

# 元气森林全案复盘

“起盘+增盘+固盘”的战术方法论

2016年，元气森林成立，凭其“0糖0脂0卡”的无糖饮料定位，主打轻食、自然、健康理念，以年轻白领及00后新消费人群为目标，只用了短短4年时间，估值就从0飙升到300亿元，拉高了新兴软饮行业的天花板。数据显示：2020年元气森林同比增长约270%，全年销量达30亿元。

# 目 录

## 起 盘

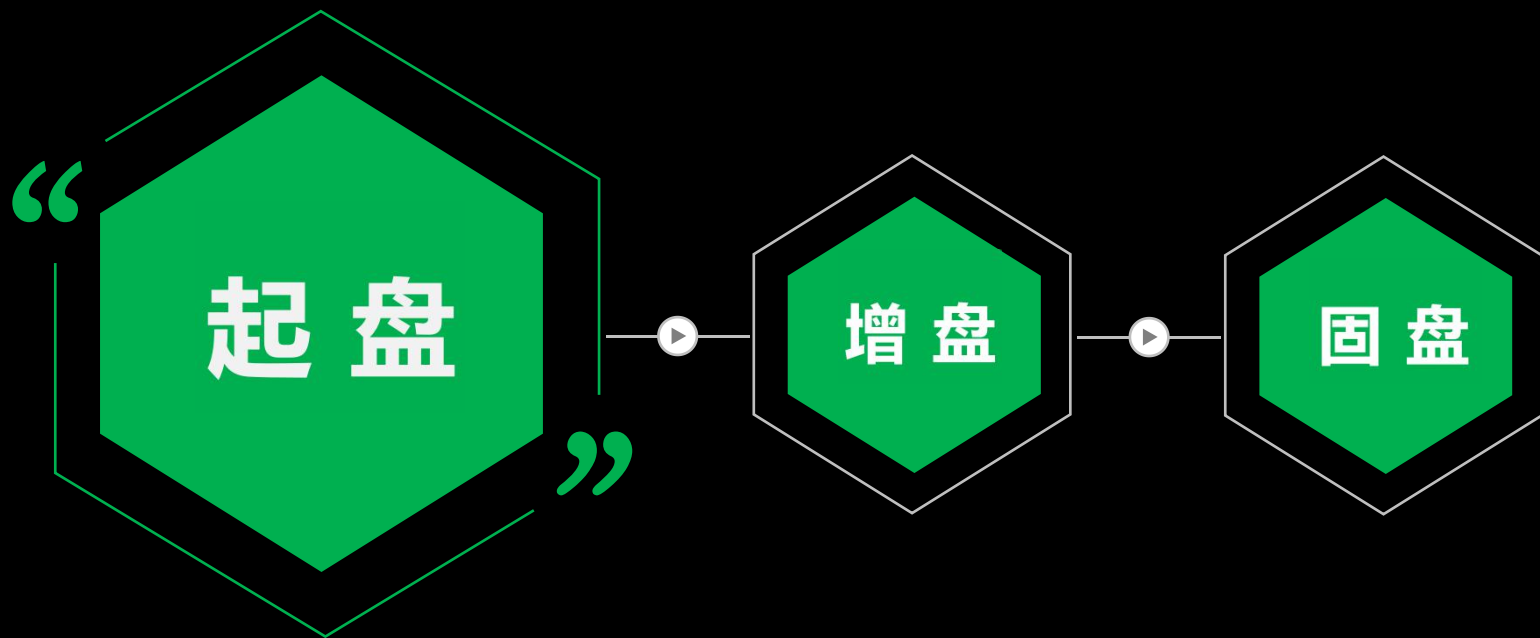
- 品牌流量红利
- 产品流量红利
- 年轻用户红利

## 增 盘

- DTC渠道模式
- 新品测试模式
- 私域流量运营

## 固 盘

- 扁平渠道管理
- 供应链再优化
- 品牌投资矩阵



世界从来以及未来都不可能达到所谓的“扁平状态”，而所谓成功的商人，比的就是谁能够率先将**利用信息落差而谋得利益**。



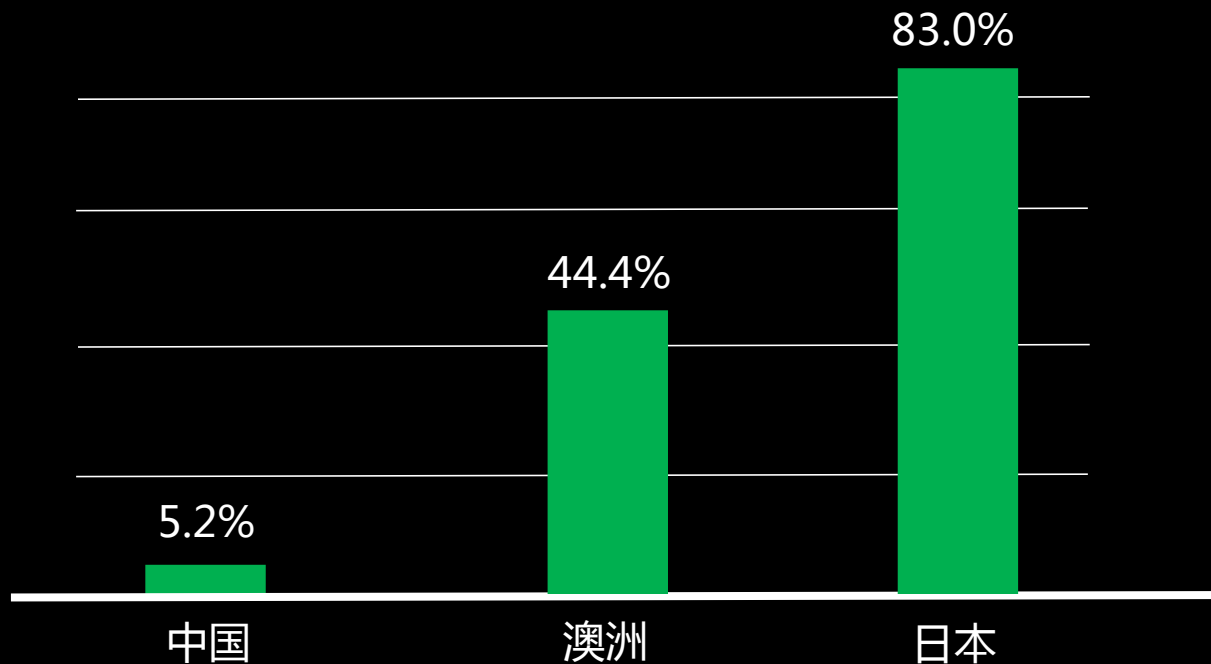
DST Global 投资合伙人 Alexander Tamas

说“人话”，就是

把国外成熟的概念带到中国市场  
重新包装并贴上“**高品质**”标签

元气森林为何要蹭 日本？

## 2019年中国与其他国家无糖茶占比



在无糖茶、无糖碳酸饮料等领域，日本等其他国家明显走在前列。根据中金公司的估算，2019年无糖茶在日本茶饮的渗透率甚至能达到80%以上。



---

# ① 品牌流量红利

---





(日本年度汉字)



(“元、气、燃”的符号化)

# 满满的伪日系



每一个产品，  
