

合作热线：400-004-1658



# 牧场能量品牌手册

MU CHANG NENG LIANG  
BRAND MANUAL



++++

## · 集团介绍 ·

聚贤者 汇尚食 专注餐饮品牌打造



北京聚贤食汇国际餐饮集团，集供应链整合、餐饮连锁运营、品牌管理、人才孵化、研发、物流配送为一体的综合型国际餐饮集团。

总部位于北京通州区景盛中街，拥有自己独立的办公大厦（聚贤食汇大厦），现有人员近千人，占地面积12000平，效劳团队600人。拥有牧场能量、肴庄、火字营等不同品牌近2000家店，具有丰厚的市场实战和扶持经验，旗下所有品牌均有国家注册商标。

18/19/20年着重于央视1、2、7套、天津卫视、浙江卫视及各大互联网媒体推广。



## 品牌定位

为年轻人的健康生活提供满满能量

颠覆现制饮品0营养格局的教主

让健康流行起来的时尚KOL

这里的奶品来自全球十强乳业——蒙牛团队的精心研发，20多年的乳品深耕经验，带来更美味更科学的乳品配方。这里的餐食源自顶级的厨师指导，始于美味，终于健康。

2021年，牧场能量团队以“让健康流行起来”为理念，融合最优质的奶源，最美味的配方，最健康的理念。

通过快乐而有趣的游戏场景，将健康的饮食能量带到每个人的生活中，去为每一个奔波的人回血回蓝，为每个奋斗的人送去一份满满的正能量。







### 受众人群

#### 70后

传统美好，食汇实惠，  
品牌认知，舒适体验。

#### 80后

消费主力，小资享受，  
“鲜”味崇拜，强购买力

#### 90后

潇洒热血，享受生活，  
敏锐时尚，人脉初建。

#### 95后

年轻火热，性格多变，  
“玩”心大发，品质买单

#### 00后

“亿”军突起，消费养成，  
品牌导入，生活主张。

从百度指数消费者数据可以清晰的看到：

酸奶的主要消费人群为20~29岁人群；

其次为30~39岁人群；由于牧场能量是以酸奶为饮品核心，故目标群体锁定为20~39岁人群，以90后为主。



借势而为

· 核心策略 ·

顺市场之势  
现制奶品蓝海赛道

现制饮品赛道的红海内卷，  
大品牌绞杀严重  
奶茶、果汁、芝士茶、水果茶、  
谷物饮品品牌红海厮杀  
酸奶鲜奶赛道  
尚未出现顶级玩家  
红海之中的唯一蓝区  
成为现制饮品连锁最优赛道

时代之势 健康潮流  
掀起餐饮健康化浪潮

2020年新冠疫情席卷世界，突如其来  
的新冠肺炎疫情，让人们重新认识到健康  
的可贵，也唤醒了人民健康意识和对健康  
的追求。疫情过后社会会产生出新的变革，  
首当其冲的就是餐饮产业，将迎来理念的  
颠覆，餐饮品牌从快餐娱乐化向健康与美  
味兼容的转型，将成为新的需求和新的利  
润增长点。仅追求口味和网红属性的现制  
饮品赛道，也必将迎来“品质原料与健康  
单品”的颠覆性挑战

满级大咖  
降维打击

全球乳业10强—蒙牛乳业，  
携20年乳业深耕经验，  
甄选自有极致牧场奶源，  
依托全球顶级研发团队，  
强势入驻现制奶品市场  
百亿级零售大咖玩转全球市  
场、数十亿级用户，  
携满级营销大号牛刀入市，  
降维打击，餐饮萌新无可阻挡

能量补给  
顶流选择

新媒体的发展，  
健康观念的重塑，  
二次元文化的融合，  
时尚的生活化表达，造就新用户  
的泛娱乐化品牌需求  
牧场能量  
顶级营销团队打造全新娱乐势  
能，追求时尚+二次元属性，  
必将成为新消费的顶流选择





## · 蒙牛原料直供 ·

# 始于蒙牛，优质牧场确保奶源品质，强大团队铸就顶级配方 立于20年乳业深耕积累，强大品牌渗透千家万户，坚固口碑浇筑信赖长城

蒙牛成立于1999年，是全球八强乳品企业。公司2004年在香港上市（股票代码2319.HK），专注于为中国和全球消费者提供营养、健康、美味的乳制品，形成了包括液态奶、冰淇淋、奶粉、奶酪等品类在内的丰富产品矩阵；拥有特仑苏、纯甄、冠益乳、优益C、每日鲜语、蒂兰圣雪、瑞哺恩、贝拉米、妙可蓝多、爱氏晨曦等明星品牌。在高端纯牛奶、低温酸奶、高端鲜奶、奶酪等领域，市场份额处于领先地位。

蒙牛在国内建立了41座生产基地，在新西兰、印度尼西亚、澳大利亚建有海外生产基地，全球工厂总数达68座，年产能合计逾1000万吨。蒙牛着力整合优质资源，目前，在国内拥有合作牧场1000余家，日均收奶超1.8万吨，生鲜乳100%来自规模化、集约化牧场。

蒙牛在北美、欧洲建有跨国研发中心，并与国内外多家知名科研机构进行战略合作，在饲草料种植、养殖与加工、乳业基础科学、产品创新等领域开展联合攻关，在智能制造、原奶保鲜、益生菌、质控技术等领域实现长足进展。确保每一包牛奶质量过硬、品质上乘。

