

学、计算机科学等多学科知识的复合型人才，还需要具有行业经验和市场敏感度的专家。因此，为了解决这一问题，企业应加大对数据分析人才的招聘和培训力度，特别是吸引数据科学家、数据工程师等专业人才的加入。与此同时，企业可以借助外部服务提供商的技术支持，采用云计算、大数据平台等外包解决方案，降低技术壁垒，降低自主开发的成本和风险。

## 5 大数据精准营销的未来发展方向

### 5.1 人工智能与大数据的深度融合

人工智能（AI）技术的快速发展为大数据的应用带来了前所未有的机遇。随着人工智能技术的不断进步，特别是机器学习、深度学习和自然语言处理等技术的成熟，精准营销正进入一个新的发展阶段。AI通过自动化分析和优化，使得大数据能够被更精确地解读，从而进一步提升营销活动的效果。机器学习算法能够根据消费者的历史行为、购买偏好以及社交媒体互动，预测其未来的购买行为，为营销人员提供更加精准的决策支持。通过与大数据的深度融合，AI能够提供个性化推荐，甚至基于实时数据流动态调整推荐策略，从而提高客户的参与度和忠诚度。此外，人工智能还能根据不同市场情境分析不同的消费者群体，并结合多维数据进行更高效的市场细分，进一步提升广告投放的准确性和个性化程度。因此，人工智能与大数据技术的结合，不仅能够帮助企业提高营销的精准性，也将促进营销策略的智能化，推动企业在竞争激烈的市场中脱颖而出。

### 5.2 实时数据分析与决策支持

随着互联网、物联网以及智能设备的普及，数据的生成与流动变得越来越快速，实时数据的采集和分析已经成为精准营销的重要组成部分。企业通过实时数据分析，能够第一时间获取消费者行为的变化，及时作出反应，调整营销策略，从而大幅提升营销的时效性和精准度。以电商平台为例，借助实时数据，平台能够监控每一位用户的行为，并及时向用户推荐符合其需求的产品。这种即时反馈的营销方式，能够有效提升客户的购买转化率。

### 5.3 跨渠道整合与用户体验优化

随着消费者多样化的需求和多平台、多设备的普及，用户行为和需求的变化呈现出跨渠道的特征。消费者可能在不同的设备、平台上进行购买或浏览行为，企业面临着如何有效整合跨渠道数据的挑战。因此，跨渠道数据的整合与用

户体验优化将是未来精准营销的重要方向之一。通过大数据技术，企业可以汇聚来自不同渠道的数据，如电商平台、社交媒体、线下门店等，从而获得更全面的消费者画像。这一整合不仅有助于营销人员深入了解用户的整体需求，还能够精确地分析其在各个渠道中的行为路径，帮助企业为用户提供无缝的、个性化的跨渠道体验。通过大数据技术，企业可以在不同接触点为消费者提供一致性的体验，不论是在网上购物、社交互动还是线下体验，都能呈现出一致的品牌形象和服务质量。这种跨渠道整合将进一步提升用户的忠诚度和满意度，从而为企业带来持续的市场竞争力。未来，企业将更加注重多渠道的数据融合，以提升整体的用户体验并创造更大的市场价值。

## 6 结语

大数据技术的应用为精准营销提供了强有力的支持，使得企业能够深入洞察消费者需求，从而优化营销策略，提升营销效率。通过对消费者行为数据的全面分析，企业能够更精准地定位潜在客户并为其提供个性化的产品和服务。尤其是在人工智能与大数据深度融合、实时数据分析以及跨渠道整合等技术的支持下，精准营销的效果将更加显著，企业的竞争力将得到进一步提升。

然而，随着大数据技术在精准营销中应用的不断深入，企业也面临着许多挑战。数据隐私与安全问题、数据质量保障、技术壁垒和人才短缺等问题依然困扰着许多企业。在这种背景下，企业不仅需要不断加大对技术的投入与创新，还应当加强对数据安全和隐私保护的重视，确保合法合规地使用数据，以增强消费者的信任感。与此同时，随着市场需求的快速变化和技术不断发展，企业必须保持灵活的营销策略，并不断进行技术和业务模式的创新，才能在竞争激烈的市场中脱颖而出。

### 参考文献

- [1] 林昊.大数据技术在金融数据分析中的应用研究[J].环渤海经济瞭望,2024(11):173-176.
- [2] 万妮.基于大数据的企业运营管理与数据应用研究[J].今日财富,2024(33):89-91.
- [3] 张典,陈丹.浅谈大数据驱动下的消费者行为分析与个性化营销实践[J].现代商业,2024(21):51-54.
- [4] 杨小京.大数据技术在城市品牌营销中的应用路径分析[J].现代营销(上旬刊),2024(11):166-168.

