



成为全球领先的健康水果品牌



品牌招商手册

BRAND INVESTMENT MANUAL



加盟
热线 **400-780-7818** | 公司地址:湖北省襄阳市樊城区
紫贞公园路1号市民中心7楼758

目录 contents

01 品牌介绍

- 品牌简介
- 品牌故事
- 目标客群
- 行业发展趋势
- 水果行业未来趋势

02 我们的核心优势

- 供应链优势
- 产品优势
- 健全的运营支持体系

03 优秀加盟商案例

- 夫妻型加盟
- 投资型加盟

04 加盟政策

- 加盟条件
- 合作模式
- 加盟预算
- 加盟流程

品牌介绍

- 品牌简介
- 品牌故事
- 目标客群
- 行业发展趋势
- 水果行业未来趋势

01

品牌简介

2014年3月，“百鲜果园”水果连锁品牌落地襄阳，是集水果采购、采后保鲜、物流仓储、标准分级、营销拓展、品牌运营、门店零售、电商科技为一体的水果供应链品牌。百鲜果园秉持“提供优质水果 倡导健康生活”的经营理念，让客户吃到更新鲜、更好吃、更安全的高性价比水果，立足湖北，走向全国！



品牌故事

在岁月的长河里，总有一些企业，以不凡的初心与不懈的奋斗，点亮了行业的星空。百鲜果园，便是这样一颗璀璨星辰，她的诞生，源自明燕华、陈华柱与袁小华等几位挚友对美好生活的憧憬与执着追求。

故事发生在历史悠久的古城襄阳，2014年前那里曾是一片水果市场的荒漠，品种稀少且品质参差。面对此景，明董与陈总决心从根源入手，以匠心重塑水果零售的版图。他们深知，唯有直达源头，方能锁住每一口鲜甜与健康。于是，一场关于水果的变革悄然拉开序幕。而袁总，作为水果行业的资深舵手，毅然放弃既有的荣耀，与挚友并肩，共同绘制百鲜果园的辉煌蓝图。

“百鲜果园”，“百”寓意百果皆可享，“鲜”寓意鲜果恒常新。创业初期，为了将世界各地的鲜美果实带到襄阳人民的家庭，他们不辞辛劳，每日凌晨驱车数十小时，穿梭于市场与果园之间，只为那一手最新鲜的货源。夜以继日的辛劳，换来了顾客满意的笑容，也让他们更加坚信，所有的努力都是值得的。

2014年的一个冬日，襄阳城迎来了初雪，而百鲜果园门前却热闹非凡。那天，为了一尝襄阳市内难得一见的车厘子，不少顾客甚至驱车数十公里而来。其中，一位孕妇的身影尤为引人注目。当她满怀期待地排到队伍前端时，却得知车厘子已售罄。面对她的焦急与失望，袁总迅速行动，几经沟通，终于为这位准妈妈争取到了这份特别的甜蜜。这一幕，不仅温暖了人心，更激发了团队拓展更多门店的决心，誓要让襄阳人民随时随地都能享受到心仪的水果。同时，也悄然推动了当地水果行业的整体升级，提升了整体品质标准。

转眼间，从2014到现在，数十年磨一剑，百鲜果园已从襄阳一隅，成长为湖北省知名的水果连锁品牌。十年间，水果的来源地遍布全球各地，从南半球的智利车厘子到北半球的泰国榴莲，从非洲的鲜橙到美洲的无籽红提，每一颗水果都承载着对品质的极致追求。与近百家全球优质供应商的紧密合作，确保了水果从枝头到舌尖的全程新鲜与营养。

随着品牌的发展，百鲜果园的理念也在不断进化。从最初的提供高品质水果，到如今倡导科学健康的水果搭配，他们始终将顾客的健康放在首位。未来，“健康新鲜，就在百鲜”不仅是品牌的承诺，更是他们引领行业前行的动力。百鲜果园将继续秉持初心，以匠心打造每一份甜蜜，致力于成为中国水果零售行业的领航者，让更多人享受到健康、美好的生活。