都是一片元气森林。

元气森林  
0糖 0脂 0卡

元气水  
无糖 有气 喝元气水

0糖 0脂 0卡

喝不胖的奶茶



元氣森林  
无糖专门家

0糖  
0脂  
0卡  
12瓶装



元气森林目前的所有产品都围绕0糖、无糖或不添加蔗糖展开。在“无糖专门家”的品牌定位下，所有产品调性都与之契合，这样的一致性也有利于帮助元气森林聚焦无糖饮料这一品类，聚焦关注健康的核心目标人群。在当时的市场中，这不仅仅是“空白”，而且满足了“**高品质**”这一条。

---

## ② 产品流量红利

---

在元气森林的无糖茶产品——燃茶面市之前，日本市场就已经有三得利的**无糖乌龙茶**、伊藤园的**无糖绿茶**等无糖茶饮了；而元气森林的乳茶，其灵感也可能来源于日本市场的伊藤园牛奶乳茶。一个很大的因素是国外巨头的产品概念有很多并未在中国上市，但在本国卖的很好，或者已经进入了中国市场，但并未火起来。

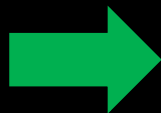




伊藤园 无糖绿茶



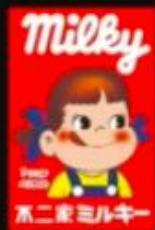
三得利 无糖乌龙茶



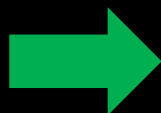
元气森林 燃茶



伊藤园 牛乳奶茶



不二家 卡通形象

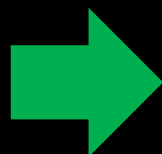


元气森林 乳茶





日本LUCIPIA 包装



醇香乌龙茶  
(新包装)



