店的调研是一个让我从害怕到担心，再从担心到冲满成就感的过程。第一次接手课题，课题调研一听名字就知道这需要做调查

不仅麻烦，而且需要与不认识的人去沟通，并且要在没有任何利益驱使的情况下让一个素未谋面的人帮我完成一项任务，可能这是现在一般大学生的一个通病，觉得有些开不了口，所以有些害怕。但是我没有因为害怕而就不做这项任务了，毕竟它是拓展素质，锻炼自己的一次机会，所以我积极主动

参加了本次调研活动。经过前期的充分准备，我们完成了市场查问卷等一系列零散杂乱的工作，此时有了少许的成就感。

在前期准备工作中，我认识到了课题调研的意义所在，奶茶店实地调研再一次的让我领悟到了目标的重要性。做一件事情首先要有其目的或目标，就像市场调查一样，调查是为了什么，也不能盲目前进，到头来功亏一篑。目的是我们的前进方向，就像每个人的梦想一样，引导着我们去寻找另一片天空。这种灯塔似的东西，干什么都不能少。

有了目标，就是我们为实现这个目标而设定的种种计划。计划就比较伤脑筋了，需要我们考虑问题周全而且要深入，我们事先做了计划， 调研时依计行事。在调研过程中不断对我们的计划作出补充，尽可能的完善，这些都是要自己亲身经历后才会明白。

在这次的市场调研中，我第一次感到真正投身到社会工作的感觉。第一次真真正正看到社会的一些层面，当与随机抽样的人做问卷调查的时候，我一次次被他们拒绝，甚至遭遇他们的冷嘲，这对于一个在父母呵护下长大的我来说确实是一个比较大的挑战。

在这样的情况下，我并没有与他们反驳吵架;反而让我学习被别人拒绝的感受，学习更深的忍耐。同时，我感觉我自己人际沟通交流方面还需要继续加强;这次市场调研，使我懂得了如何跟陌生人交流、跟拒绝向你交流信息的人获取想要得到的调研信息。

另外，我还学到了很多书本上没有的东西，有很多有趣、有用知识让我产生强烈的兴趣;促使我更进一步的学习，我相信我在以后的学习生活中会学到更多的知识来充实自己。

本次的课题调研与课题撰写，让我深刻的感受到了团队协作的重要性。我们时常交流，做到了及时发现问题及时处理，在调研的开始就说明了问题的重要性，明确责任，分工合作，为了共同的目标而努力，互相帮助互相理解，最终才完成了这项艰巨的任务。

此次调研，更重要的是其中学到了不少了的东西，而这些又是书本上无法给予我们的，在社会这片大海里，时常要我们拿块小棉花去吸吸水，保持身体的水分才不会出现身体不适，而被淘汰掉。

在日益丰沛的国民经济“雨水”浇灌下，奶茶店在大街小巷，无论是发达还是不发达的城市，遍地开发。这种投入低，利润高，客流量大的餐饮类行业，已成为众多小型创业人士的首选。人们随处可见打包或者捧着奶茶游街的大众，其中年轻人尤为居多，更加看出了奶茶行业的发展空间之大。笔者在这里简述开奶茶店的市场分析。

近几年，中国饮料年产量以超过20%的年均增长率递增。进入90年代，世界茶饮饮料以17.0%的年增长速度递增，被誉为新时代饮料而风靡世界。奶茶以奶加茶的复合式醇厚口味赢得了广大消费者的喜爱。

中国作为有着悠久饮食文化的国度。“民以食为天”对于拥有14亿人口的大中国来说，是一个巨大而永恒的市场。随着经济文化的飞速发展，人们饮食结构正渐渐发生了变化，绿色健康，追崇时尚、美味、营养休闲食品的概念已深入人心。

就因为这样巨大市场的诱惑，许多人纷纷投资其中，有的甚至辞掉了本职工作，专门开店。这其中当然有做好赚钱的，可也有许多门店存货没多久就关闭了。究其原因，还是因为种种考虑欠缺或者经营不当。对于开奶茶店的市场分析，笔者做了一些简单概述：

