

三顿半品牌崛起操作案例



品牌名称及理念

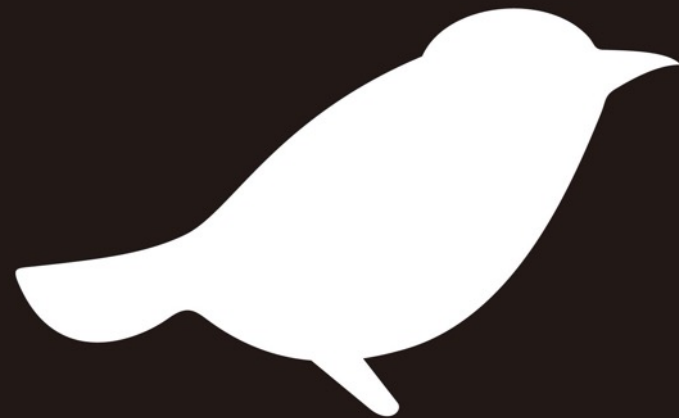
三顿半Saturnbird

——一天**三顿**正餐外，还需**半顿**精神食粮，也就是咖啡

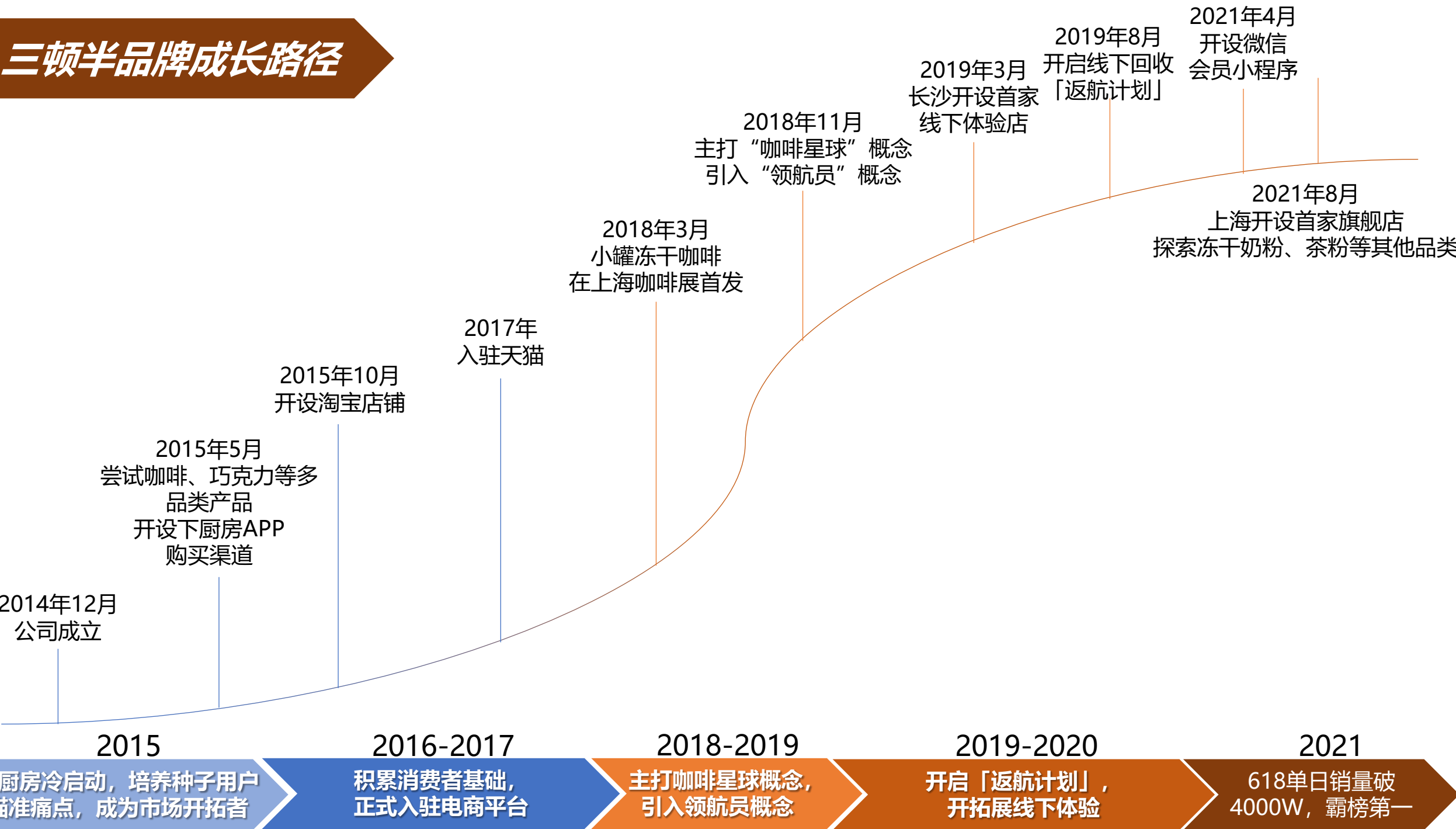
Saturnbird，土星鸟，代表了爱与自然。

所以三顿半的核心理念为回归自然本真，

“探索星球口味”



三顿半品牌成长路径



2015 | 在“下厨房”冷启动，培养第一批种子用户

不急于抢占大流量平台，聚焦用户参与感

- 首先入驻美食爱好者聚集地——下厨房app
- 从app社群中发掘极具潜力的KOC，他们均来自设计、金融、媒体、摄影、音乐等咖啡消费比较密集的行业，且产出内容较为“高逼格”。
- 品牌方给这些KOC寄送样品进行测试，并保持联系，根据KOC反馈意见不断改善、打磨产品，经历了数十次改良，三顿半的第一批产品才最终推出。
- 用户内测的形式引起下厨房官方团队注意，给予了流量扶持，让更多的目标消费群体看到其他人分享的三顿半反馈，这也帮助三顿半积累起了第一批“种子用户”。