白桃乌龙茶  
(新包装)

元气森林“燃茶”茶叶礼盒



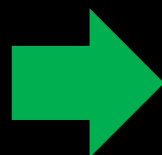
爽健美茶



爽健美茶  
健康素材の麦茶



爽健美茶  
健康穀物ブレンド



0糖0咖啡因 玉米须10g每瓶

健美轻茶 玉米须茶500ml\*15瓶

日本可口可乐 爽健美茶

元气森林 健美轻茶

# 元气森林产品上市图谱

公司发展

2016.4  
「北京浩繁科技有限公司」成立，后更名为  
「元气森林（北京）食品科技集团有限公司」

2017.12  
获得「挑战者资本」  
天使轮融资

2019.6  
「北海牧场（北京）  
乳品有限公司」成立，  
酸奶销售渠道由外部  
团队负责，变为专门  
成立销售团队负责

2019.11  
「滁州外星人饮料  
有限公司」成立

2016

2017

2018

2019

2020

2021

产品与营销



2016.11  
上市燃茶



2016.9  
上市两款果茶，  
后改名「果の每日茶」

2018.3  
上市元气森林  
苏打气泡水



2019.3  
上市宠肌  
胶原蛋白饮品



2018.8  
上市北海牧场  
酸奶



2019.4  
上市健美轻茶



2019.11  
上市乳茶



2020.6  
上市外星人  
电解质水&  
能量饮料



2020.9  
上市满分微气泡  
果汁

关注公众号：广告人方案库，  
快速获取全网干货和方案。



---

## ③ 年轻用户红利

---



7月31日起 每周五20:10

The Irresistible Broadcast time  
20:10 on Friday Night from July 31

元气  
小哥队

元气森林



队长  
杨洋  
YANG YANG



湖南卫视 播出 |

元气满满的哥哥





东方卫视



8 singers performing on stage with microphones.



我的音乐秀

元氣森林  
无糖 气泡水

今晚20:55

无糖 喝元氣



Three bottles of Aikun Forest bubble water (green, orange, and yellow flavors).