# “Cha Yan Yue Se” New Tea Drink Brand out of the Road

Xiaoying Huang Qiaoli Tian

Business School, Guilin University of Tourism, Guilin, Guangxi, 541004, China

## Abstract

As the leader of the new tea drinking enterprise with Chinese style as the theme, Tea Yan Yue Se has caused a great response in the market since it opened its first store in Changsha, Hunan Province in 2013. Its unique brand positioning and good products and services have not only brought a higher heat for themselves, making it a landmark punch card store in Changsha City, but also led to the development of tourism in Changsha City. This paper will analyze the road of tea Yan Yue Se brand from 7 aspects of product strategy, explore the growth experience of online black tea drink brand, in order to provide new marketing ideas for tea drink brands.

## Keywords

product strategy; new tea drinks; Cha Yan Yue Se

## “茶颜悦色”新式茶饮品牌出圈之路

黄晓莹 田巧莉

桂林旅游学院商学院, 中国·广西 桂林 541004

## 摘要

茶颜悦色作为以中国风为主题的新式茶饮企业的领头羊,自2013年在湖南省长沙市开设了第一家门店以来,就在市场上引起了巨大反响。其独特的品牌定位和不俗的产品和服务不仅为自身带来了较高的热度,让其成为了长沙市的地标式打卡门店,同时也带动了长沙市的旅游业发展。论文将从产品策略的7个角度分析茶颜悦色的品牌出圈之路,探求网红茶饮品牌的成长经验,以期茶饮品牌提供营销新思路。

## 关键词

产品策略; 新式茶饮; 茶颜悦色

## 1 茶颜悦色市场分析

当前中国茶饮市场竞争激烈,消费者对品质、文化内涵和独特体验的需求不断增长。茶颜悦色以其鲜明的传统文化特色在市场中独树一帜,深受年轻消费者喜爱,尤其在发源地长沙及周边地区拥有较高的品牌知名度和市场占有率。

### 1.1 目标客户群体

以15~35岁年轻群体为核心目标客户,包括学生、年轻上班族以及对传统文化有兴趣的消费者。他们追求时尚、个性化,注重消费体验和文化内涵,对茶饮品质有较高要求,且具有一定的消费能力和意愿。

### 1.2 品牌形象定位

打造具有深厚中国传统文化底蕴的新中式茶饮品牌,将茶饮与传统文化元素:如古典诗词、传统绘画、历史典故等深度融合,成为文化传承与创新的代表,深受消费者喜爱,立马与市场上其他普通茶饮品牌区别开来。

## 2 茶颜悦色产品策略

### 2.1 功能和效用

#### 2.1.1 健康养生

茶颜悦色的部分饮品采用了天然的食材和传统的制作方法,具有一定的健康养生功效。例如,其推出的花草白茶系列,采用了天然的花草与桑植白茶搭配,具有驱寒、暖胃等功效。此外,茶饮中的茶叶含有茶多酚等成分,具有抗氧化、降血脂等作用,对人体健康有益。

#### 2.1.2 礼品功能

茶颜悦色的饮品和周边产品可以作为礼品赠送给亲朋好友。其精美的包装和独特的文化内涵,使得礼品既具有实用性,又具有一定的文化价值和艺术价值,能够表达送礼者的心意和情感。

#### 2.1.3 情绪调节

在快节奏的生活中,人们常常面临着各种压力和焦虑。茶颜悦色门店有着舒适的门店环境、亲切的人员服务,在这里品尝一杯美味的茶饮,可以帮助消费者调节情绪,缓解压力,享受片刻的宁静和愉悦。

【作者简介】黄晓莹(2003-),女,中国广西人,本科,从事市场营销、品牌管理研究。

## 2.2 质量

### 2.2.1 严选原材料

茶颜悦色对茶叶的采购和筛选有着严格的标准，选用优质的原叶茶进行现泡现萃。其茶叶的种类丰富，从乌龙到锡兰等有十几种茶底可供选择，为消费者提供了多样化的口味基础。茶颜悦色使用鲜奶取代奶精，这不仅提升了饮品的口感和营养价值，也符合当下消费者对于健康饮品的需求。对于像坚果、果干等配料的选择也较为讲究，确保其新鲜度和口感。例如，幽兰拿铁上撒的碧根果碎，口感香脆，为饮品增添了丰富的口感层次。

### 2.2.2 坚持稳定出品

对员工在制作工艺、食品安全等方面进行系统培训，提高员工的专业素养和质量意识，确保饮品的制作过程符合标准。尽管茶颜悦色的茶饮在不同门店可能会因为员工操作的细微差异而在口感上略有不同，但总体来说，无论是在长沙的门店，还是在其他城市的门店，消费者都能品尝到具有茶颜悦色特色的茶饮，其产品的稳定性较高。

### 2.2.3 重视质量管控

茶颜悦色每月都会进行食品安全自查，并公布食品安全检查报告，这显示了品牌对质量管控的重视和透明度。通过自查，能够及时发现和解决生产过程中可能存在的问题，保障消费者的食品安全。