2014年3月，“百鲜果园”水果连锁品牌落地襄阳，是集水果采购、采后保鲜、物流仓储、标准分级、营销拓展、品牌运营、门店零售、电商科技为一体的水果供应链品牌。百鲜果园秉持“提供优质水果 倡导健康生活”的经营理念，让客户吃到更新鲜、更好吃、更安全的高性价比水果，立足湖北，走向全国！

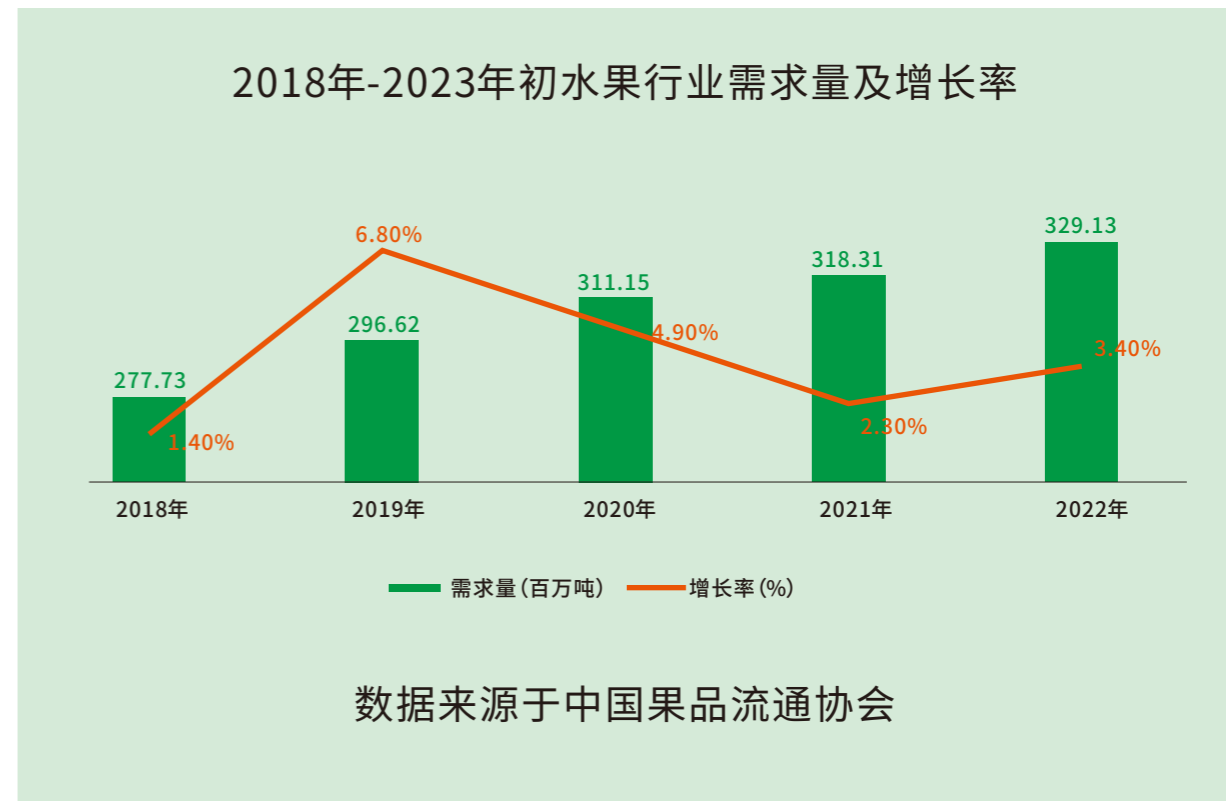


目标客群

在当下快节奏的生活中，健康水果行业正蓬勃发展，呈现出令人瞩目的趋势。而我们的目标客群，正是那些注重生活品质、追求健康与时尚的中高端年轻女性以及具有品牌意识的家庭女性。她们是家庭健康的守护者，关注家人的饮食营养；她们也是时尚生活的引领者，对新鲜事物充满热情，愿意为高品质的产品和服务买单。