5分钟自制一杯星冰乐(三顿半冷萃咖啡粉版)

248 收藏 · 1.1 万次浏览



能过冬的蜥蜴

2018-05-18

关注

用三顿半原创冷萃咖啡粉只需5分钟，分5步即可自制一杯星冰乐，高颜值且咖啡醇厚奶香浓郁。

2015 | 瞄准消费者痛点，成为市场开拓者

聚焦传统咖啡不足之处，直击消费者痛点

- 传统速溶咖啡不好喝，现磨咖啡耗时耗财，于是三顿半打造的挂耳咖啡、冷萃咖啡液和冻干咖啡粉等新咖啡产品，融合了双方“快+好”的优势，保证了消费者的饮用体验。
- 主要卖点：在不同液体，不同温度中，无需搅拌，三秒即溶。
- 这种低温萃取工艺相对常见的高温工艺，能够最大程度地保留咖啡的风味，恰好抓住了现有速溶咖啡溶解慢且口感差的消费痛点，解决了需求冲突，增加了三顿半产品利益点。产品口味的创新也成为三顿半红海突围的重要因素。

3秒还原一杯真正好喝的
冷萃、拿铁咖啡



30% 浅烘焙
LIGHT



佛手柑香气与果干风味
NEW!

40% 中浅烘焙
LIGHT+



甜橙风味与茉莉花香气
NEW!

50% 中度烘焙
MEDIUM



木质香料与抹茶香气
NEW!

65% 中深烘焙
MEDIUM+



大麦茶与榛果风味
NEW!