## 2.3 特色

### 2.3.1 主题特色

茶颜悦色的品牌 logo 以中国古典仕女执扇图为灵感，团扇与佳人的形象展现出中式古风的高贵典雅，传达出一种女性悦己者容的唯美情愫。其商标图、杯子设计、海报宣传等都围绕中国风这一概念，具有很强的视觉辨识度。

### 2.3.2 产品特色

茶颜悦色始终坚持产品创新，凸显其产品特色，其产品现有多个系列，包括奶茶、特色咖啡、果样特调、养生茶等。招牌产品如“幽兰拿铁”，香浓的奶盖上撒着一层碧根果碎，口感丰富，深受消费者喜爱。

### 2.3.3 门店特色

门店装修充满中国传统文化元素，如深色的砖墙、深色的木楼梯、木桌椅、古代的美女戏装挂饰、吊灯等，营造出复古的氛围，让消费者仿佛置身于古代的茶馆之中，为消费者提供了独特的消费体验。

### 2.3.4 地域特色

茶颜悦色起源于长沙，带有浓厚的长沙地域文化特色。它已经成为长沙的一张美食名片，很多外地游客到长沙都会去打卡茶颜悦色，甚至将其作为长沙旅游的一部分。

## 2.4 品牌

### 2.4.1 品牌定位

定位于“新中式鲜茶”，将中式茶饮与现代潮流元素相融合，打造符合年轻消费者审美情趣的产品。其 slogan 是“做一杯有温度的茶”。

### 2.4.2 品牌文化

①中国风特色：作为大陆首创以中国风为主题的奶茶品牌，在品牌形象和设计方面独具特色。从品牌 logo、产品名称、包装、店铺装修到室内摆设，都与中国传统风格紧密相连。比如品牌 logo 的灵感来源于小说《西厢记》中的女主角崔莺莺执扇图，以中国红为主色调，结合仕女、团扇、八角窗等经典文化元素；产品名称如“声声乌龙”“素颜锡兰”“凤栖绿桂”等也采用了国风的命名方式，杯身上还印有古风画作。②文化传承与创新：茶颜悦色通过将茶饮与文化符号融合，不仅让消费者品尝到美味的茶饮，还能感受到中国传统文化的魅力。同时，品牌也在不断探索创新，在传承文化的基础上推陈出新，满足消费者不断变化的需求。

### 2.4.3 品牌影响力

茶颜悦色在社交媒体上具有较高的热度和话题性，通过线上线下活动与消费者建立了紧密的联系，拥有众多忠实的粉丝。在行业内也获得了多项荣誉，如 2021 年获得“中国茶饮十大品牌”奖项，2022 年荣获“新消费星锐品牌”称号。

## 2.5 包装

### 2.5.1 整体风格

①中国风元素：茶颜悦色的包装设计紧紧围绕“中国风”这一核心概念。从品牌 logo 上的团扇、佳人形象，到产品包装上的中式插图、古风字体、中国传统色和图纹等元素，都展现出浓郁的东方韵味。比如包装上可能会出现古代的美女、戏装挂饰、山水风景、花鸟鱼虫等具有中国传统文化特色的图案，这些图案不仅美观，还蕴含着丰富的历史文化内涵。②色彩搭配：在色彩方面，常使用中国传统颜色，如红色、黑色、金色等。红色是茶颜悦色包装中最具代表性的颜色之一，代表着喜庆、热情和吉祥，与品牌所传达的温暖、热情的服务理念相契合；黑色则增加了包装的稳重感和典雅气质；金色常用于装饰和点缀，提升了包装的档次和质感。

### 2.5.2 打包袋设计

如果是饮品打包，会提供塑料袋和纸质袋两种选择。塑料袋方便携带，且具有一定的保温和防水功能；纸质袋则更环保，且设计上也充满了文艺气息，上面印有品牌的 logo、宣传语或一些简单的图案，与品牌的整体形象相呼应。

### 2.5.3 礼盒包装

①节日主题：茶颜悦色会根据不同的节日推出相应的礼盒包装。比如龙年推出的龙年茶叶礼盒，以红色为主调，盒面上用中国龙图案点缀，显得庄重而典雅，盒面还配有有关龙年的文字，给人一种喜庆祥和的感觉，透露出浓厚的节日氛围。②系列产品：如方罐茶系列、习惯茶系列等，采用统一风格的礼盒包装，便于消费者识别和购买。礼盒内的包装十分精致，会根据茶叶的种类和口味进行分区，同时附上产品说明书和相关的文化介绍，增加了产品的文化内涵和趣味性。

## 2.6 服务

### 2.6.1 热情周到的店内服务

①员工态度：茶颜悦色的员工以热情友好著称。他们总是带着微笑迎接顾客，主动询问顾客的需求，无论是对饮