(1)奶茶现做现卖，即时消费。而且奶茶店的大部分产品既可以做冷饮又可以做热饮，一年四季都有市场。

(2)奶茶一般分为主料、辅料和加料三个方面。加料主要有红豆、花生、珍珠、还有葡萄干等等。因而在喝奶茶的同时又有

“吃”的乐趣，其他饮品提供的添加物单一，无法与奶茶媲美。并且开奶茶店，可以加入附属产品，比如小吃，简餐等。

(3)门面可大可小，一次性投入小，风险低，投资回报周期短，回报率高。

(4)开奶茶店的技术门槛低，操作简单，培训几天就可以进行操作，而且需要操作人员少，一般两三个左右就可以了。

(5)奶茶有多种特色产品，产品种类繁多，可选择性强。

(6)如果是连锁奶茶品牌，还有质量的保证。健康安全。

(1)奶茶店资金技术门槛低，既是一个优势，也是一个劣势。因为资金技术门槛低，能够开奶茶店的人也多，奶茶市场很容易达到饱和状态，竞争的重点集中在价格竞争上。

(2)奶茶的附加价值低，不能挖掘出让人记忆深刻的内涵。

(3)奶茶店生意的好坏很大程度上取决于店面的位置。买奶茶的消费者一般都符合就近原则，他们不会为喝一杯奶茶而跑很远。

(4)店铺产品的好坏，直接取决于他采用的原料品质的好坏。而且原料来源透明，成功的店很容易被别人复制，店铺经营难以长久。

(5)由于媒体的宣扬和一些负面新闻的影响，消费者对奶茶的认知存在误差，认为奶茶就是“加了香精、糖的色素水”。

(6)没有研发原料的能力，只能被动接受厂家提供的原料，使自家的产品没有独特性。

(7)奶茶是可替代产品，消费者可以选择其他饮品来代替奶茶。因而开奶熊奶茶店不仅要和其他奶茶的竞争，还要与其他种类的饮品进行竞争。

任何行业都有其优劣势，人们索要做的就是扬长避短，将成功的几率扩展到最大。有研究表明在开奶茶店的大多店面中，开个人奶茶店的存活几率远远小于加盟连锁。

因为加盟奶茶店所带来的不仅是品牌的影响力和品质还有对于店面的正确引导和后续扶持，对于店面的长期发展是有极大的作用。任何人都不想失败，如果你是个稳重保守的创业者，加盟一家奶茶品牌会是你最好的选择。

奶熊奶茶拥有绿色环保的健康食品品质，专业贴心的加盟服务和一流的操作系统。能让你轻松开店，稳妥经营。做好一家奶茶加盟店，不仅要有开奶茶店的市场分析，还需要更多细节的考察，才能让你在开店的过程里拥有稳稳的幸福。

**奶茶市场调查报告引言篇五**

随着饮料市场的不断丰富，奶茶等饮品也逐渐成为一种时尚。当瓶装饮料不再是学生们课后唯一的选择，当奶茶不再只是作为一种解渴的饮料，而成为一种当代大学生乐活主义的生活方式时，奶茶市场潜力无限，于是奶茶店也逐渐在大学周边迅速兴起。一家接一家的奶茶店相继选址在大学校园附近。而由此引发的市场竞争也是越来越激烈。众所周知，奶茶成本低廉，但是喜欢奶茶的大学生却还那么多，那么到底奶茶店以何种元素能最大化的吸引学生眼球?日趋红海的奶茶市场又是否能迎来新的一片蓝海?新的奶茶市场龙头企业又会花落谁家?

为此，本调研小组展开了此次关于大学生奶茶市场的调研计划，同时以山科大后街皇家奶茶店为例，具体调研其在山科附近奶茶市场的竞争地位以及优劣势。并与其竞争对手进行研究比较分析。

以下是避风塘-皇家奶茶店的有关情况简介：

皇家奶茶店隶属于避风塘奶茶有限公司，是一家以绿色健康休闲饮品为主打的特许经营连锁机构，至力于打造全新的饮品形态，将传统奶茶与健康文化溶合一体，为消费者提供更健康、更具活力的特色饮品。

