

经济学研究

普洱茶营销战略的PEST分析

吕才有<sup>1, 2</sup>; 张娅玲<sup>2</sup>; 单治国<sup>2</sup>; 刘勤晋<sup>1</sup>

(1.西南大学 食品科学学院, 重庆 400715;  
2.云南农业大学 龙润普洱茶学院, 云南 昆明 650201)

收稿日期 2009-3-1 修回日期 2009-5-6 网络版发布日期 接受日期

摘要 从营销基本理论入手, 通过对普洱茶营销形式及特点的分析, 采用PEST 法对产业大环境分析, 提出要做强、做大普洱茶产业, 应该创新营销, 实施绿色营销、学术营销及体验式营销战略。

关键词 [普洱茶](#); [营销战略](#); [PEST法](#)

分类号 [F 713.3](#)

DOI:

通讯作者:

作者个人主页: [吕才有<sup>1, 2</sup>](#); [张娅玲<sup>2</sup>](#); [单治国<sup>2</sup>](#); [刘勤晋<sup>1</sup>](#)

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDE \(574KB\)](#)

▶ [\[HTML全文\] \(0KB\)](#)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

▶ [文章反馈](#)

▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“普洱茶: 营销战略; PEST法” 的相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

• [吕才有](#)

•

• [张娅玲](#)

• [单治国](#)

• [刘勤晋](#)