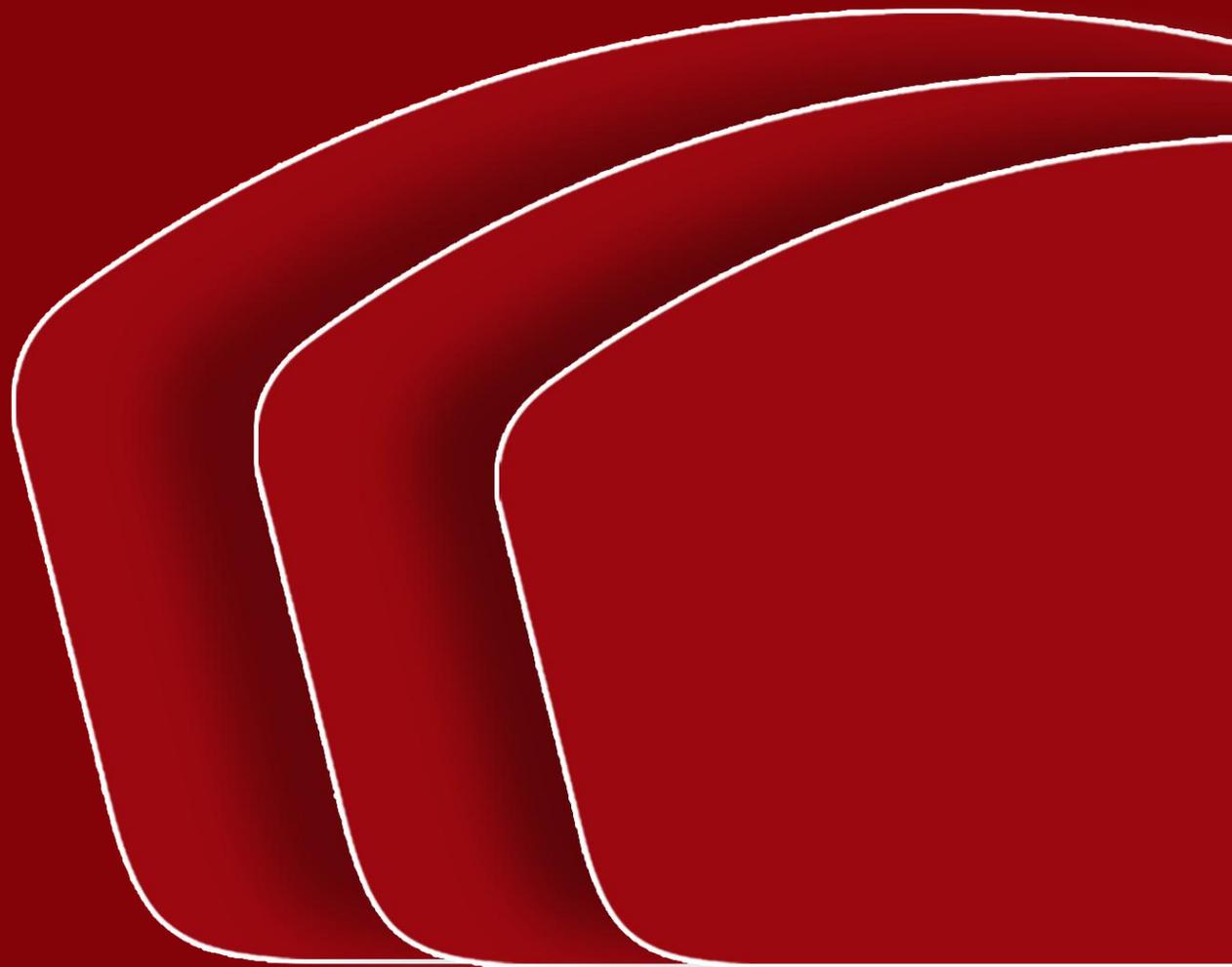




Y A N Z H I F A N
G

安徽燕之坊
电子商务有限公司





燕之坊

五谷为养 · 选燕之坊

健康膳食解决方案
HEALTHY DIETARY
SOLUTIONS

五谷为养 选燕之坊

“五谷”最早见于春秋战国时期《论语》，而关于五谷的故事起源在东晋神话小说《拾遗记》中有记载，“时有丹雀，衔九穗禾，其坠地者，帝乃拾之，以植于田，食者老而不死”，说的是有一只鸟嘴衔一株九穗谷，飞落到炎帝面前，神农氏炎帝尝百草，教民植谷，开启中华文明农耕时代，以五谷为主食成为炎黄子孙茁壮繁衍的根基。

医学名著《黄帝内经》又言：“五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充”，五谷泛指植物的种子，乃是植物精华之所在，历经四季所结的果实，具有旺盛生命力。将五谷作为主食，中国人民顺应自然，应季而食、应时而食、合理搭配，生命得以延续，人体得以安康，这是养生的根本。在中国五千年的历史长河里，以五谷杂粮为主食的饮食习惯已成为中华传统健康膳食文化的核心。

在中国传统文化中，燕子亦作为春天的使者，飞入寻常百姓家，衔泥垒巢，食害虫，保庄稼，与人类友好比邻而居，人们总歌颂燕子寓意向往美好和睦、健康幸福的生活。

“燕之坊”采撷中华民族文化瑰宝，秉承中国“五谷为养”传统中医养生理念，传播五谷食养文化，近二十年来，专注于五谷杂粮、南北干货、药食同源类食材、食品和健康产品领域，致力于为人们提供健康膳食解决方案。