xxxxx

xxxxxx

xxxxx

对校内及周边奶茶店的市场现状和投资可行性进行调查分析，为奶茶店投资和更好发展做好导向工作。

问卷式、访谈法、资料法、观察法等。

附件一：eba创意管理大赛问卷调查表

附件二：访谈内容

1、奶茶店销售现状调查

2、奶茶店销售环境调查

3、消费者对奶茶或奶茶店的相关看法调查

4、奶茶店投资分析调查

(组长)孙道帅：策划活动进程及活动任务分工，定期召集成员讨论研究，并将各成员的获得的数据资料汇总分析，制作成型调查报告。

(组员)张晶：搜集调查问卷和调查报告的格式及内容方面的有关资料，并结合实际情况引入格式。

刘国龙：主要负责宣传方面的内容，如门面、宣传方式等方面的调查。并调查各项物品的市场价格，统计分析销售收入问题。

李晓桐：负责调查问卷填报和统计的实施及对店主进行访谈，并对奶茶店的相关情况进行调查。

李泽健：对奶茶店物品准备及投资情况做了相关统计，通过观察法对其销售现状调查。

(一)销售现状

1、经营模式：即产即销型。

优点：保证产品质量，博得顾客好感与放心，减少浪费。

缺点：效率低。

2、销售方面的分析：

优点：

(1)该奶茶店是避风塘连锁机构，属知名品牌，具有较强的品牌效应。

(2)该店为顾客发放积分卡，无论大杯小杯，每集够10杯可免费获赠一杯相同规格的奶茶，吸引消费者。

(3)店老板雇佣在校学生做钟点工，为学生提供实践机会，提高学生的实践能力，间接拉动产品销售。

产品虽是名牌，但是，与其他奶茶店相比竞争力不足，没有鲜明亮点吸引消费者，胜过其他店铺。

价格方面：与其他奶茶店的价格相同，顾客没有理由必须选择此家奶茶店。(小杯2元，大杯3元)

宣传方面：本店虽然推出特色的莲子粥，，但是鲜有人买，而且很多消费者因盛放莲子粥的怪异容器而退避三舍，更不用说走近消费。另外，本店的门面太小、不够鲜亮，不能吸引消费人群，甚至很多人都不知道有此家店铺。除积分卡外无其他优惠方式。

奶茶喝到最后，剩下的沉降的部分(如珍珠、椰果等)不能饮用干净，造成了不必要的浪费，一份的量微不足道，但是大量的浪费，着实会造成资金的流失。

**奶茶市场调查报告引言篇六**

随着饮料市场的不断丰富，奶茶等饮品也逐渐成为一种时尚。当瓶装饮料不再是学生们课后唯一的选择，当奶茶不再只是作为一种解渴的饮料，而成为一种当代大学生乐活主义的生活方式时，奶茶市场潜力无限，于是奶茶店也逐渐在大学周边迅速兴起。一家接一家的奶茶店相继选址在大学校园附近。而由此引发的市场竞争也是越来越激烈。众所周知，奶茶成本低廉，但是喜欢奶茶的大学生却还那么多，那么到底奶茶店为什麽能吸引学生眼球？

为此，本次调研小组展开了此次关于大学生奶茶市场的调研计划，同时以问卷星调查为例，具体调研其在附近奶茶市场的竞争地位以及优劣势。

以下是奶茶的有关情况简介：

奶茶是至力于打造全新的饮品形态，将传统奶茶与健康文化溶合一体，为消费者提供更健康、更具活力的特色饮品，从整体来看奶茶的前景还是很受欢迎的。

为满足现在人们对奶茶的需求，我们针对奶茶这一行业内人们的不同需求做了一次调查，每个人对奶茶的种种因素，如杯型，环境，价格等等都不一样，在市场调查中，我们本着了解改变现在市场的需求，对于不同年龄段的人们做出了选项，发现了每个年龄段的人们对于奶茶的需求各不相同，奶茶本来就是我们日常生活中的一种需求，有很多人喜欢，也有好多人不喜欢，还是喜欢碳酸和果汁饮料，对于这一现象我们也作出了一系列的根据这个市场的需求不同的一些选项，目的就是不同的风格有多少喜欢的人，也可以为奶茶店以后的需求而改变营销模式，我们的目的就是为广大朋友们提供自己想要的风格与味道，在以后的实行中也会有极大的帮助，了解了市场，也为以后的工作做了铺垫。

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对于产品的要求也越来越高，近些年来，奶茶越来越深受广大年轻人的喜爱，不同形式的风格的奶茶让人们眼花缭乱。通过我们对消费者的需求，进一步了解奶茶市场的需求和占有率问题。

关于本次奶茶调研报告的需求我们可以得出以下结论：

1、对于饮品的价格接受程度

关于消费者对于奶茶店饮品价格的接受程度来看，无论个人生活费的高低，总体有48.44％的人能够接受每份5-8元的价格，这也是现在校园周边奶茶店饮品的普遍价格，但还是有一小部分人可以接受更高的价格。