行业发展趋势

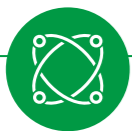


调查数据显示，近几年中国水果行业需求量整体呈现增长态势，2018 - 2022年中国水果行业需求量增长率在1% - 7%之间。

据统计，2021年中国水果行业需求量318.31百万吨，2022年中国水果行业需求量329.13百万吨，同比增长3.4%，当之无愧的万亿级的市场。

水果行业未来趋势

中国水果行业未来发展趋势



多元化发展

未来水果行业持续多元。消费者需求多样促新品种引进,产业链拓展开衍生产品,科技发展推动新种植技术和管理模式探索。



绿色化发展

消费者环保与安全意识提升,水果行业注重绿色生产与可持续。企业加强监管控残留,推广绿色种植减污染,政府与社会支持行业绿色发展。



品牌化发展

市场竞争下品牌重要,水果企业加强建设提升知名度与美誉度。注重产品质量与服务,塑造推广品牌形象,建立消费者信任与忠诚。

资源来源智研咨询

《2024年中国水果行业市场全景调查及未来发展趋势研究报告》

从报告资料显示,想要在众多水果行业中异军突起,健康定位至关重要,它顺应绿色化发展趋势,既满足消费者对安全、多样水果产品的需求,又能提升企业竞争力,实现可持续发展。

我们的核心优势

- 供应链优势
- 产品优势
- 健全的运营支持体系

02

核心优势—供应链优势

•强源头•强品质•强仓储•强配送

5 五大保障

值得信赖的合作供应商



与全球近百家供应商建立了长期稳定的合作关系,这些供应商经过严格筛选,具备丰富的行业经验和良好的口碑,确保我们能够为顾客提供新鲜、优质的水果。

严格的采购果品标准



制定严格的果品采购标准,从水果的外观、口感、甜度等多个维度进行筛选,只选择符合高标准的优质水果。严格的采购标准保证了水果的品质稳定,让顾客在我们的门店能够买到放心、美味的水果。

专业化的冷链配送



拥有专业化的冷链配送系统,确保水果在运输过程中始终处于适宜的温度环境,保持水果的新鲜度和口感。冷链配送有效减少了水果的损耗,提高了配送效率,为门店提供及时、稳定的货源供应。

高标准的仓储管理



实行高标准的仓储管理,对仓库的温度、湿度等环境因素进行严格控制,为水果提供良好的储存条件。科学的仓储管理延长了水果的保鲜期,保证了水果在储存过程中的品质,为门店销售提供有力支持。

严苛的质量管控体系



建立了严苛的质量管控体系,从采购、仓储到配送等各个环节进行严格的质量检测,确保水果的品质安全。质量管控体系为顾客提供了可靠的品质保障,提升了品牌的信誉度和竞争力。

产品优势

类型	货盘占比	优势
流量品	15%	成本领先策略:从包装规格到价盘设计到销售渠道都要符合流量单品的定位,上架必爆原则。消费者感知上有明显的价格优势和强烈的购买意愿。
TOP品	40%	价值创造策略:坚持健康/天然/核心产区直采/保证最佳赏味期。优势大单品都属于当季大单品。只采来源于核心产品的特级产品。满足消费者追求健康品质的需求。
腰部品	30%	优势竞争策略:丰富门店品类/满足大众需求/强化竞争优势/提升门店盈利。
尾部品	15%	补充性产品:符合大众刚需/即将下市收尾产品/健全产品结构配比。

品牌通过提供科学合理的产品结构,包括针对不同商圈、业态和人群的合理产品组合以及每个季节优势核心大单品的强力供应,来保障门店盈利。

健全的运营支持体系

1.科学选址

城市市场评估	核心区位分析	竞争分析	店铺便利性分析	成本收入分析
行政区划	商圈级别	产品定位	店面可视距离	租金
人口总数	基础设施	店面面积	人流量(人/小时)	单店成本合计
覆盖面积	目标客流/天	租金	车流量(辆/小时)	盈亏平衡点
城镇规划及现状	交通通畅性	店面布局结构	周边店面租金	投资回报周期
常住人口数量	商圈品牌店	特色产品及价格	店状况及条件(包括	毛利率
目标消费人口	休闲娱乐结构	客单价	实用面积、门店内	净利率
人均可支配收入		年销售额	宽、门店内深、就近	...
水果业态结构		开业时间	停车位、租金递增情	
行业竞争情况		环境形象	况、转让费等)	