80% 深烘焙
DARK



可可果与奶油风味

100% 超深烘焙
DARK+

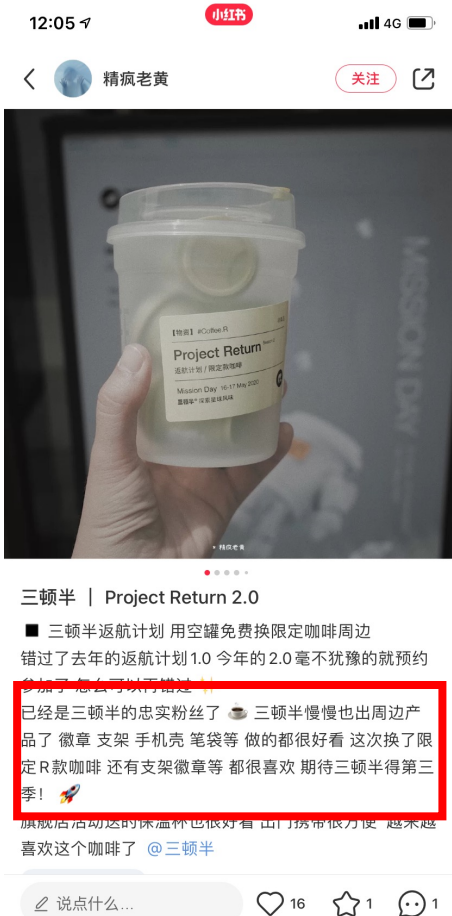


黑巧克力与焦糖风味
NEW!

2016-2018 | 积累消费者基础，正式入驻电商平台

种子用户转化为忠实用户，发力电商

- 由于亲身参与了产品研发过程，三顿半的种子用户见证了品牌的成长，建立了对于品牌的忠诚度，成为了愿意自主产出UGC为品牌推广助力的忠实粉丝。
- 三顿半于2018正式受邀入驻天猫，成为营销扶持的头部商家。在上线天猫旗舰店的第一年，就拿下天猫国产咖啡品牌第一名，在之后的天猫618更是超越雀巢，成为速溶咖啡品牌的黑马。

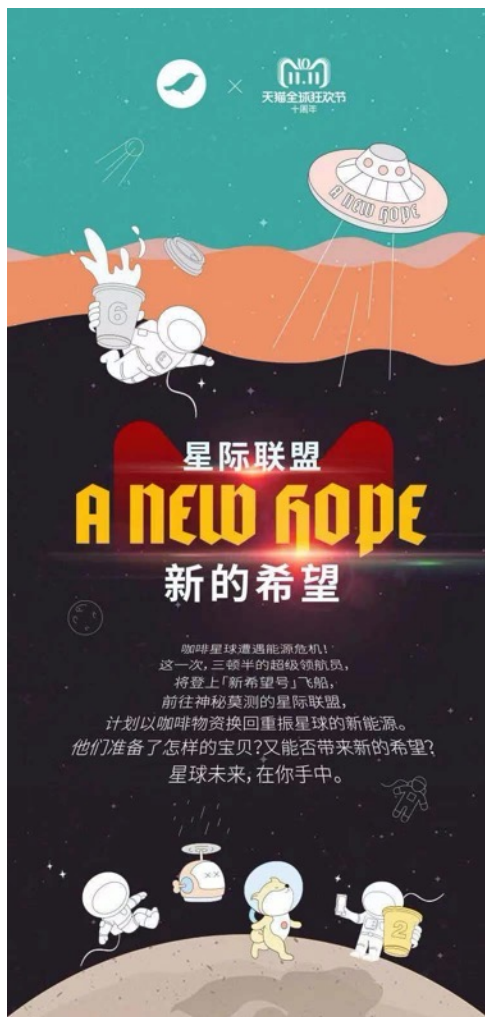


天猫618 诞生26个新品牌黑马

后浪们入驻不到3年，就成了行业TOP1

方便米饭 TOP1	洗地机 TOP1
开小灶	添可
脸部彩妆 TOP1	冰淇淋 TOP1
花西子	钟薛高
宝宝乳饮 TOP1	消毒机 TOP1
认养一头牛	59S
休闲零食鸡肉类 TOP1	咖啡 TOP1
王小卤	三顿半
意大利面 TOP1	蒸汽拖把 TOP1
airmeter 空刻	shark