张雨绮  
元气森林苏打气泡水大使



袁冰妍  
元气森林奶茶推荐官



# 以年轻用户为中心，降低利润解决口感品质问题

元气森林用**赤藓糖醇**成功解决了口感问题：甜度只有蔗糖的60%-80%，非常容易还原出自然蔗糖。更重要的是赤藓糖醇几乎不含热量。

通过市场公开数据计算可知，使用赤藓糖醇的

**成本**比阿斯巴甜**高100倍。**

## 气泡水成本预估

原材料成本：1.0元

人工+包材：0.5元

仓储+物料：0.5元

出厂价：2.8元

毛利率：28.6%



关注公众号：方案知识星球，  
快速获取全网干货和方案。





功能饮料

气泡水/气泡果汁

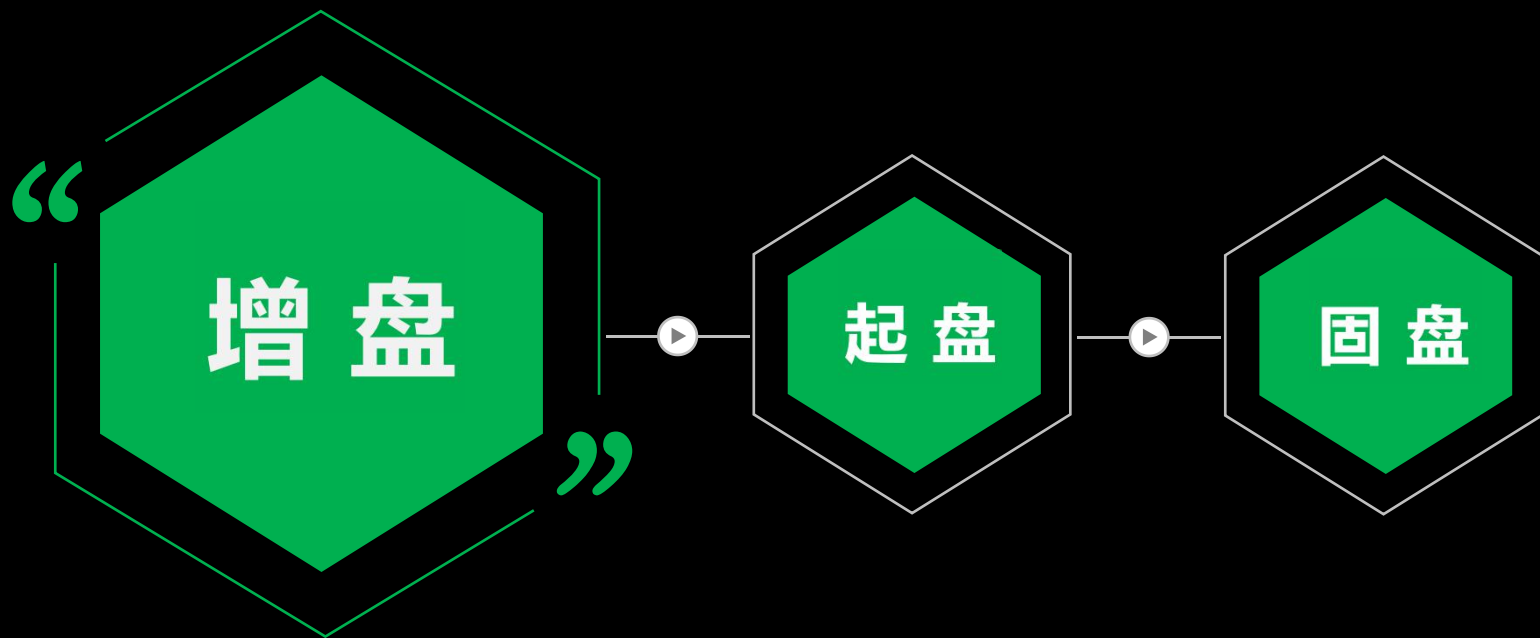
茶饮



得年轻人得天下

关注公众号：广告人知识星球，  
快速获取全网干货和方案。





---

# ① DTC渠道模式

---

饮料本质上是一个**ToB**行业

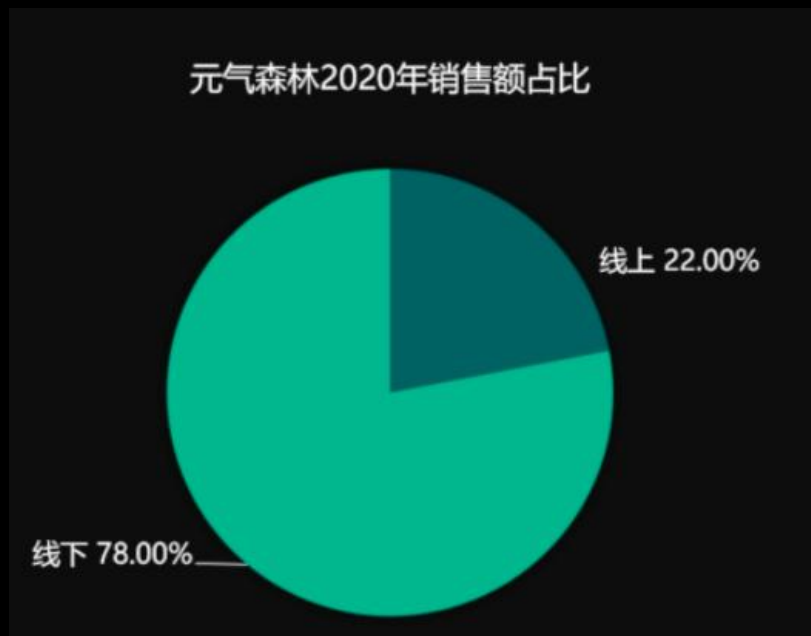
同行企业只有**5%**直营渠道

