

CHEO.CELY 精選咖啡



視傳二C

1015445223 趙翊均

1015445271 呂紹璋

1015445213 張國城

1015445222 洪筱芊

品牌介紹



自家開創品牌 CHEO.CELY

- ✓ 嚴選台灣中央山脈高海拔山坡種植出的咖啡豆，以人工採摘每一顆成熟紅透的果實，水洗式，豆木堅硬，均勻。再經三次人工篩選瑕疵分類，烘焙後再經人工一次篩選，才能完成包裝。

100%新鮮烘焙咖啡豆

具SGS無農藥殘留證明

不苦不澀
自然甜度高
略帶果香味
口感滑順
回甘性強
咖啡因含量低

他牌包裝風格

NESCAFÉ



一位名為 Sao Paulo 的商業人士協同巴西咖啡協會的成員會晤 Louis Dapples，希望雀巢能研發顆粒狀的易溶咖啡產品並大量商業化，以解決巴西咖啡過剩的經濟問題，當時市場上已有些許晶體狀易溶咖啡及液態沖泡即飲咖啡，但都並非成功及成熟的商品，這些產品並非在短時間內能完全溶解，而且無法保存咖啡的香味及口感，Louis Dapples 發現這個大好商機，所以指示瑞士雀巢研究實驗室尋求解決方案，以製造商業化優良品質的易溶咖啡，經過數年的刻苦研究，1937 年春天，由 Max Morgenthaler 所領軍的研究團隊，首先研發成功如何製造易溶並留住口味的咖啡方法。其次，他們發展了一套將這個技術應用在大量製造的工業化流程，而這個時候研究團體所發展出來的最終產品是“粉狀的水溶性即溶咖啡”，而非原來的目標“顆粒狀的易溶咖啡”，於是 NESCAFÉ 終於焉誕生。

他牌包裝風格

西雅圖極品咖啡



BARISTA COFFEE
西雅圖極品咖啡
濾掛咖啡 領導品牌

極品淬煉 純黑咖啡

- 在地烘焙 · 新鮮的關鍵
- 氮氣填充 · 持續好風味
- 專利濾掛 · 好沖不閉眼

6項檢驗合格 淬煉 成就極品

嘗試研磨咖啡簡便沖調，隨時隨地只要有熱開水的地方，便可以立即享受咖啡自然的風味！登山、露營、辦公室、家中都可以方便攜帶與沖調！

最嚴謹的要求 檢測結果：六類塑化劑

BBP	DNOP	DEHP
DBP	DINP	DIDP
均未驗檢出		

喝的香醇 · 喝的安心

全系列即溶產品已通過國際認證權威SGS公司檢驗合格。一路走來 從三層濾膠到塑化劑，每次的考驗，都是淬煉，也唯有堅持好品質，我們才能通過一次次考驗。如此信念，因為我們堅持給您 杯杯都是“西雅圖極品咖啡”



一位名為 Sao Paulo 的商業人士協同巴西咖啡協會的成員會晤 Louis Dapples，希望雀巢能研發顆粒狀的易溶咖啡產品並大量商業化，以解決巴西咖啡過剩的經濟問題，當時市場上已有些許晶體狀易溶咖啡及液態沖泡即飲咖啡，但都並非成功及成熟的商品，這些產品並非在短時間內能完全溶解，所以指示瑞士雀巢研究實驗室尋求解決方案，以製造商業化優良品質的易溶咖啡，經過數年的刻苦研究，1937年春天，由 Max Morgenthaler 所領軍的研究團隊，首先研發成功如何製造易溶並留住口味的咖啡方法。其次，他們發展了一套將這個技術應用在大量製造的工業化流程，而這個時候研究團體所發展出來的最終產品是“粉狀的水溶性即溶咖啡”，而非原來的目標“顆粒狀的易溶咖啡”，於是 NESCAFÉ 終於焉誕生。

他牌包裝風格

伯朗咖啡



生活 從遇見Mr. Brown Coffee開始
每杯香醇的咖啡 分享著不同的生活與故事
伯朗咖啡館 與您一同迎接生活的美好片刻。
伯朗咖啡館(伯朗咖啡股份有限公司)，成立於1998年12月，是金車公司秉持著二十年的咖啡製作經驗與品牌信譽，跨足餐飲服務業的首度嘗試，伯朗咖啡館只使用精選的Arabica豆，堅持每週適量烘焙新鮮咖啡豆。從創始店開始，伯朗咖啡館以「提供客戶好咖啡，創造本土咖啡文化」為企業目標，並以高品質咖啡的市場定位，歐洲風味的美術裝潢基調，開創出屬於自己的風格。

市場分析

- (1) 消費對象：
喜歡品嚐咖啡，有喝咖啡習慣的大眾。
- (2) 包裝資訊：
單包沖泡式外包裝，咖啡膠囊外盒，
圓罐式外包裝，方盒。
- (3) 銷售環境：
各大超商，百貨，生活百貨。
- (4) 價格定位：
150~500元。

競爭品牌分析(SWOT)

			
STRENGTH 優勢	廣告頻繁 吸引許多客群	品牌悠久 有固定客群	歷史悠久 產地出名
WEAKNESS 劣勢	包裝過於簡單	銷售價格偏高	缺乏廣告 鮮少在看到

競爭品牌分析(SWOT)

			
<p>OPPORTUNITY 機會</p>	<p>發展全新適合年輕族群的系列，單價較低，將年輕族群的市場也納入版圖之中。卻仍不失現代女性的自主力量。</p>	<p>化妝年齡更不斷下探，因此化妝品對女性來說，等同於生活必需品，一日不可無它。</p>	<p>引用咖啡族群普遍為女性，和上班族，對他們來說咖啡已是生活中的必需品，缺一不可。</p>
<p>THREAT 威脅</p>	<p>時裝的競爭市場龐大，需要極具特殊性才能在眾多競爭者中突出，像是LV、Dior等。</p>	<p>品牌林立，固然使愛美的女性有多種的選擇，但確相對也是一種威脅。</p>	<p>競爭對手多，需隨時具備應變策略及時推陳出新趕上時代口味。</p>

設計概念

以復古的巴洛克風格為主體,再用顏色區分口味。

- 曼特寧(藍紫色)
- 肯亞 (咖啡)
- 巴西 (黃綠)

運用巴洛克風的雕花,營造一種奢華高貴的感覺,但產品本身卻是平價的。

精搞



精搞

CHOLCELY

曼特寧精選咖啡
Medellin selection of coffee

You can easily enjoy real regular coffee
with
rich flavor and delicious taste

品名: CHOLCELY
特級咖啡-曼特寧

成分: 即溶咖啡粉, 奶精,
糖, 乳化劑, 香料

咖啡因: 45mg

有效日期: (年/月/日)
標示於外盒封口

營養成分 100公克	
熱量	398kcal
蛋白質	11.8g
脂肪	7.5g
飽和脂肪	3.6g
反式脂肪	6.6g
碳水化合物	3.3mg
鈉	3.3mg

展場現場佈置