2018 | 主打咖啡星球概念，爆发颜值实力，开启联名之路



聚焦星际联盟主题概念
赋予品牌完整的精神内核和世界观



季节、节点限定包装
不断带来高颜值的新鲜感



开始与品牌、精品咖啡店、咖啡师、潮流设计师等契合品牌调性的IP联名，夯实高端调性和专业属性

2018-2019 | 引入「领航员」概念，多渠道持续推进KOL/KOC共创产品模式

深耕优质粉丝群体，创立「领航员」模式

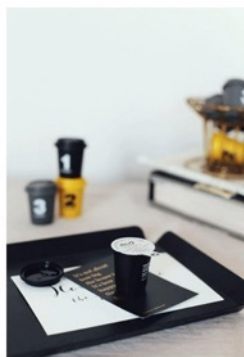
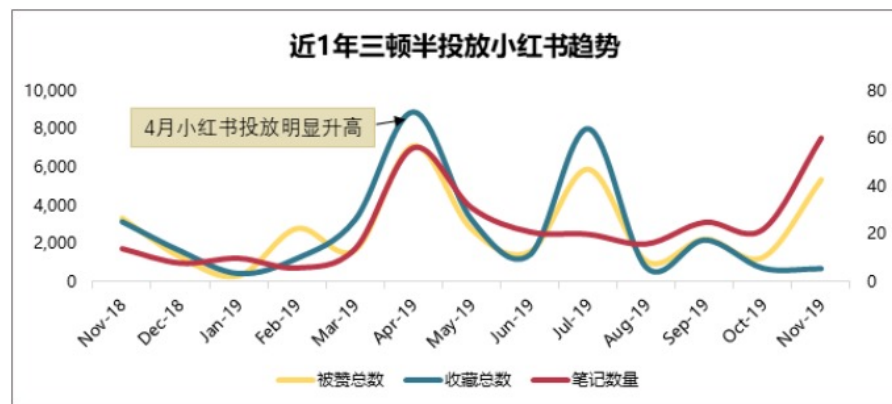
- 在【咖啡星球】概念下，将优质核心用户命名为【星际领航员】，品牌方根据对方购买评论或在社交平台发布的产品信息，团队综合评判后，给对方寄送产品并保持沟通，及时了解其对咖啡的想法。他们多为生活方式或咖啡美食垂直小圈层KOL，为品牌推广输出高质量UGC。
- 目前品牌的“领航员”已经发展到500-600人，只要有其中几十位提出同一个意见，品牌方就一定会对产品进行改变。在用户参与打磨产品的过程中，不仅加强了品牌与粉丝间的交流，培养忠诚度，这同时也是一个小规模试错的过程，能让产品价值不断得到验证，在“把品牌做大”的道路上提高成功率，降低风险。