元气森林直营比例高达**22%**

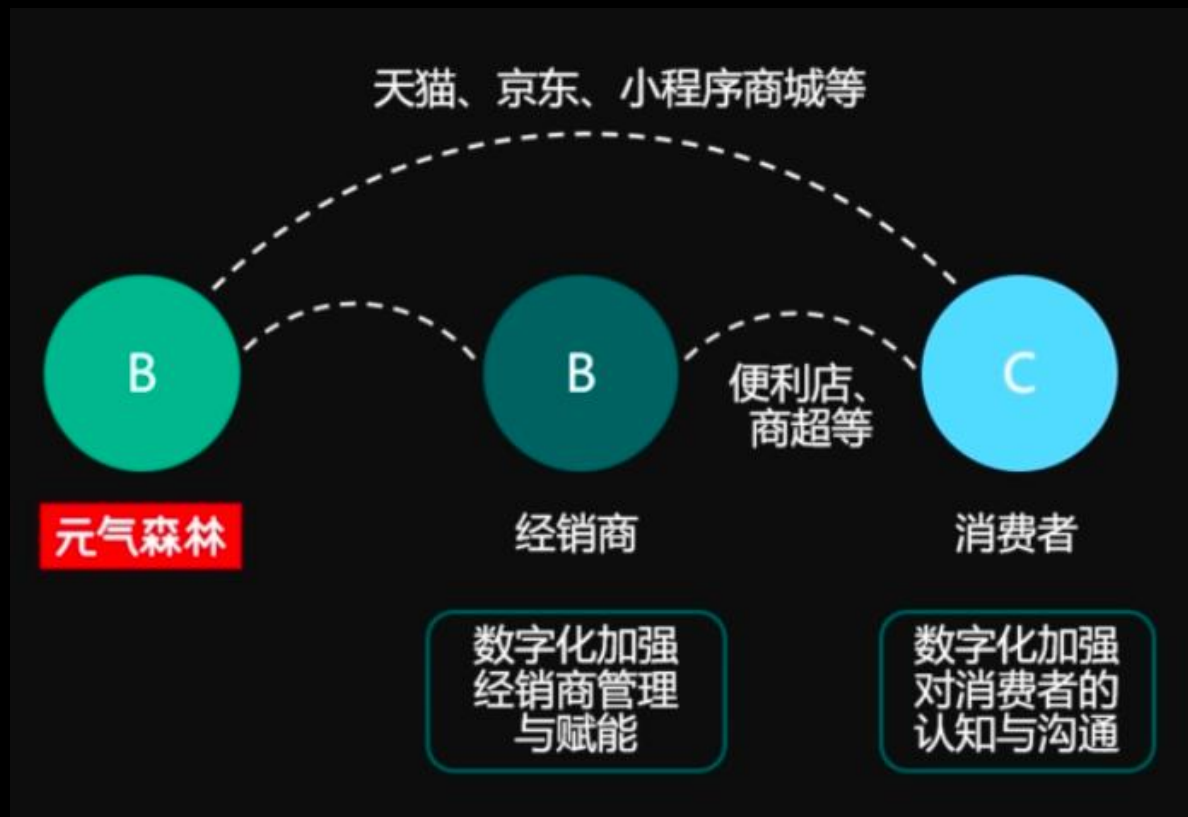
利用DTC模式贴近用户

# 线上+便利店

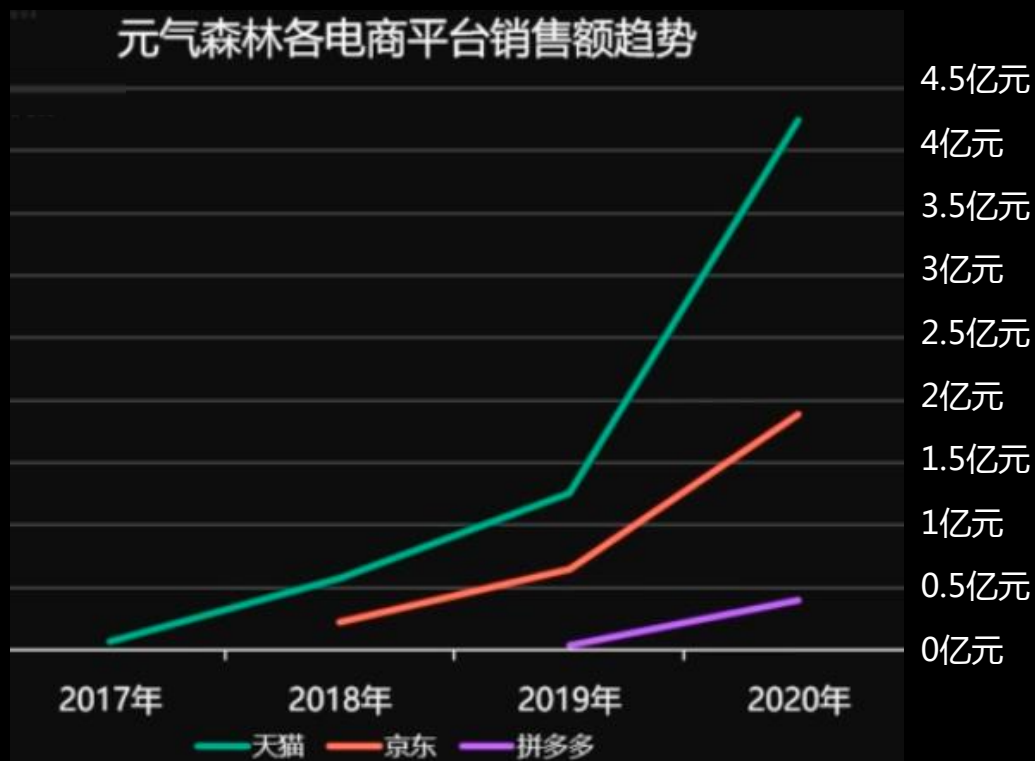
唯二的增长率渠道，符合年轻人和白领消费习惯



# 线上+线下渠道布局



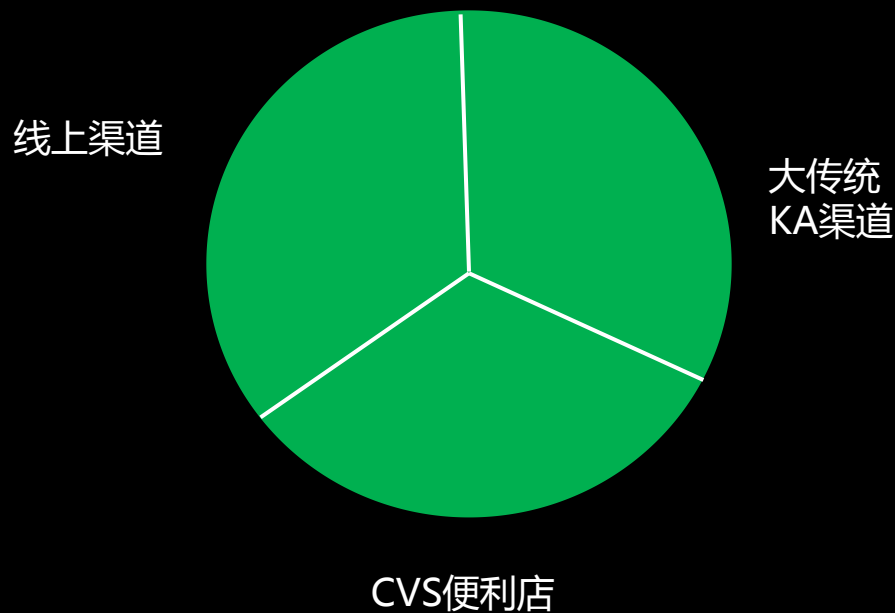
# 线上销售数据



其中——天猫：14.15% 淘宝：0.33% 京东：6.3% 拼多多：1.33%

# 线下销售数据

截止2020年末，元气森林产品覆盖30个以上省份，超过20万个便利店和传统店上架





# 经销商毛利率高

经销商毛利率对比



元气森林价格体系



---

## ② 新品测试模式

---

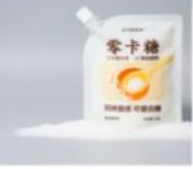
# 借鉴互联网AB测试思路，线上线下多种方法收集数据

## 测试出最有卖点的产品



12:56

元气研究所 零卡糖用户调研



元气研究所 零卡糖用户调研  