2、消费者喜欢喝奶茶的原因

在调查消费者喜欢喝奶茶的原因方面，调查显示喜欢饮品口味独特去喝奶茶的人数占57.81%，喜欢在休闲娱乐的时候去喝奶茶的人数占21.88%，因为生活习惯去喝奶茶的人占7.81%，受品牌影响和喜欢代言人去喝奶茶的人各占6.25%。通过数据我们可以发现，消费者购买奶茶首先注重的是饮品的口味，所以一个奶茶店要有良好的商品品质从而吸引客户，使其下次再来购买，形成一个稳定的客户。

3、喝奶茶的频率分析

根据调查结果显示，一周喝几次的人数占53.13%，一个月喝几次的人占35.94%，几乎每天都喝的占7.81%。虽然有很大一部分同学很少喝奶茶，而忠实于喝奶茶的同学也不是很多，但是过半数同学每周喝一定量的奶茶的习惯而且不同的季节奶茶的消费需求也会有所不同。

建议

经过本次市场调查，消费者在购买奶茶时多在乎的是奶茶的味道，奶茶店在售卖奶茶时，应更注重奶茶的口味的调配和新口味的研发。同时可以加强奶茶的外包装的美感度和进行一些奶茶的促销折扣活动。奶茶店的服务态度和氛围也很重要，营造一个良好的气氛和情调也是吸引消费者的重要因素。

**奶茶市场调查报告引言篇七**

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，近些年来，奶茶越来越受到广大消费者特别是年轻人群的追捧，不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱，快捷便利的路边奶茶店在台州市场上遍地开花，其中珍珠奶茶深受市民的喜欢，成了火爆街头的大众饮品。通过我们对消费者的调查了解，从而了解奶茶的发展状况、消费者需求、市场占有率及存在的问题。

调查对象:学校周边普通市民(包括在校大学生)一般情况:这部分人大多在18至30岁之间,其中大概以18—24岁为主要消费群体。

本次调查采取的是随机问卷调查。发放问卷是在学校内随机选择行人当场发卷填写，并当场收回的形式。共发出调查问卷105份，收回100份，回收率达95%.

20xx年5月

主要调查了消费者对奶茶市场的了解，购买奶茶的途径，以及对奶茶店的具体情况的了解等。问卷共向消费者提出了12个问题。

其一，随着生活节奏的加快，方便，简单，快捷的食品受到越来越多消费者的追捧。奶茶遍布各地，消费者在任何地方都能够买得到。同时奶茶较其他食品(泡面等)更为方便，即买即饮，不管是在办公室里，还是在去办公室的路上，消费者都可以随时食用，节省消费者的时间。由于工作和学习的压力，一些消费者没有时间选择或购买自己的早餐或是午餐，奶茶送货上门，为消费者带去了诸多方便。

其二，随着经济的发展，人们对生活得质量越来越高，美味、营养、天然、健康，成为消费者对奶茶的新要求。

其三，在消费方式上，大多数消费者以少量、零星、随机购买为主，习惯于即买即饮的消费者占大部分，经常购买和批量购买的比例较小。此外，休闲消费成为消费者购买奶茶的一个新特点。

其四，在购买频率上，重度消费者的比例较小，仅有一小部分消费者每天饮用一次或更多;而轻度消费者的比例较大，很多的消费者每周饮用1次或更少。也就是说目前奶茶的固定消费人群较少，市场还有待于进一步培养。

根据对其他品牌的调查我们得知，品牌奶茶加盟店是消费者信得过的品牌，在市场上形成了固定的消费群。悠悠奶茶讲究健康，非常注重奶茶的品质、口感，在选料和制作工艺上严格要求自己，确保产品“原汁原味”，并在口味上不断推陈出新，满足顾客的消费新鲜感。

近两年奶茶在我国大江南北遍地开花，不论城市大小，消费水平高低，也不论男女老少，奶茶成为日常街头的一个时常显现的亮点，走在繁华的闹市街头，很容易寻找到手里拿着一杯奶茶正细心品享的男女青年的身影。

口感新鲜、味美，奶茶都是现做现卖，由多种可口的原料配成，纯正的奶茶味道非常吸引人，靠大工业生产出来的奶茶是完全不可能与之媲美的。

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，原材料价格一涨再涨，加上一些商家为保证利润，不段降低原料品质，导致目前奶茶市场一片混乱。奶茶已经成为了近一段时间来垃圾食品的代名词，通过我们对消费者的调查了解，真正的原因还是在于奶茶口味的问题。

