

---

# 白茶网络营销项目策划设计

## 摘 要

互联网经济早在 2000 年初开始，伴随着淘宝时代速卖通全球网络时代和拼多多等各种线上售卖时期的到来，茶叶在互联网推广也越来越多。电视剧中甚至有种茶树来售卖茶叶的片段。可见利用媒体，“四方”白茶可获得一定的知名度和销售量。新媒体时代是营销茶叶的一次契机。

随着时代的发展，对于茶叶的售卖，我们可以在淘宝进行销售，通过产品款式的创新、KOL 营销及相关平台的推广，增大品牌及产品的曝光率。面对这样的时代背景，本课题在针对目前市场上对茶叶产品推广不足的情况下，以福建“四方”白茶为研究对象，通过市场调研和分析，结合社会需求和实际客户群体的状况，提出合理的“四方”白茶网络营销项目策划就显得尤为重要。“四方”白茶网络营销项目策划将依托现如今发展较好的互联网技术和电子商务平台，向大众推广该产品，让消费者认识并喜爱上这项产品并吸引大众购买，力求将“四方”白茶打造成白茶行业中的“大红袍”，使喝茶成为一种生活习惯。据研究，白茶具有缓解酒精，保护肝脏，清热养肺，安神养肝，补血，降血压，减少脂肪的作用，“四方”白茶的有效推广有助于人们生活质量的提升，通过推广，让更多消费者了解“四方”茶叶的特色，提升它的购买率。

**关键字：**媒体，实际客户群体的状况，推广，了解特色

## 目 录

引 言 .....	1
1 概述 .....	2
1.1 项目背景 .....	2
1.2 目的与意义 .....	2
1.3 项目方法与内容 .....	3
1.4 项目预期目标和意义 .....	3
2 项目介绍 .....	4
2.1 企业介绍 .....	4

---

2.2 产品介绍.....	4
2.3 市场分析.....	5
2.3.1 性别结构.....	5
2.3.2 年龄结构.....	5
2.3.3 收入层次结构.....	5
2.3.4 竞争分析.....	6
2.4 市场定位.....	6
2.4.1 优势 (Strengths) .....	6
2.4.2 劣势 (Weaknesses) .....	7
2.4.3 机遇 (Opportunities) .....	7
2.4.4 威胁 (Threats) .....	7
3 "四方"白茶目标市场目标客户以及服务 .....	8
3.1 目标市场及目标客户.....	8
3.1.1 "四方"白茶目标消费者心理行为分析 .....	9
3.1.2 影响目标消费者心理的因素.....	9
3.1.3 白茶消费者购买的过程.....	9
3.1.4 品牌对消费者的影响.....	9
3.1.5 价格对目标消费者的影响.....	10
3.2 服务.....	11
3.2.1 制作茶叶模拟种植微信小程序.....	11
3.2.2 制定礼盒.....	11
3.3 盈利分析以及支付方式.....	11
3.3.1 盈利分析.....	11
3.3.2 支付方式.....	12
4 网络营销策略及 4P 理论 .....	13
4.1.1 网络营销策略.....	13
4.1.2 网络营销策略特点及种类.....	13
4.3 体验营销.....	15
5 "四方"白茶在我国市场网络营销的项目预算和推广 .....	16
6 实施建议 .....	17
6.1 项目风险.....	17
6.2 风险控制措施.....	17
结    论 .....	18
参 考 文 献 .....	19

## 引 言

在 21 世纪，越来越多的人开始关注医疗保健和健康保护。尽管现在市场上有各种保健产品，但与保健产品相比，茶叶对消费者而言不会有重大副作用。白茶被国际卫生组织定为世界六大主要保健饮料之一。无论是生产还是消费，中青年人都喜欢白茶。茶作为保健品，喝茶不仅可以延长寿命，而且还可以作为健康和绿色产品，还具有美容、减肥和抗衰老的作用。它适合许多热爱美丽的女性，尤其是对自身体重有要求的女孩。据说喝茶不仅可以解决自己的身体需求，而且可以使她们看起来更漂亮，这也是女性喜欢喝白茶的原因。喝白茶不仅具有美容、减肥、缓解衰老的作用，还具有提神醒脑的作用。对于工作量大，容易疲劳的人来说，喝茶可以帮助他们的精神和减轻疲劳。生活在互联网发达的现代时代，人们一天中的大部分时间都在接触计算机或手机，并每天受到辐射造成的伤害。但是，茶中含有抗辐射物质，可以帮助人们减少辐射造成的伤害。对于已经有很长一段时间的人来说，喝茶可以进一步保护自己。