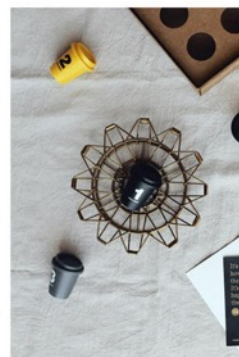
From: @银河焊接炒鸡棒



From: @ Chen

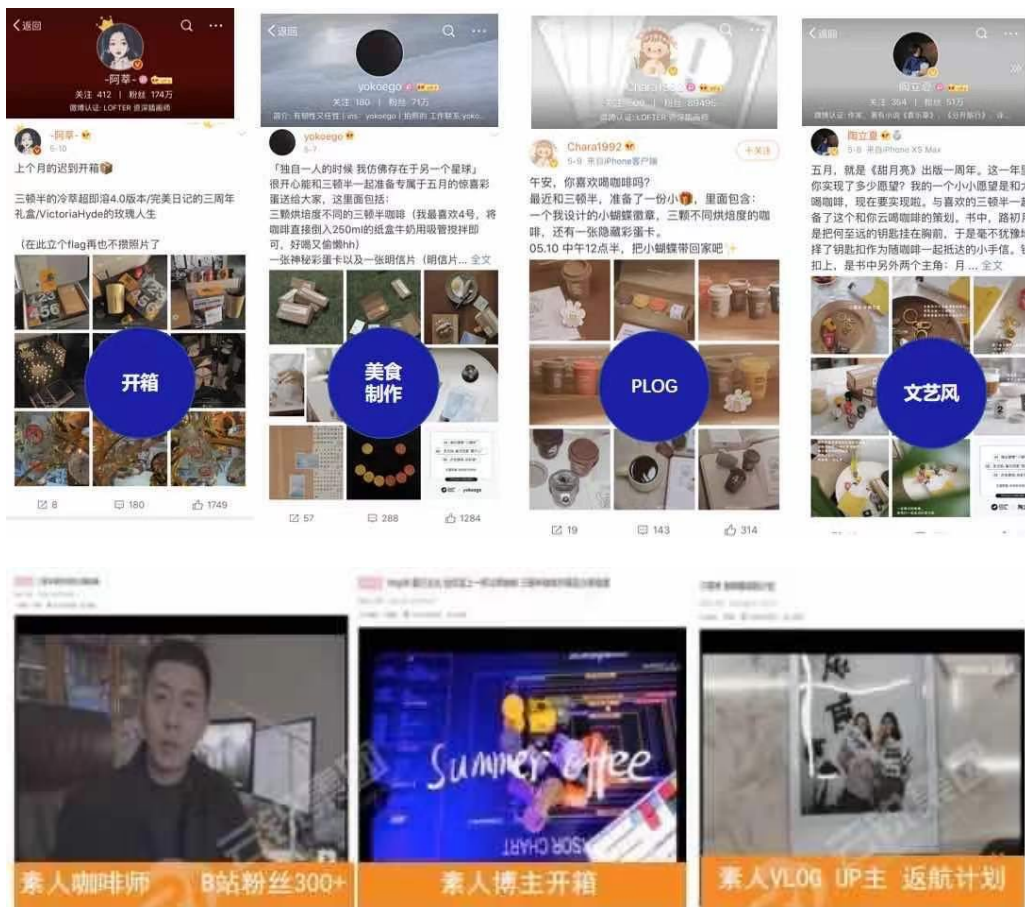


From: @ little秋



2018-2019 | 引入「领航员」概念，多渠道持续推进KOL/KOC共创产品模式

微博、知乎、B站等内容型社交平台全面开花，进行大量内容发布，内容涉及咖啡科普、高颜值调性类视频图文、开箱测评等。



2019-2020 | 「返航计划」发布，同时拓展线下门店体验