2. 建店流程化

为门店量身定制装修设计方案,统一品牌形象;
输出建店流程工具包,无忧开店。



3. 开店标准化

开业提供标准门店岗位操作手册(包含门店日操作流程表、商品陈列、产品手册、安全卫生标准等),专业运营团队“1+4驻店指导”策划开业活动、预热造势、吸引人气,提升业绩。



4.运营日常经营指导

网格化管理,专人负责门店运维,完善的门店标准化运营体系、可视化管理与数据实时监测指导,助力终端门店人、货、场的标准化及业绩提升。

日常运营指导



下店赋能培训



5.品牌推广+营销策划

360°全方位助力门店曝光

引入4A广告公司,根据品牌战略,全年投放新闻媒体、户外媒体。在公交、电台,抖音、双微、小红书等媒体平台付费推广精准曝光,提升品牌势能;

同时匹配策划团队,策划全年节日节点营销活动。

马拉松项目赞助



十周年生日会



繁华路段十字口的户外广告



6.商学院

健全的培训体系,以线上+线下的输出形式,助力终端门店前期标准化植入,培训标准的产品知识和服务技能,提供高标准的客户体验;同时持续性赋能经营技能和工具输出;形成总部战略引领+中端运营力+门店经营力的持续发展模式。

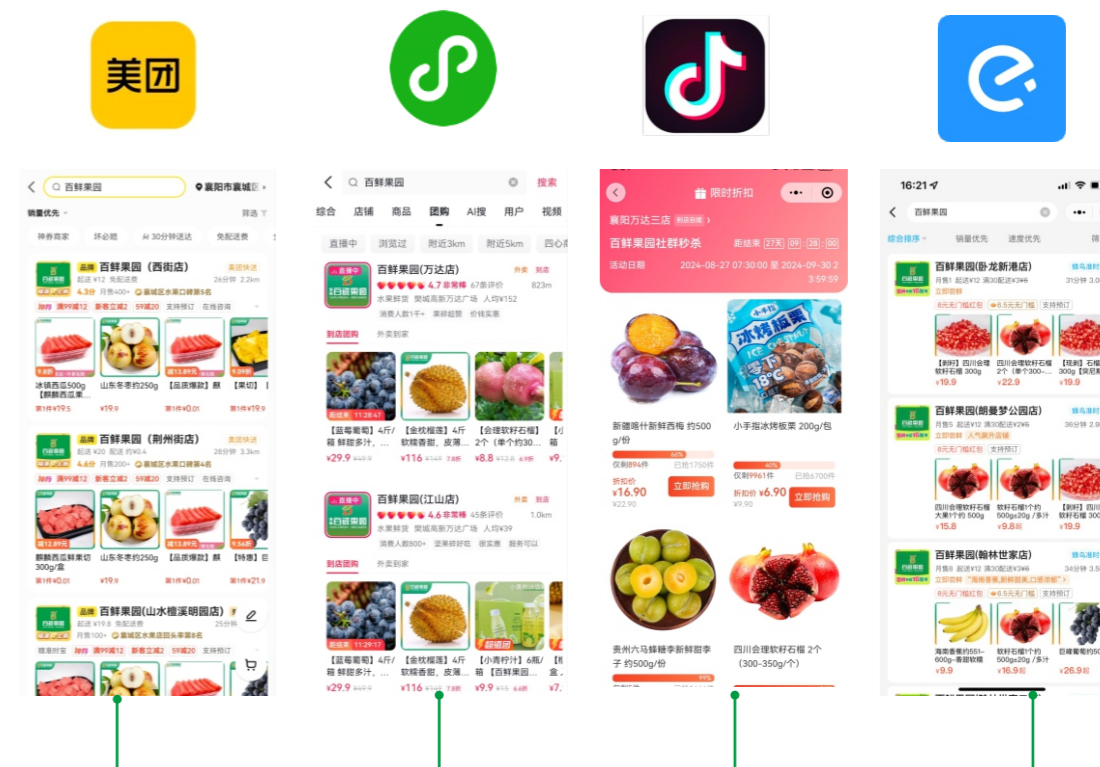
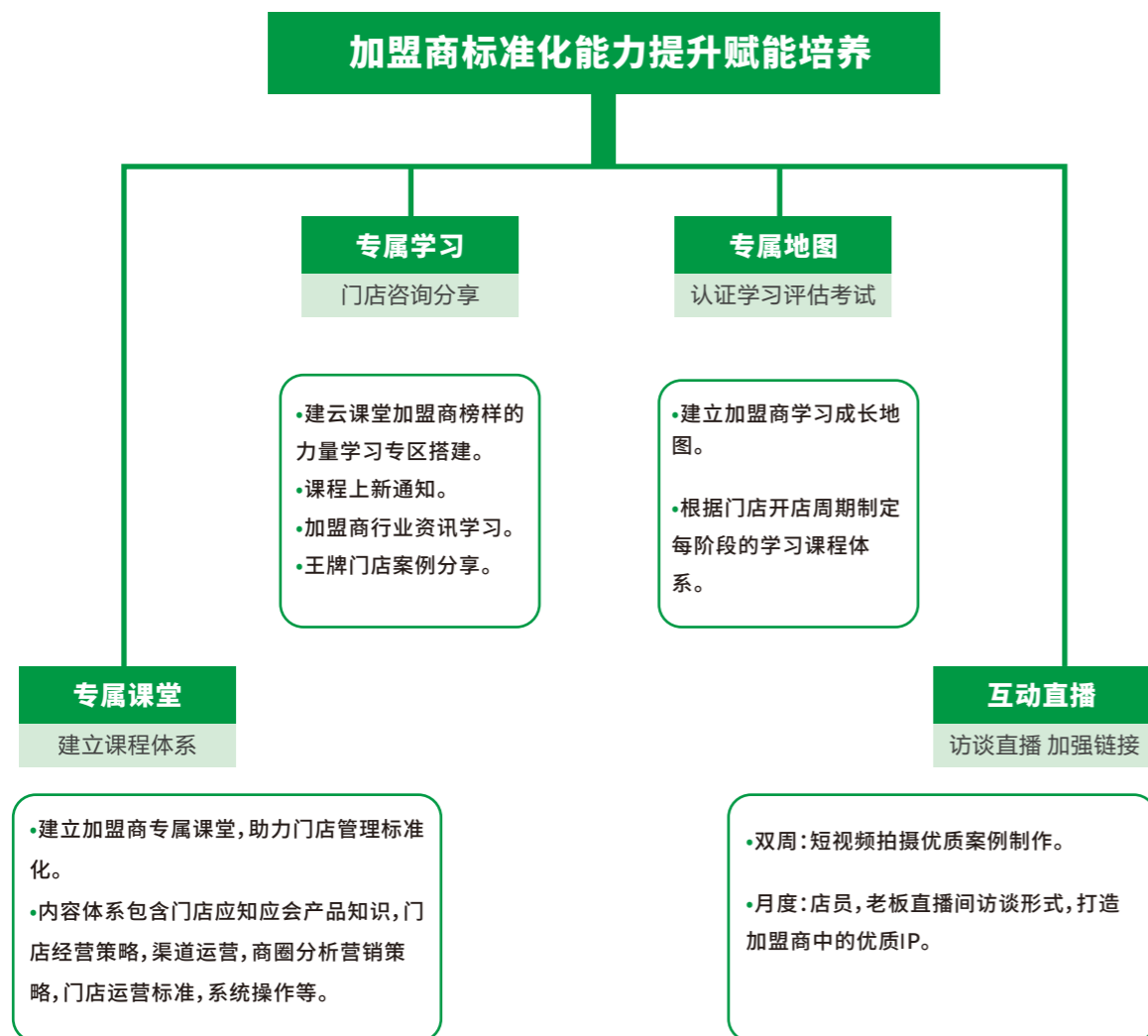
7.线上运营