请各在使用元气研究所零卡糖后对产品的评价，非常感谢！

\*1. 请填写您试用产品的收货电话-

请输入

\*2. 您的性别是？

☐ 男

☐ 女

\*3. 您的年龄是？

请输入

12:26

元气研究所 零卡糖用户调研

您常不常喝

非常常喝

\*11. 该产品在哪些方面提升，您会愿意推荐给朋友，请畅所欲言咯~

价格，目前价格还是可以接受请继续试用再谈。

\*12. 以下哪个场景最符合您的想象？【多选题】

☐ 0糖的甜味剂

☐ 0糖的蔗糖风味剂

☐ 做一份0糖的食品

☒ 做一份0糖的饮品

☐ 吃一口0糖的糖果

☒ 不一定零0糖，只要提升糖就可以

☐ 其他

非常感谢您的作答

提交

元气研究所技术团队



口味测试

电商测试

便利店测试

信息流投放测试

DTC渠道测试



## 电商测试



元气森林

99%果汁微气泡

三种口味可选

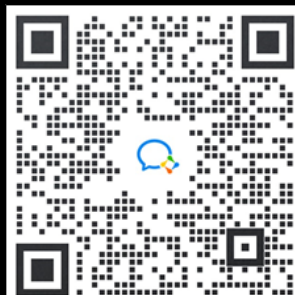
12瓶x380ml

满分!  
微气泡 西柚

每日1瓶  
补充膳食营养摄入不足

满分! 满分! 满分!