返航计划：成功从线上破壁到线下

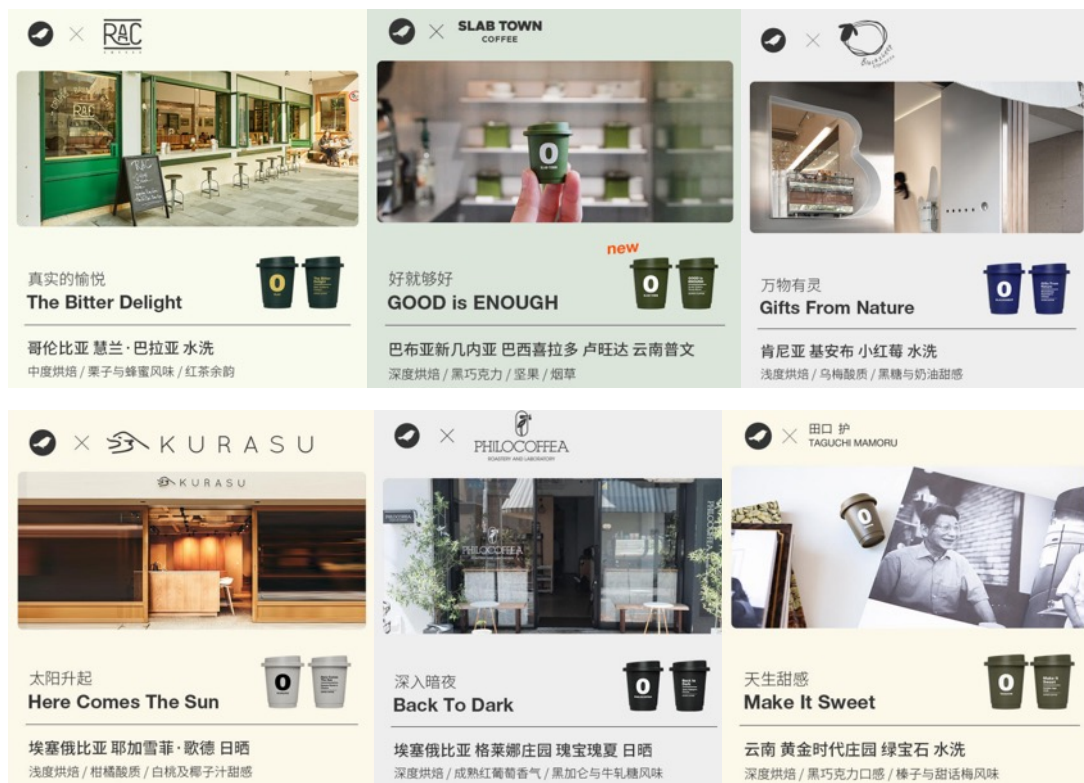
- 在全国24个城市的100多家咖啡馆或艺术空间设置了返航点，**借势大品牌咖啡店，增加品牌露出**。返航的咖啡罐会兑换成积分，用于兑换品牌周边产品。
- 增加了粉丝粘性，用户收集并留存咖啡空罐的过程中建立了与品牌间的亲密关系。且部分用户会由于追求 **“仪式感”** 将「返航旅程」记录下来并产出UGC，形成#返航计划vlog#等话题，构建社群营销场景，促进二元互动。