口味不断推陈出新，变化多，形成众多系列，消费者选择广。仅仅奶茶就有茉香奶茶，咖啡红茶奶茶、麦香红茶奶茶等等，添加物就有珍珠、椰果、苟蒻、水晶等，而雪泡、沙冰、刨冰等只有现做现卖才口味好。

我们应该采取相应的措施:。加大宣传力度，使每个消费者对我们自己的奶茶店留下深刻的印象;?在消费者购买奶茶时，可以发放宣传册，方便下次购买;在节假日期间推出一系列活动(如发放优费券、打折等)，提高我们奶茶店的知名度。

**奶茶市场调查报告引言篇八**

团队名称：xxx

团队成员：xxxxx

一、调研背景介绍

随着饮料市场的不断丰富，奶茶等饮品也逐渐成为一种时尚。当瓶装饮料不再是学生们课后唯一的选择，当奶茶不再只是作为一种解渴的饮料，而成为一种当代大学生乐活主义的生活方式时，奶茶市场潜力无限，于是奶茶店也逐渐在大学周边迅速兴起。一家接一家的奶茶店相继选址在大学校园附近。而由此引发的市场竞争也是越来越激烈。众所周知，奶茶成本低廉，但是喜欢奶茶的大学生却还那么多，那么到底奶茶店以何种元素能最大化的吸引学生眼球?日趋红海的奶茶市场又是否能迎来新的一片蓝海?新的奶茶市场龙头企业又会花落谁家?

为此，本调研小组展开了此次关于大学生奶茶市场的调研计划，同时以山科大后街皇家奶茶店为例，具体调研其在山科附近奶茶市场的竞争地位以及优劣势。并与其竞争对手进行研究比较分析。

以下是避风塘-皇家奶茶店的有关情况简介：

皇家奶茶店隶属于避风塘奶茶有限公司，是一家以绿色健康休闲饮品为主打的特许经营连锁机构，至力于打造全新的饮品形态，将传统奶茶与健康文化溶合一体，为消费者提供更健康、更具活力的特色饮品。

二、调查人员：xxxxx

三、调查对象：xxxxxx

四、调查时间：xxxxx

五、调查目的：

对校内及周边奶茶店的市场现状和投资可行性进行调查分析，为奶茶店投资和更好发展做好导向工作。

六、调查方式：问卷式、访谈法、资料法、观察法等。

附件一：eba创意管理大赛问卷调查表

附件二：访谈内容

七、调查内容：

1、奶茶店销售现状调查

2、奶茶店销售环境调查

3、消费者对奶茶或奶茶店的相关看法调查

4、奶茶店投资分析调查

八、实施过程及各成员分工

(组长)孙道帅：策划活动进程及活动任务分工，定期召集成员讨论研究，并将各成员的获得的数据资料汇总分析，制作成型调查报告。

(组员)张晶：搜集调查问卷和调查报告的格式及内容方面的有关资料，并结合实际情况引入格式。

刘国龙：主要负责宣传方面的内容，如门面、宣传方式等方面的调查。并调查各项物品的市场价格，统计分析销售收入问题。

李晓桐：负责调查问卷填报和统计的实施及对店主进行访谈，并对奶茶店的相关情况进行调查。

李泽健：对奶茶店物品准备及投资情况做了相关统计，通过观察法对其销售现状调查。

九、调查结果与分析

(一)销售现状

1、经营模式：即产即销型。

优点：保证产品质量，博得顾客好感与放心，减少浪费。

缺点：效率低。

2、销售方面的分析：

优点：

(1)该奶茶店是避风塘连锁机构，属知名品牌，具有较强的品牌效应。

(2)该店为顾客发放积分卡，无论大杯小杯，每集够10杯可免费获赠一杯相同规格的奶茶，吸引消费者。

(3)店老板雇佣在校学生做钟点工，为学生提供实践机会，提高学生的实践能力，间接拉动产品销售。

(1)产品虽是名牌，但是，与其他奶茶店相比竞争力不足，没有鲜明亮点吸引消费者，胜过其他店铺。

(2)价格方面：与其他奶茶店的价格相同，顾客没有理由必须选择此家奶茶店。(小杯2元，大杯3元)