## 便利店测试



长按扫码进群，获取更多方案



# 信息流投放测试



通过巨量引擎等平台投放信息流广告，测试新品



# DTC渠道测试



品鉴官  
招募

本期试用



International  
Taste Institute

外星人能量饮料-马黛茶口味

荣获世界美味奖章



外星人功能饮料双口味6瓶装

数量350件 1048人已申请

¥45

0元试用

元气分享

全部分享 >





International  
Taste Institute

外星人能量饮料-马黛茶口味

荣获世界美味奖章



外星人功能饮料双口味6瓶装

¥0 ¥45 运费10元

数量350件 1048人已申请

元气会员免运费，中签率更高！ 立即开通 >

试用流程

规则说明 >



申请试用 中签公布 支付运费 商品发货 发布测评

测评参与规则

- 测评报告：  
文字清晰、客观公正、多角度评价
- 测评照片：  
图片不少于3张，需清晰、原创

已结束

登录报名

元气森林SKU研发速度和研发规模是同行数倍

但只有**5%**的SKU上市了

- 1、庞大的产品团队：据说元气森林有50多人的产品经理团队，不间断开发新产品。
- 2、研发速度敏捷：此前依靠便利店测试，现在进行线上线下的组合产品测试。
- 3、严格赛马机制，试喝环节。据说花了300万生产，又花了100万销毁也没有上市的SKU。

元气森林还有95%的产品没有推出，而2021年将是元气森林的“产品大年”，研发费用和研发人员都将是2020年的**3倍**。

——元气森林创始人唐彬森

---

## ③ 私域流量运营

---

# 引流

# 孵化

# 转化





微信朋友圈投放



促销落地页



服务号



企业微信



微信群推送



私聊推送



小程序内容社区



## 会员卡





元气森林 联名

# 小红书笔记种草



种草笔记增长趋势



粉丝关注焦点



粉丝人群画像

2020年元气森林营销费用为**5亿元**

2021年营销费用预计上升至**7亿元**

## 1.5亿元拿下B站跨年晚会冠名权



# 2020年元气森林内容投放时间线



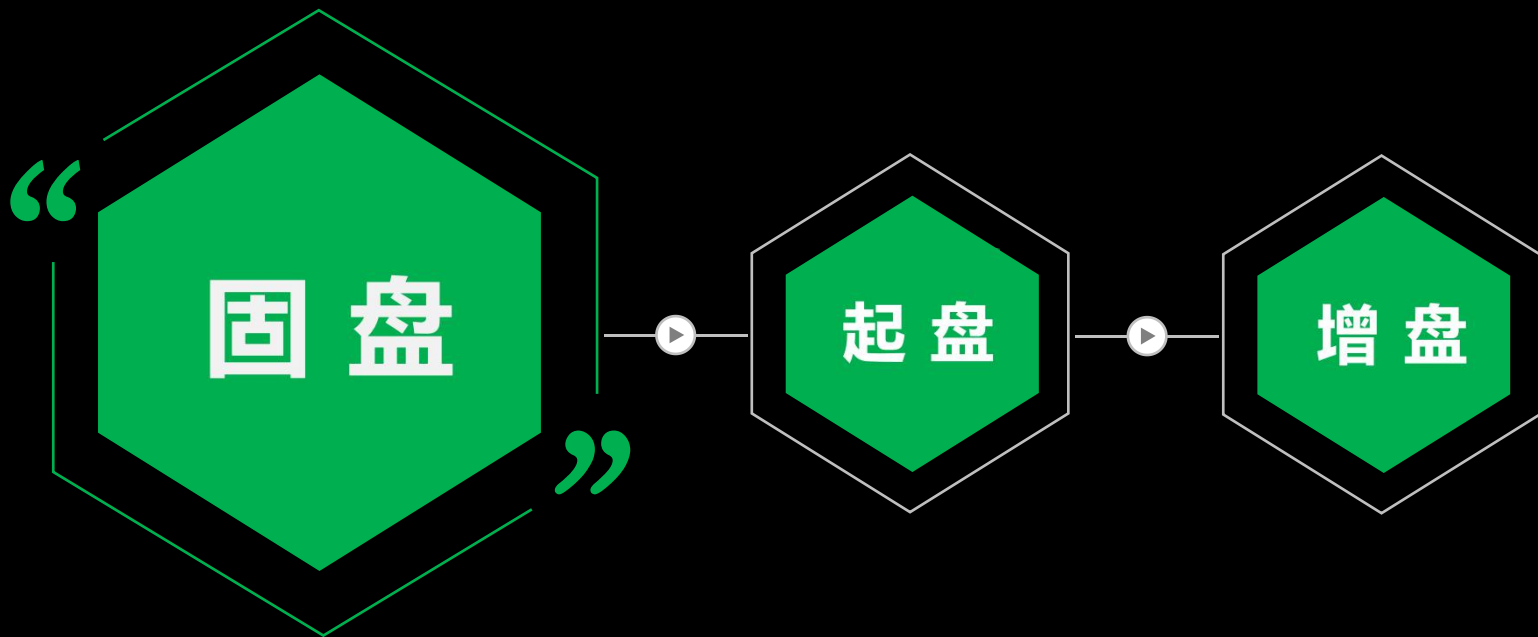
扫码进入方案星球，  
快速获取知名品牌营销方案。



## 2020年元气森林内容投放一览

[illegible]