但是，随着喝茶现象越来越普遍，越来越多的茶叶公司上市，并且出现了越来越多的茶叶品牌。茶行业的竞争越来越激烈，但是每个公司都在推广茶。每个都有自己的方式。福建气候潮湿，日照时间长，昼夜温差大。这是生产茶的好地方。茶来自大自然，没有化学添加剂<sup>[1]</sup>。作为“四方”白茶的代表，它既健康又绿色，但是“四方”白茶的品牌名称并不为人所知。中国市场的市场份额相对较低，导致大多数人不知道“四方”白茶品牌，或者一些消费者知道“四方”白茶品牌，但不选择这个品牌，以求更好地推广“四方”白茶。为了更好地打开市场，本文以“四方”和茶有限公司生产的“四方”白茶为例，研究其在中国市场的推广方式。通过统计和数据分析的方法，对其他方法收集到的数据进行分析，然后结合“四方”和茶有限公司在中国市场网络营销中的实际情况，更直观地找到“四方”茶产业促销中出现的问题以及出现此问题的原因；其次，通过对调查数据的分析，可以找到“四方”白茶目标消费者喜欢的促销方式；最后根据目标消费者喜欢的促销方式再运用相关理论知识提出“四方”白茶在我国市场网络营销的改进建议。

本文运用文献研究法来搜集、鉴别、整理文献，从文献中获取关于“四方”白茶的各种信息。结合问卷调查法来通过发放问卷，了解客户的需求，来制定推广方法。通过以上这些方法来搜集一些数据进行分析确定市场前景以及客户的需求，完成具有可操作性、有一定新意的项目策划方案。

---

# 1 概述

## 1.1 项目背景

福建是产茶的好地方。茶来自大自然，是健康和绿色的代表。作为保健品，它不仅具有止渴的功能，还具有保健，抗衰老，提神养颜的功能。与保健产品和其他功能性饮料相比，价格更便宜，更健康。因此，茶已成为越来越多人的选择。正是由于人们对茶的需求，喝茶才是越来越多的人的习惯。数量的增加已导致越来越多的公司加入茶产业，并且茶产业的竞争越来越激烈。

“四方”白茶品牌相对较低，促销力度相对较弱。晋升方式有很多问题。因此，由“四方”茶业有限公司生产的“四方”白茶在激烈竞争的白茶行业中得以生存。“四方”白茶产于我国福建。作为我国生产的茶，它在中国市场的声誉较低，竞争力较弱。这对“四方”白茶品牌的生存和发展极为不利。找出“四方”茶业有限公司在“四方”白茶促销中存在的问题和原因，提高“四方”白茶在中国市场的知名度和促销强度，以及消费者对“四方”白茶的忠诚度。这对于“四方”茶业有限公司在竞争激烈的行业中的生存和发展至关重要。

## 1.2 目的与意义

本文将重点介绍 4P 营销理论，即产品，价格，渠道和宣传。首先以四方茶有限公司为例，然后研究国内外相关文献；第二，“四方”白茶对目标消费者的心理行为进行研究，以更好地了解 and 满足消费者的需求；再次分析“四方”白茶在中国市场的主要竞争者，以通过分析竞争对手的网络营销来发现“四方”白茶。市场，以改善“四方”白茶在中国市场的网络营销；最后，分析了“四方”白茶在中国市场的网络营销现状，并通过市场进行数据分析。对调查进行排序和分析，可以更直观地发现网络营销的问题和原因，从而可以根据网络营销的问题和原因采取相应的改进措施<sup>[2]</sup>。

本文的意义在于通过问卷调查，查询，文献综述和比较分析来收集主要和次要信息。通过对这些数据和信息的统计和分析，我们可以发现“四方”白茶已在中国市场实现。在线营销中存在的问题以及这些问题的根本原因，并基于这些问题和原因，提出相应的改进措施，以提高“四方”白茶在中国市场的知名度以及消费者对“四方”白茶的忠诚度。因此，提高“四方”白茶在中国市场的竞争力，确保四方茶有限公司的生存和发展具有重要意义。

