



林鳳營品牌發展分享

味全公司 乳品企劃部
2013/07

1



報告大綱

- 品牌發展背景
- 品牌策略
 - 本質提升
 - 品牌/產品/廣告策略
 - 歷年廣告回顧
- 鮮乳市場願景

2



林鳳營品牌



- 1994年4月16日林鮮上市
以高品質，濃純香的品牌定位，
開創高優質區隔
- 1999年電視廣告以張艾嘉代言
- 2002年延伸至優酪乳品類
- 2013年...



➡ 林鳳營邁入第20年，
也是高優質區隔發展的第20年



林鳳營品牌發展背景



鮮乳市場(1990年代)

■ 鮮乳市場

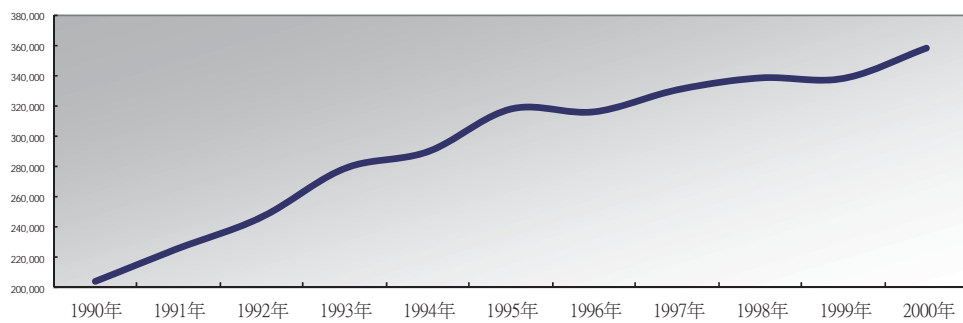
- ◎ 鮮乳市場穩定成長，規模約80億
- ◎ 鮮乳價位區隔：中高價位(一公升55元)、中低價位(40元以下)

■ 競爭者

- ◎ 光泉、味全、統一三大品牌佔75%以上

單位:公噸

生乳生產量



資料來源:
農委會 5



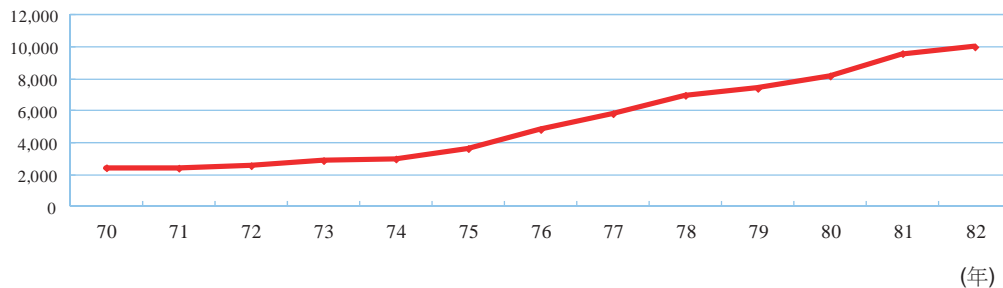
消費者分析(1990年代)

■ 整體趨勢

- ◎ 隨國民所得提升，消費者對生活品質要求提高，願意以較高的價格追求更高品質產品

(美元)

台灣平均每人所得趨勢





消費者分析(1990年代)

- 消費者輪廓：
 - ◎ 人口變項描述：飲用者以15-44歲為主，男：女約4：6
 - ◎ 生活型態描述：喜歡與朋友相聚，注重休閒，重視健康
- 消費者選購動機：新鮮、品質、品牌為選擇鮮乳三大要素
- 消費者飲用需求：
 - ◎ 1990年代之前→純、100%
 - ◎ 1990年代→開始追求更高的品質



林鳳營品牌發展背景小結

市場
現況

鮮乳市場穩定成長

消費者所得成長，追求生活品質，
希望有更高品質產品

突破
機會

消費者需求轉變，新興之高品質鮮乳潛在區隔浮現



提升產品價值，開創高優質區隔



林鳳營發展策略

9



發展的根本- 鮮乳本質面的提升

產乳端

- 專業輔導精進
生乳品質(蛋白質、SNF等關鍵成份)、風味口感表現不斷提升

收乳端

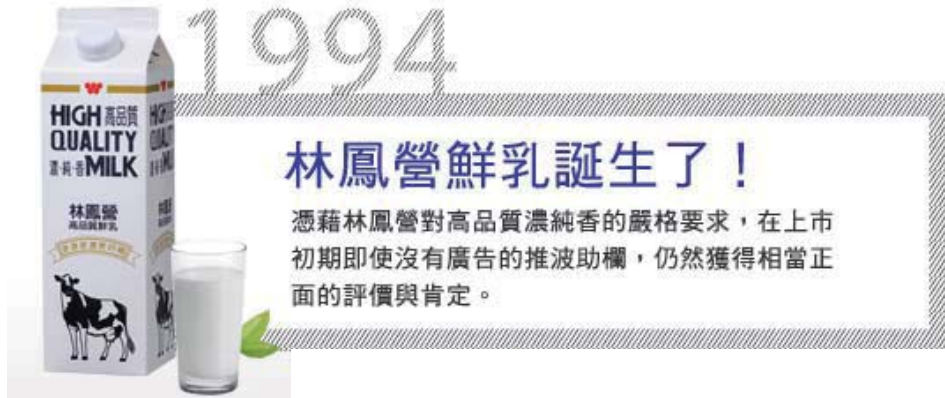
- 精進收乳頻率，最先由兩日收乳調整為每日收乳，確保乳源新鮮
- 採用100%A級生乳製造

生管端

- 數值管控：專人嚴格檢驗把關，確保乳源安全、品質符合高標準
 - 官能管控：專人品評生乳風味，挑選最頂級生乳製造
 - 生產管控：精進生產運輸效率，縮短加工耗時，鮮度更提升
- 品管高標加嚴檢驗，確保每一口都是『高品質』

在本質面精進後...