(3)宣传方面：本店虽然推出特色的莲子粥，，但是鲜有人买，而且很多消费者因盛放莲子粥的怪异容器而退避三舍，更不用说走近消费。另外，本店的门面太小、不够鲜亮，不能吸引消费人群，甚至很多人都不知道有此家店铺。除积分卡外无其他优惠方式。

(4)奶茶喝到最后，剩下的沉降的部分(如珍珠、椰果等)不能饮用干净，造成了不必要的浪费，一份的量微不足道，但是大量的浪费，着实会造成资金的流失。

(二)销售环境

1、店址分析：地理位置不佳，位于美食街的西侧角落，有很多的人不会注意到该处店铺，为自己的经营销售带来不便。但是在供电供水方面还算没有困难。

2、店面实用面积:大约4平方米，与其他一些店铺相比展露出明显的不足。经营店铺较小导致顾客不能坐下歇息，无法坐下品尝产品，最终不能很好的品尝该产品，只是匆匆喝掉作罢，为自己以后的销售堵上了后路。

3、竞争者分析：在美食街和学校周围有很多类似奶茶店，与其他店铺相比，该店没有特别突出的地方，而且门面面积和销售品种单一，导致更没有太大的竞争力，因此，如我们所见，该店销售状况明显不如别家。

4、宣传方面：该店铺门面较小，宣传牌示也是很小，不能引起消费者的注意，着实是一个缺点。在我国传统节日或西方节日时没有做出相关的宣传(如:在情人节来到时，悬挂类似“将你的他/她一起捧在手心吧!”的牌示)来增加自己的销量。装修不够精美，让人没有想回头的感觉。

5、店内情况分析：店内卫生状况一般，很多原料摆放杂乱;制作奶茶时，工作人员一般是背对消费者在后面制作，制作过程不公开，并且自己店面在此时也很容易被盗;店内的莲子粥容器太大，为本来就不大的店面又增加了些许压力;店员着装不统一，不能体现品牌特色。

**奶茶市场调查报告引言篇九**

1.装修只要装修得符合消费者心理就好，也不一定要耗费很多，可以设计成可爱风格，最近很流行墙体彩绘，可以在墙壁上绘画卡通图案，非常符合女孩子的口味。也可以多一些毛绒玩具来装饰。

2.颜色的搭配可以是粉白或者蓝白为主。一定要突出清新的感觉。

3.墙上可以留出让大家留言的地方，现在还是蛮流行的。怕把墙壁弄脏的话,可以用随意贴.

对于奶茶店来说，制作原料就象“万事俱备，只欠东风”里的东风。没有合适或合理的原料，奶茶店根本无法满足消费者需求，从而难以维系经营。原料的改变意味着整个奶茶店风格与口味的改变，因此，在开店初期应充分考虑，慎重选择。对于调味，经营者也应加强实践学习，力求形成自己独特的口味风格，以吸引消费者，建立口碑，得以长期经营。

技术方面，许多原料批发厂商声称其拥有全套的调味技术。事实上，他们的技术一般只适用自己的原料。这样便会产生依赖性，实际便产生经营风险，一旦出现问题，供货商停止供应原料，即经营难以为继。还有便是加盟商的技术，一般较为保密，很多加盟者开店一年半载也不知道奶茶的真正配法。这样经营一定是有风险的，因此在建设初期开始即应充分重视技术问题。尽量掌握加盟商配制奶茶技术，开店过程中也应注意自我摸索，尽早形成自己的配制技术和独特的口味风格，更好的适应消费者的需求。

1.奶茶还是比较受大学生的喜爱的，奶茶是有很大市场的。

2.同学们购买奶茶会受到身边人行为的影响，本来也许没有购买的欲望，但因为朋友购买了奶茶，所以产生了新的购买欲望。

3.学生在购买奶茶时多在乎的都是奶茶的味道,奶茶店在售卖奶茶时，应更注重奶茶口味的调配和新口味的研发。同时可以加强奶茶的外包装的美感度和进行一些奶茶的促销折扣活动。

4.同学们购买奶茶是大多数品种口味，所以奶茶店在售卖奶茶时只要合理制定奶茶的价格，在品种口味上做好，销量定能提高。

5.奶茶店应该尽量丰富奶茶配料的种类，给广大学生更多的选择，以便适应不同学生的需求，不过，珍珠和椰果仍是奶茶配料的主力军。

6.奶茶店的服务态度一定要好

7.营造的气氛和情调也是吸引大家的重要因素

8.大多数同学喜欢休闲风格的奶茶店

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找