长沙线下体验店DEMO开业：以测试方式，开始探索线下体验

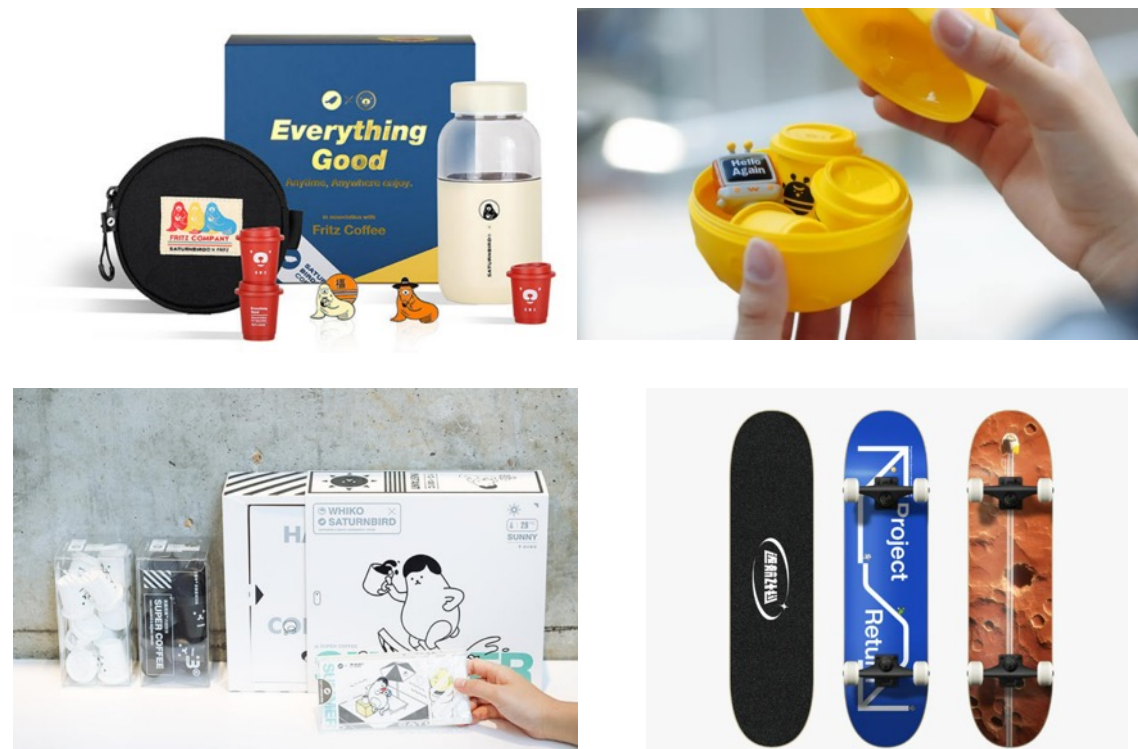
- 凭借创始人曾创业线下咖啡馆的经验，2019年在起源地长沙开设了首家线下体验店
- 店内没有招牌饮品，只有基础款的选择，但设有实验性质的Demo咖啡，每个月都会更换，尝试新的角度。

2020-2021 | 0号合作款成为长期项目，不断联名出新保持新鲜感和粘性



【0号咖啡】

成为与全球著名咖啡厅及星级咖啡师的长期合作项目
不定时推出合作新品



联名礼盒&周边小物

持续与潮流设计师、IP等进行深度礼盒合作
并不断开发限定周边作为回收计划兑换激励，提升用户粘性

2021 | 系统搭建私域形成粘性闭环，继续扩展线下体验，进行跨品类尝试



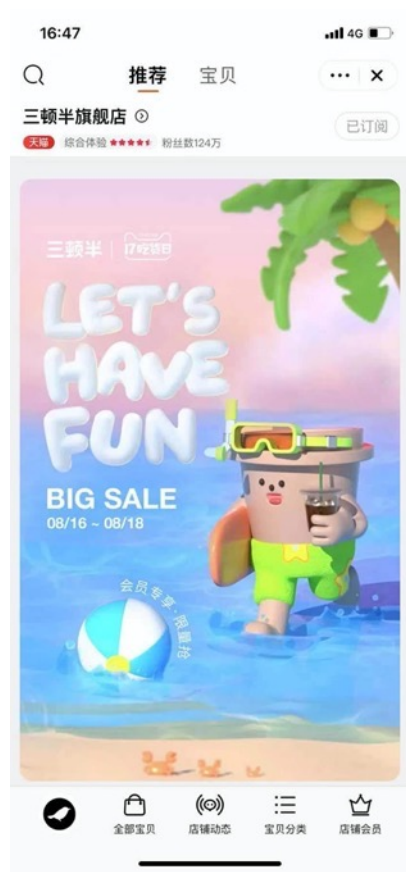
- 2021年4月，会员社区【隐藏世界】测试上线。无论线上或线下，以往购买的三顿半均可在此录入积分，积分可用于兑换周边及产品，并可分级解锁隐藏款咖啡新品
- 2021年8月，计划在上海开设第一家线下旗舰店，并推出跨品类的奶粉、茶粉类冻干

2021 | 天猫旗舰店：店铺运维成熟，销量庞大，平价质量极高

- 2021年618，天猫平台单日销量突破4000W，节点期间总销售额近亿元，继续霸榜第一
- 用户复购率近50%，粘性极高



搜索出现旗舰店
banner指引



店铺首页展示
促销海报



入门款仍为
销量第一产品



平价晒图率远高于其他
品牌，平价基本正向



买家秀颜值极高
晒图主动性高

2021 | 天猫旗舰店：详情页简洁清晰，符合品牌整体调性

08/16
08/18

¥149 - ¥15

点击领取
单笔订单限用1张

会员特别福利

全场实付满200赠燕麦奶12瓶

仅限会员

点击进入会·专享更多福利

进店逛逛

18颗 基础咖啡

Good Coffee, Anywhere.