1994年4月16日， 林鳳營鮮乳 上市！



林鳳營鮮乳

市場定位：

- 目標市場：冷藏、高優質鮮乳市場
- 目標消費群：
25-39歲，追求更高品質生活之女性

品牌定位：

- 產品定位：高品質、濃純香
- 品牌個性：自信、知性



產品策略



產品

- 口味別：全脂、低脂、脫脂高鈣
- 規格別：228ml/338ml/936ml/1857ml/2728ml/3685ml
 - 紙盒
 - 塑瓶

包裝

- 突顯定位『高品質、濃純香』
- 以白底、藍色與金色 呈現簡潔高品質



林鳳營 鮮乳

13



廣告策略



代言人

以具知名度及說服力之名人代言，提高消費者認同

廣告調性

潔淨、明亮、生活化

廣告執行

- 『就像家裡養頭牛』→新鮮
- ◎ 以張艾嘉代言，自然詮釋知性自信的女性
- ◎ 近年以桂綸鎂、陳柏霖等名人與消費者溝通
- 廣告元素：牛、奶鬍子



林鳳營 鮮乳

14



電視廣告



■ 使用代言人策略

-99年起，以具知性形象張艾嘉代言

-04年起，以劉若英、李心潔、賀軍翔、桂綸鎂、陳柏霖 與消費者持續溝通



99-01 想像力



02-03 居家篇



04-05
20/30/40篇



06-07 拍片篇



08-10 追求完美篇



13~ 無可取代篇



10~12 簡單篇



平面廣告-名人證言



■ 名人證言策略：

以名人親身飲用的體驗分享



2003



2004



2005



2007



2009



公關&消費者推廣活動



1998
林鳳營城市加溫公益活動

- 1. 透過記者會，傳遞林鳳營鮮乳品牌公益形象
- 2. 熱飲與義賣巡迴活動

1999
林鳳營高品質鮮乳嚐鮮愛心運動

藉免費提供冰鮮乳試飲，讓民眾能享受高品質鮮乳口感

2003
味全林鳳營關懷SARS公益活動

面對SARS風暴，捐贈乳品給需要之單位，盡企業心力

2005
林鳳營
愛就是要濃純香

- 1. 以記者會、座談會等，共同發表親子溝通調查數據結果，呼籲民眾重視家庭中的親子溝通關係
- 2. 舉辦戶外親子互動活動

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

1998
林鳳營名車名錶名鑽大贈送

2002
綠巨人浩克電影合作案



2003
林鳳營冬天熱熱喝，更加濃純香

推廣冬天熱飲鮮乳概念，提升冬季鮮乳飲用習慣

2007/2008
林鳳營百萬獎金大放送



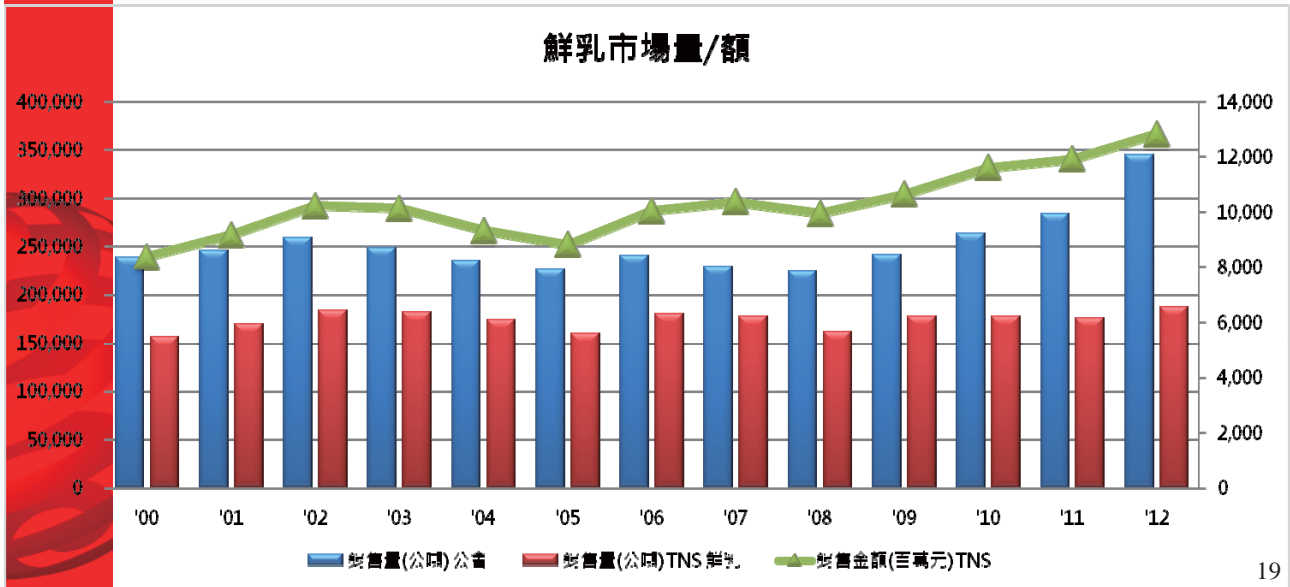
鮮乳市場願景



國內鮮乳市場趨勢&願景



- 市場長期趨勢上升，08年~12年間更連續5年成長！
- 預期2013年市場規模將突破140億元 (vs. 90年代的80億)



鮮乳市場

下一個10億、50億、100億成長的機會點？



敬請指教 謝謝