---

### 1.3 项目方法与内容

主要研究方法是：问卷调查法，通过设计与“四方”白茶网络营销状况相关的问卷调查，对中国市场的消费者进行调查，来发现“四方”茶有限公司在中国市场网络营销实施中的主要竞争对手以及这些问题的不足和根本原因；文献复习方法，通过大量阅读有关茶产业和国内外促销活动的信息，了解茶产业的现状，通过阅读与“四方”及茶业有限公司相关的网络记录，了解现状，阅读了大量与网络营销有关的书籍，进一步丰富了有关茶产业和促销的知识。了解促销策略，结合“四方”和茶业有限公司的现状，将有助于改善“四方”白茶在中国市场的网络营销；查询方法是让周围的朋友，亲戚和同学认识它们和想购买的茶叶品牌，购买原因，了解与该品牌有关的信息的方式以及他们对品牌的认识和态度“四方”白茶；比较分析的方法，现在茶产业正在变得越来越有竞争力，如果要在竞争激烈的市场中生存，就必须充分了解对手。只有分析竞争对手的优势和缺点，才能更好地开出正确的药方，弥补现有的缺点，提高竞争力。

项目的第一部分是引言。这部分主要包括项目的背景，项目的目的和意义，研究方法和内容以及国内外文献综述的研究。项目介绍的第二部分分为公司介绍和产品介绍。第三部分是目标市场的分析。通过分析消费者的消费行为，可以在进一步了解消费者需求的基础上满足消费者的需求；第四部分为网络营销策略及4P理论；第五部分是“四方”白茶在我国市场网络营销的项目预算和推广；第六部分是相关的实施建议。

### 1.4 项目预期目标和意义

项目预期目标：在针对目前市场上对茶叶产品推广不足的情况下，以福建“四方”白茶为研究对象，通过市场调研和分析，结合社会需求和实际客户群体的状况，提出合理的“四方”白茶网络营销项目策划。

项目意义：使“四方”白茶获得更高知名度，售卖获得利润。

---

## 2 项目介绍

### 2.1 企业介绍

“四方”和茶有限公司位于中国福建省福安市。它成立于2010年。福建气候湿润，是生产茶叶的好地方。茶来自大自然，不含化学添加剂，是健康和绿色的。代表，该公司的主要业务产品是白茶，这是一家集种植和加工于一体的公司。“四方”和茶有限公司目前处于发展阶段。内部有总经理，总经理有生产部门，新媒体部门（主要是在线促销和在线销售）和销售部门（主要是离线销售），人力资源部。公司的业务规模相对较小。目前，“四方”白茶的销售范围仅限于我国的省份。尽管“四方”白茶在宁德，福州等个别城市都有销售，但销量并不大。大多数消费群体是三十五岁以上的中年人。“四方”茶业有限公司获得了许多殊荣，例如在“茶斗大赛”中获得了“质量奖”。

### 2.2 产品介绍

四方在世界地质公园白云山麓拥有100亩优质高山茶园，平均海拔600米以上。此地高山气候寒冷，年平均气温为10.21度，早晨和傍晚都可以被云层覆盖；此地降雨充足，年降水量在1500毫米至2500毫米之间；此地酸性红色土壤富含用于茶生长的养分。依托这一得天独厚的地理条件，四方茶园培育出了优质的茶绿。四方坚持手工采摘，以确保芽和叶的完整性，传统的日晒使茶叶自然枯萎。当年生产的新茶呈青绿，带褐色，芽和叶明显。其汤色清澈明亮，味道鲜甜，香气优雅，清新持久。叶子的底部是玉白色，清洁均匀，透明而有光泽。

四方有本初白茶系列。本初白茶系列着重于手工采摘和传统的日晒，恢复最真实的白茶味道，返璞归真，大道本初。

缸藏白茶系列。在白云山麓的四方茶园，有机茶树茶青于白露时分采摘，白云山是海拔800米以上的全球地质公园，在秋天寒冷和干燥的温度下干燥手工制作成白牡丹。叶子舒展而宽阔，芽头纤长，外白毫被包裹，内部物质保存完好，味道甜美，香气明显。茶罐密封凉爽，有利于茶的长期保存。建议在存放三年后将其打开。陈年珍藏后，它将继续升华，醇厚、甜美、柔软、枣香，并逐年增值，可谓“一年茶三年藏七年宝”。