---

# ① 扁平渠道管理

---



打造数字化工具，应用互联网化管理方法，提升组织运作效率



数字化办公+OKR管理体系+阿米巴运营

# “元气良品” 经销商订货管理工具



选择所需产品



下单指引

# 元气森林经销商企业管理效率工具



订单数据



贷款 与 市场费用



核销、活动申请、冰柜签收

# 线下数据反馈



全国投放8万台智能冰柜

技术参数及报价	
产品型号	SC-425HN
产品图片	
保修	整机三年保修
生产周期	15-20天（节假日顺延）
产品外形尺寸(W×D×H) mm	660*650*1910
耗电量(KW·h/24h)	1.61
能效等级	1级
气候类型	ST/10
箱内温度范围	0-10℃
制冷剂	环保制冷剂R290
箱体外壳材料	PCM板，t0.5，白色
保温层材料	环异戊烷
玻璃门	双层钢化玻璃，一层镀膜
玻璃门框材料	PVC
玻璃门框颜色	红色
压缩机品牌	万宝/华意/东贝
内胆材料	HIPS板，白色
侧板画尺寸	565*1830
搁架数量	3个带隔挡+2个加层
制冷方式（直冷、风冷）	风冷
蒸发器类型	铝管铝翅片式
冷凝器类型	丝管式冷凝器
温控方式	电子温控温显
GPRS智能模块	带（定位、上传温度、远程控温、资产管理、远程开关机、1年流量）

## 线下数据反馈

基于互联网与游戏的基因，元气森林非常注重数据体系的搭建与使用。

这些自主研发的智能冰柜将全部联网，每卖出一瓶饮料，其销售数据会实时反馈给元气森林。为了实现顺利铺设计划，元气森林采用“包销”策略——冰柜如果达不到预期销售额，元气森林将会向门店补足差额；另一方面给经销商增添了一项“冰柜与网点的联通效率”的考核指标。

---

## ② 供应链再优化

---

# 代工厂资料

产品	代工厂
气泡水	健力宝
燃茶	统实（统一旗下）
乳茶	统实
酸奶	邯郸康诺
外星人能量饮料	奥瑞金（曾经红牛王老吉代工厂）

主要  
问题

无法适应生产排期  
有配方泄露的风险

# 自建工厂





---

## ③ 品牌投资矩阵

---

元气森林主力产品刚跑起来就  
已经开始投资其他品类的品牌

## 饮料



北海牧场



Never Coffee

## 轻食



元气研究所  
鸡胸肉肠



田园主义

## 白酒



观云白酒

# 附：元气森林品牌营销与融资大事记

- 2015.12** 官方微信公众号发布第一篇推送，为新品预热 **营销**
- 2016.2** 官方微博发布第一条微博，为新品预热 **营销**
- 2016.4** 公司注册成立
- 2016.9** 首次发布两款果茶产品——“元气森林の明明不胖”“元气森林の石分美丽”
- 2017.12** 获得唐彬森的挑战者资本的天使轮融资 **融资**
- 2018.5** 发布元气森林苏打气泡水
- 2018.8** 获得光控众盈资本、共青城星创投资的A轮融资 **融资**
- 2018.9** 魏大勋、SNH48、邓伦、王一博等明星相继带货 **营销**

- 2019.3** 获得峰尚资本、干贤资本投资的B轮融资 **融资**
- 2019.7** 产品进入李佳琦直播间 **营销**
- 2019.10** 获得龙湖资本、高榕资本、黑蚁资本的1.5亿元战略融资，估值37.5亿元 **融资**
- 2019.12** 开设小红书官方账号，截至目前小红书上的元气森林相关笔记超过3万条；开设抖音官方账号
- 2020.6** 张雨绮成为元气森林苏打气泡水品牌大使 **营销**
- 2020.8** 冠名综艺《元气满满的哥哥》《运动吧少年》《我们的乐队》与手游《和平精英》跨界合作；参与ChinaJoy、FIRST青年电影展等市场活动 **营销**

# THK

以上仅供参考

