

沉浸式消费体验，详解“认养一头牛”认养模式如何破圈乳制品市场

产品名称	沉浸式消费体验，详解“认养一头牛”认养模式如何破圈乳制品市场沉浸式消费体验，详解“认养一头牛”认养模式如何破圈乳制品市场
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

接下来，微三云吴丽萍带领大家就认养一头牛的创始背景、认养一头牛的商业模式、认养一头牛的企业思维及市场相关案例给大家分析。

一、【认养一头牛】的创业背景

很多人都没有想到，认养一头牛创始人徐晓波居然起初是房地产商，这样的跨界创业还能获得巨大的成功。2012年徐晓波因为不了解海关政策，携带超量奶粉入境而被查扣问询了4个小时被关在了小黑屋。于是他对于国产乳制品的这种现状感到痛心疾首：为何中国做不出令人相信的好牛奶、好奶粉呢？所以他做出了一个决定——做出中国人的放心牛奶。

他先是花了上百万走遍全球好的牧场去考察选择场地，之后斥巨资4.6亿在河北建立认养一头牛首座现代化牧场，并从澳洲引进6000头纯种荷斯坦奶牛，从瑞典进口利拉伐转盘挤奶设从加拿大和澳大利亚进口

。拿苜蓿草和燕麦给奶牛当饲料，用高于欧盟的标准生产优质的牛奶。

徐晓波更是要达到自己的目标做好的牛奶，为了保证奶牛的代代品质，牧场还创新性的为奶牛配备了产房、幼儿园、保育院等福利的这种著作，每头奶牛不仅有专属的床，刚出生的小牛还能获得工作人员24小时的陪护等，研究表明奶牛的身心健康有对奶的质量有影响。

二、认养一头牛的商业模式分享

线上认养模式+线下服务综合平台

1、认养模式

认养模式打破了传统的营销理念，让消费的沉浸式体验产品的源头生产及过程。这种新奇的方式也正是认养模式能够迅速打开市场的原因之一，尤其针对特色产品、高端产品、非标产品等等，现在市面上的认养模式的案例也很多，很多企业也参考了认养一头牛的营销模式。比如认养一只鸡、一头猪、一株果树、一片菜园等，均是借助了一物一码。认养模式还给消费者们提供了更多的互动和参与感，消费者见证并参与了产品的初始阶段，可以说在一定的程度上，将消费者单纯的购买行为演化成了一种他们日常的生活方式。认养一头牛的创始人更是为了让消费者深入了解品牌认养，于2020年的五月底发起了百万家庭认养计划，以喝牛奶不如认养一头牛为理念，正式对外推出了认养模式。接下来微三云吴丽萍就给大家分享一下几种认养类型。

种叫云认养，这是一种线上养成类的互动游戏，消费者可通过手机淘宝和微信支付宝等小程序上的游戏中心，轻松体验5G时代的云养牛的乐趣，除了在线上养奶牛，还有这种线上体验挤奶互动，线下实际牛奶兑换等等，还打造了直播线上平台，消费者可以收到牧场里的动态和直播。

第二种叫联名认养，认养一头牛企业，联合了吴晓波频道，敦煌IP等推出了IP联名卡，消费者们可通过购买季卡、半年卡，年卡等得到联名的认养权，不仅仅可以定期享受新鲜产品直送到家的这个服务，还可以享受到主题型会员定制的权益。

第三种叫实名认养，这个板块可以成为真正的养牛合伙人，消费者可以在牧场提前一年预定牛奶，高等级的会员还能给指定的奶牛取名字，更是增加了乐趣，认养一头牛的平台也会定期向会员反馈奶牛的照片和各项生长的数据。保证可以随时参与到奶牛的养成中。

2、线下互动

认养一头牛还特地打造了透明化的牧场，用户不仅可以在24小时看到牧场的直播，还可以带上家人来到实际的牧场进行认养奶牛，亲子游戏等等，认养一头牛通过数字化、智能化的技术手段，让消费者真正享受看得见的饲养，看得见的生产，看得见的配送等产品和服务

三、【认养一头牛】的商业思维

认养模式是怎么进消费者的这个视野的？以一种出圈就让小众变大众注意力出圈主要的方法是找到流量源，认养一头牛商业模式崛起的背后，两波红利是功不可没的，那么这流量红利的波是来自公众号为代表的自媒体新锐消费品牌匹配。推到了更的消费人群。第二波流量红利来自2019年开始大火的直播以及内容种草平台。在创立之初，内容自媒体风口争盛，那么团队抓住这样一个趋势，在2018年初，短视频营销风靡一时，认养一头牛再一次升级运营打法，深耕更丰富的内容形式，更年轻的这种渠道媒介，去占领这种用户的心智。代入进去，当你觉得自己是一个牧场主，你买的不再是牛奶，你买的是一种非常尊贵的体验和服务。中国的乳业市场的激烈争夺战中，认养一头牛仅用五年的时间，销售额就做到了20个亿，突围而出，我认为它的认养模式背后的逻辑呢，其实是非常值得借鉴和思考的。