蒙牛以“点滴营养，绽放每个生命”为使命，以“草原牛，世界牛，全球至爱，营养二十亿消费者”为愿景，用高品质产品和服务满足人民群众对美好生活的需要，推动中国乳业不断实现高质量发展，为中国制造打造新的“金字招牌”。

## · 品牌文化 ·



牧场能量是基于蒙牛乳业优质的产品原料，  
结合时下流行的产品“现制化”、“个性化”“泛娱乐化”理念，  
所打造的一个全新的“现制奶品”品牌。  
旨在通过对年轻人“网红新饮”潮流的适配，将健康天然的优质奶源，  
通过更丰富，更有趣的调制，带到人们的生活中去，  
让来自草原牧场的健康能量也能流行起来。





· 产品特色 ·



始于美味 百变配方



终于营养 加血加蓝



天然奶源 顶级配方



健康营养 口味丰富



0添加 正能量



配料多 口感棒

++++





0蔗糖 新鲜  
 0添加 天然 纯奶 0蔗糖 0添加 天然 新鲜  
 原味 0添加 新鲜 0蔗糖  
 天然 0添加 新鲜 奶原味  
 新鲜 0蔗糖 0添加 新鲜  
 纯蔗糖 0添加 天然 原味 纯奶  
 新鲜 天然 新鲜 0蔗糖 0添加  
 0蔗糖 0添加 天然 新鲜 0蔗糖 0添加  
 纯奶 添加 天然 新鲜 0蔗糖 0添加 蔗糖 加  
 天然 新鲜 0蔗糖 添加 新鲜 原味

极致牧场 顶级奶源  
高调搭配 认真调味





Shop display



## · 门店展示 ·

明快  
靓丽  
青春活力  
营养  
鲜活  
简约  
年轻



++++







- 品牌营销资深人士
- 天下商机网络技术公司高级文案指导、品牌策划总监
- 易观国际旗下易观商学院金牌讲师、执行副院长
- 中国品牌营销界的新生代领军人物
- 贯通传统营销与网络营销的探路者
- 文案创意、品牌策划与推广
- 互联网公关资深专家

陈亚洲

牧场能量品牌顾问

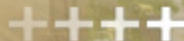


· 品牌实力 ·

新创业

不具备成熟运营、督导、  
厨政等完善架构的团队  
怎么办？

牧场能量首创业内商学院模式



## →→→ 开店护航 ·

01

为您做店面的市场调查，用数据证明您店面的地理位置可行与否

02

为您做店面的装修设计，让您的店面具有牧场能量品牌文化和社交属性

03

为您做店面的人员岗位编制，理出人力资源费用，让您清楚的知道您开店所需的人员费用

04

为您做店面的投资预算，让您更加清楚的知道您的投入资金及资金的回收期

05

为您提供必配物资和自购物资清单，让您在采购物资时头脑更加清晰、更加轻松

06

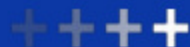
为您提供开业前期的人员培训和开业辅导，建立完善的开店营运流程，让您开店更加轻松

07

为您提供新产品的开发使用，让您在经营中更有竞争力

08

为您提供长期的经营指导和好的营销方案，让您拥有一个强大的免费智囊团





## · 发展计划 ·



2年时间，成功布点全国366个城市  
门店陆续开设

截至2022年年底，已完成1500+签约

2023年底在全国开店目标2500+

## · 推广渠道 ·

强大媒体资源，用户精准触达

汇聚主流媒体，并与各类媒体进行深入合作：腾讯新闻、腾讯视频、百度、今日头条、抖音、大众点评、美团、新浪微博、各地纸媒体等。并结合品牌不同时期需求，定制媒体策略并线性规划媒体结构，同时兼具创意的广告，快速有效提升品牌传播力，精准触达受众。



## · 合作优势 ·

### 01

新时尚快餐门店  
想开哪里都可以

社区店：投资灵活，投入少，店面小，选址更易  
街边店：产品种类更丰富，营销多样，性价比高  
商场店：店面宽敞舒适，产品丰富，经营渠道多

### 02

明档明厨  
简单经营

### 03

操作便捷  
上手快

无需大厨，操作简单，  
3-5天技能培训轻松掌握

### 04

线上线下  
揽客多

O2O网络营销，  
线上线下同步售卖，  
提升销量

### 05

堂食外卖  
双线卖

运用APP，  
微信商城和外卖单团购，  
锁定客户群



## · 加盟流程 ·



## · 合作要求 ·

1. 热爱餐饮文化，对餐饮有浓厚兴趣；
2. 具有强烈的事业心，责任心和追求企业成功的欲望；
3. 认可牧场能量的企业文化，认可“牧场能量”的经营理念和管理模式，包括：字号、品牌、标识、管理、形象、服务；
4. 维护“牧场能量”商标品牌声誉，保证不对“牧场能量”商标进行侵犯；
5. 有合法手续及合适的经营场所；
6. 具有相应必要的物业条件和资金能力；
7. 具有真诚合作态度，保证经营过程中当地的对外各方关系的协调工作；
8. 能够严格按照协议交纳合作费及商标字号使用费；
9. 能够接受“牧场能量”合作体系的统一管理

咨询热线：400-004-1658



Milk