公域引流+私域留存,多渠道创收

专业的线上运营团队,助力门店打造线上店铺(美团+抖音+私域小程序运营,扩展销售半径,解决三公里用户需求,送货上门;同步抖音直播常态化,助力门店曝光的同时引流到店,私域社群承接留存,从用户精细化管理到交易转化,形成完整闭环。

解决三公里用户需求,送货上门

>>>



拓展销售半径

优秀加盟商案例

- 夫妻型加盟
- 投资型加盟

03

夫妻型加盟：自己当老板，生活更幸福

轻投资易经营家庭事业双丰收

来自襄阳的曾女士，曾是“百鲜果园”檀溪明园店店长，在果业销售一线9年的她，积累了丰富的销售经验，对水果实体门店经营更是有着丰富的实战经验。得知公司开放加盟，带着老公一起，第一时间到总部接洽加盟事宜。现在夫妻俩一起经营门店，门店业绩位居公司前列。在月度金牌门店分享时，她说：现在自己当老板了，更有压力了，但这么好的品牌，这么好的模式，只要好好干，一切都不是梦！！既能照顾家庭，又能给孩子更好的未来！



投资性加盟:规模经营 盈利倍增

看准行业、选定品牌、坐收市场红利

湖北襄阳的陈先生,是樊城区樊魏路民发天地小区美宜佳便利店的老板。作为小区旁的便利店,有着得天独厚的人流优势,90后的他有着敏锐的市场洞察力,通过对小区周边市场背调后,他发现小区周边没有品质水果店,于是坚定了投资水果店的想法。在多个连锁果业品牌调研后,陈先生毅然选择加盟“百鲜果园”,在签订加盟协议时,他说:合作要选信赖的人搭档,加盟更要选值得信赖品牌!“百鲜果园”在襄阳深耕10年,早已是襄阳果业品牌的标杆!值得信赖!!以百鲜果园民发天地店为起点,继续新开更多的“百鲜果园”门店,将“健康”的理念传递给更多的亲人。



加盟政策

- 加盟条件
- 合作模式
- 加盟预算
- 加盟流程

04

百鲜果园加盟条件

认同品牌

认同我们的品牌理念、企业文化及经营模式，服从经营管理，愿意与我们共同成长。

资金实力

必须具备相应的资金，以确保店铺的正常运营和发展。

经营能力

投资人具有创业者奋斗精神，有一定的商业敏感度和经营管理能力，能够独立承担经营风险，并有时间参与管理。

诚信合作

诚实守信，遵守加盟合同中的各项规定，与我们保持良好的合作关系。

自备店铺

加盟方自备经营店铺(自有或租赁);且租期至少在2年以上,并考虑以后经营的连续性。店铺选址要选择人流集中或大型生活社区,一定要进行精确的选址,不能盲目加盟店铺,使用面积在30平方米以上,其中旗舰店要求面积在80平方米以上(县城市场)。