SUPER COFFEE

冷萃超即溶™ 5.0

New

混合装 18颗

纯享装 18颗

不顶部

基础系列 2克装

每颗可兑 160-200ml 冰/热水，牛奶，燕麦奶

进店逛逛

“将迷你杯中的精品咖啡粉，倒入冰水或牛奶，瞬间还原为一杯真正好喝的冷萃、拿铁咖啡。”

这就是 三顿半® 原创的冷萃超即溶咖啡。

不顶部

“三款定向设计，分别更适合制作快手冷萃、拿铁和燕麦拿铁。尝鲜无负担。”

不顶部

Drink the future

建议冲调方式

杯中先加入 160-200 毫升的冰、热水，牛奶或燕麦奶；打开密封贴，将咖啡粉倒入杯中；密封摇晃或搅拌均匀，即可享受。

进店逛逛

BASIC

基础系列

冷萃风味

更推荐与冰水混合，制作冷萃黑咖啡。

拿铁拼配

更推荐使用冰牛奶，制作拿铁口感咖啡。

燕麦拿铁^{New}

更推荐使用燕麦奶，制作燕麦拿铁咖啡。

每款都可以搭配各种饮料，以上只是更推荐的形式。

不顶部

宝贝故事

基础咖啡

Super coffee system

还原咖啡本真风味

每日新鲜烘焙的精品咖啡，经过“冷萃超即溶”技术，更好保留了咖啡的风味细节，全温溶解，质感清澈，在口感、香气、新鲜度、甜感和细节层次上，都更接近现磨咖啡。

neo drop

不顶部

自由切换冷萃、美式和拿铁

3秒溶解于冰水，轻松获得一杯冰鲜好喝的冷萃，热水中风味细致，方便快捷制作美式或手冲，还可以搭配牛奶、燕麦奶、苏打水等饮料，打开更多惊喜和可能。

不顶部

Keep coffee real

自然健康，无添加

全部配料只有阿拉比卡咖啡豆，全自然成分，无添加蔗糖；生产全程具有完备的安全生产许可，常温保存不易受环境影响，360天保质期更安心，是快捷，也是健康。

进店逛逛

About Saturnbird

探索星球风味

三顿半 (SATURNBIRD COFFEE)，成立于2015年，是世界精品咖啡协会 (SCA) 成员机构，由国际咖啡品质学会认证的咖啡品质鉴定师 (Q-GRADE) 主理品控；三顿半自有30,000㎡的创新咖啡工厂和味觉设计所，希望通过创造品质优越，又与众不同的产品，构建精品咖啡生活的新场景，为一样咖啡的无限可能，提供不止于此的选择。

进店逛逛

SOCIAL MEDIA

微信 | 三顿半

微博 | 三顿半

Instagram | SaturnbirdCoffee

CONTACT

商务合作 | b@saturnbird.com

加入我们 | hr@saturnbird.com

SUMMARY



1. 需求即市场：消费者痛点洞察助力赛道创新
2. 用户即研发：用户反馈与实测，带来最真实的市场反馈和新品灵感
3. 颜值即正义：一贯保持高颜值，为品牌带来溢价和优质内容原料
4. 产品即内容：与内容类社交平台强捆绑，用产品塑造社交货币，并不断合作联名，增强话题属性
5. 渠道与传播：线上起家线下突围，公域流量加私域流量形成闭环，粘性极强