“四方”白茶是公司推出的一款中线产品，口味清淡适中，其中中老年人尤为喜爱。

## 2.3 市场分析

### 2.3.1 性别结构

一般来说，女性的对于喝茶泡茶的需求普遍高于男性，并且她们对养生的重视程度高于男性。根据相关资料显示，如图 2.3.1 所示，在愿意购买"四方"白茶及周边产品的消费者中，女性人数占比高于男性，占 64.18%。通过 2021 年淘宝给出的数据，女性在白茶方面消费金额占比高达 68%。

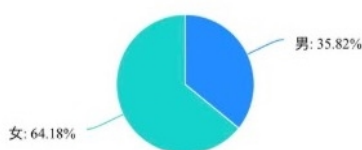


图 2.3.1 客户性别结构

### 2.3.2 年龄结构

"四方"白茶消费者主要以中老为主，30-60 岁的人群占比超过 1/2。因此，"四方"白茶的主要目标客户可以定位于中老年消费群体，他们较年轻更加喜欢一些养生类产品，追求安逸生活，会更乐意购买"四方"白茶。

### 2.3.3 收入层次结构

如图 2.3.3 所示"四方"白茶消费者收入水平主要集中在 2000-5000 元/月。因此"四方"白茶可将目标群体基本锁定在中等收入人群，主要集中在工薪阶层和拿养老金的老年人。

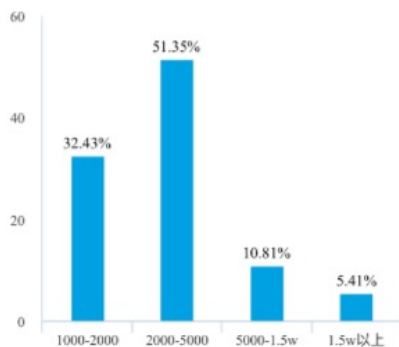


图 2.3.3 "四方"白茶消费者收入水平结构

#### 2.3.4 竞争分析

尽管“四方”白茶近年来一直在继续发展，但其在我国的市场份额仍然很低。根据相关资料显示，“四方”白茶正面临来自中国市场同类产品的竞争，下面以九华山茶叶公司旗下的崂山白茶为例。

九华山茶叶公司是中国知名茶企。旗下崂山白茶被誉为“江北第一名茶”，据统计的数据显示，崂山白茶与“四方”白茶在品牌价值排名几乎没有差别。崂山白茶作为与“四方”白茶同级的白茶品牌，是“四方”白茶的有力竞争对手。

广告网络营销：九华山也主要是电视广告的宣传方式，生动形象的介绍茶的生产工艺技术，视频茶酿造过程，可以吸引更多的人喜欢茶的艺术。

体验网络营销：自 2004 年 5 月青岛首届“崂山茶节”成功举办以来，崂山茶参加了展会，通过展会增加了崂山白茶与消费者之间的情感交流，进一步增加了消费者对崂山白茶的认知，促进了消费者对崂山白茶的了解。举办茶文化节大大提高了崂山茶的知名度<sup>[3]</sup>。

线上销售：在淘宝上开设九华山崂山白茶旗舰店，在京东、阿里巴巴、苏宁等平台开设销售网点。此外，山白茶网店的日客流量超过 60 万，将这个小众品牌崂山白茶推向了白茶品类的前沿。

服务优势：崂山白茶服务更好，网上看到消费者出现差评后，采取相应的措施改善，不会再犯同样的差评。消费者购买商品，从买货发货，到收货评价甚至退款退货，都会收到一条短信，让客户感觉公司更关心他们<sup>[4, 5]</sup>。

## 2.4 市场定位

### 2.4.1 优势 (Strengths)

福建省是中国主要的茶叶出口省。作为一个茶山多省的省份，福建“四方”和茶有限公司因其在茶叶贸易发展的许多方面的独特条件而获得了许多有利条件，有利于茶叶产业的发展。对比于同类型的其他白茶品牌具体有优越的自然条件、便利的交通环境、广阔的国际市场前景和先进的生产技术等优势。

优越的自然条件与便利的交通环境。福建位于南亚热带，中亚和东亚热带。其土壤发育，表层深度和热液资源的优良特性都有利于茶和茶树的生产。福建同时又位于中国东南沿海，它有利于高效的航空、顺畅的交通、便捷的铁路和公路。运输与低成本经济互动的紧密联系使得企业的运输范围越来越广。

广阔的国际市场前景与先进的生产技术。



---

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/386140130220010134>