合作模式

主要模式是品牌授权，性质为单店加盟。

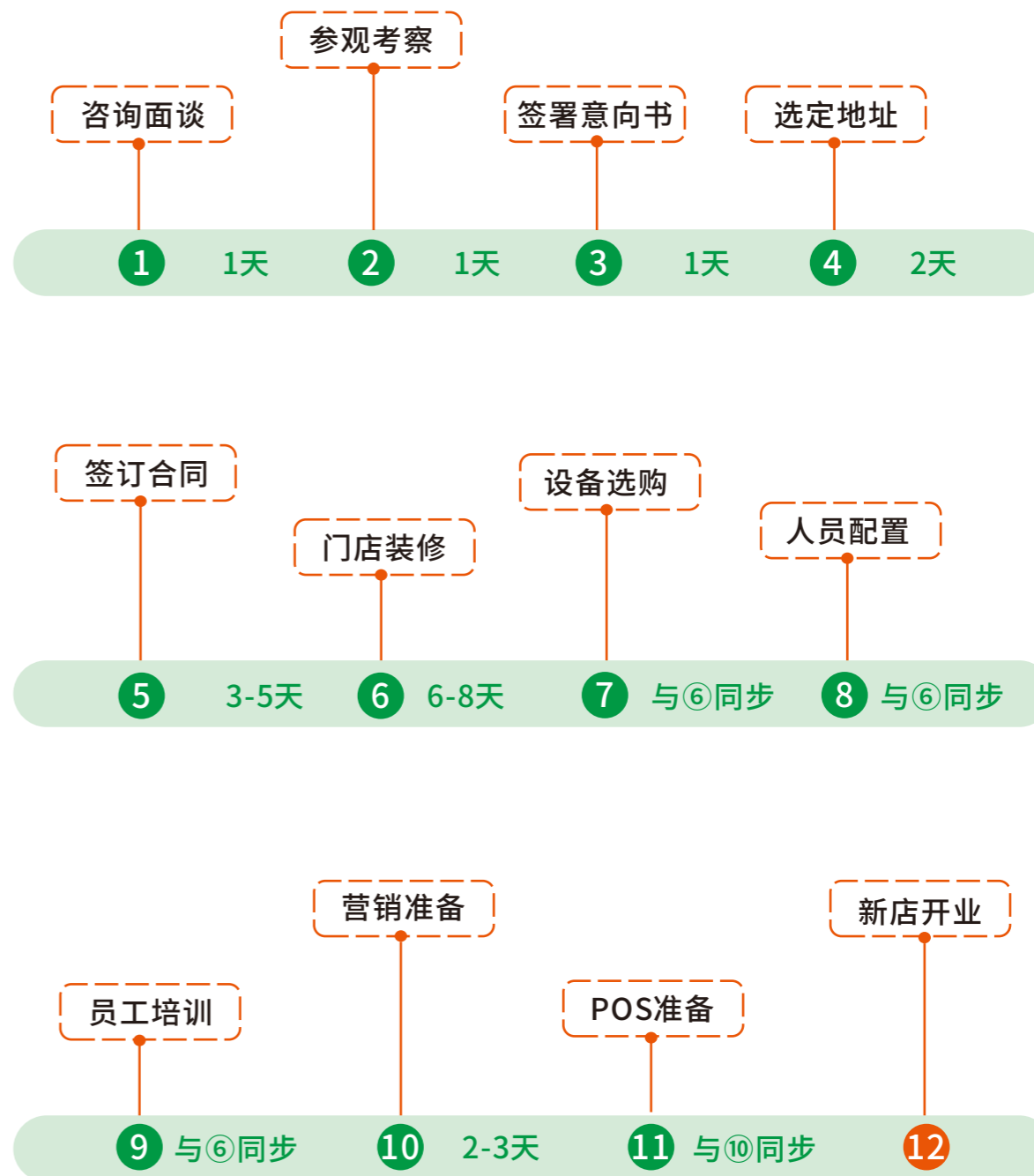


加盟预算

支出项目	预计投资	使用说明
加盟费	2万	品牌使用费。(免)
保证金	2万	合同期满,无违法合同约定事项可无息退还。
装修设备款	7.9万~9.9万	1.包含装修、各项设备等; 2.门头1.25万内;(免) 3.收银系统7500元。(免)
首批货款	约3万	门店正常铺货以及开业期间备货。
系统运营费	500元/月	系统使用和运维。
营业额提点	2%	月营业额6万元以内部分不提点,超过6万元部分按照2%提点。(免)
物流费	/	依据当地物流标准收取费用

*45-60㎡门店启动资金预计15-20万左右,根据现有门店经营水平,投资回报周期在8-24个月左右(具体以实际运营情况和结果为主,仅限参考)

加盟流程



合作展望

未来,我们期待与您携手,以健康理念、优质水果、专业服务,为消费者带来优质的水果搭配和健康的生活品质。

一同在水果连锁市场中开拓进取,共享财富,共创璀璨未来,书写水果连锁领域的辉煌篇章。



100% HEALTH
ORCHARD
百鲜果园