目录

CATALOG

01 企业介绍

02 主营业务

03 核心产品

01 ONE

企业介绍



企业简介

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

安徽燕之坊食品有限公司（以下简称燕之坊），创立于2001年，是一家专注于五谷杂粮、南北干货和药食同源类食材、食品和健康产品领域的专业公司，以“五谷为养，选燕之坊”为品牌核心理念，秉承中国传统中医五谷养生文化，致力于为人们提供健康膳食解决方案。

近二十年来，燕之坊坚持“严选良配 精益求精”的产品理念，逐渐形成在五谷杂粮、南北干货、药食同源及其精深加工产品上的卓越专业能力。从基地种植到制定杂粮标准，从健康食品配方研发到绿色生产，从品质管理到仓储物流，从线下零售渠道到全网整合营销，燕之坊已成为国内具有重要影响力的食品产业化经营企业。

燕之坊以“基地 + 工厂+ 线上线下全渠道”的经营模式打造健康食品全产业链，在全国14个优质产区建立种植基地，年产10万吨五谷杂粮类食材和食品，线下与全国60余家大型连锁超市合作建立3000多家专柜；线上快速布局阿里巴巴、京东、唯品会、云集等B2C、B2B以及电商新零售平台，销售网络遍布全网全国。

与此同时，燕之坊坚持以用户为经营导向，目前会员规模已超过500万且快速增长中。燕之坊通过不断迭代创新，构建线上线下一体化商业体系，实现从传统企业转型到新型零售企业的创新之路。

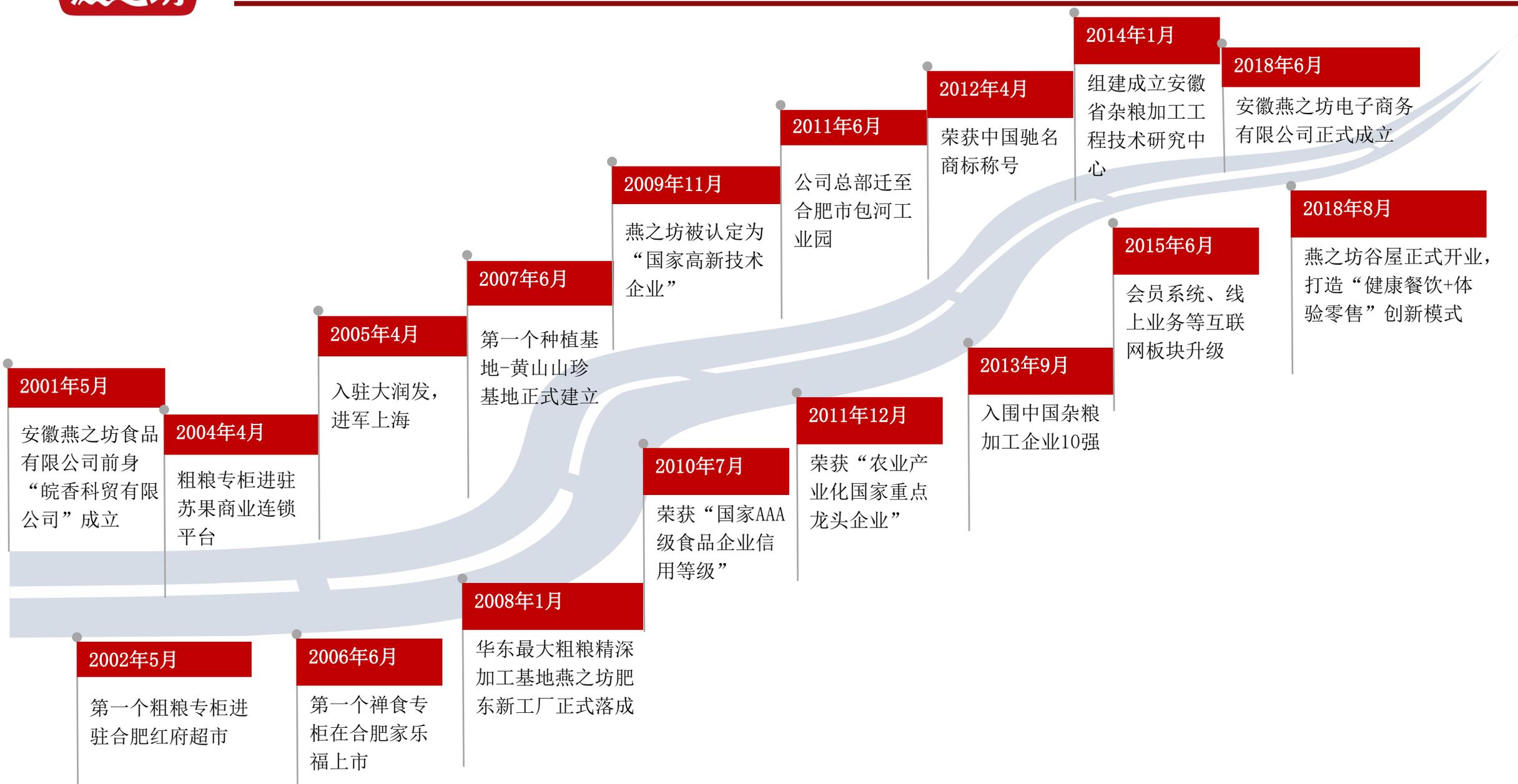
变革中的燕之坊以“提供健康膳食解决方案”为企业使命，以“引领健康膳食 创造美好生活”为愿景，倾力打造大健康联盟，整合全球优势资源，为用户提供包括产品、工具、内容和服务的一体化健康膳食解决方案，满足人们日益增长的美好生活需求。





企业发展大事记

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊



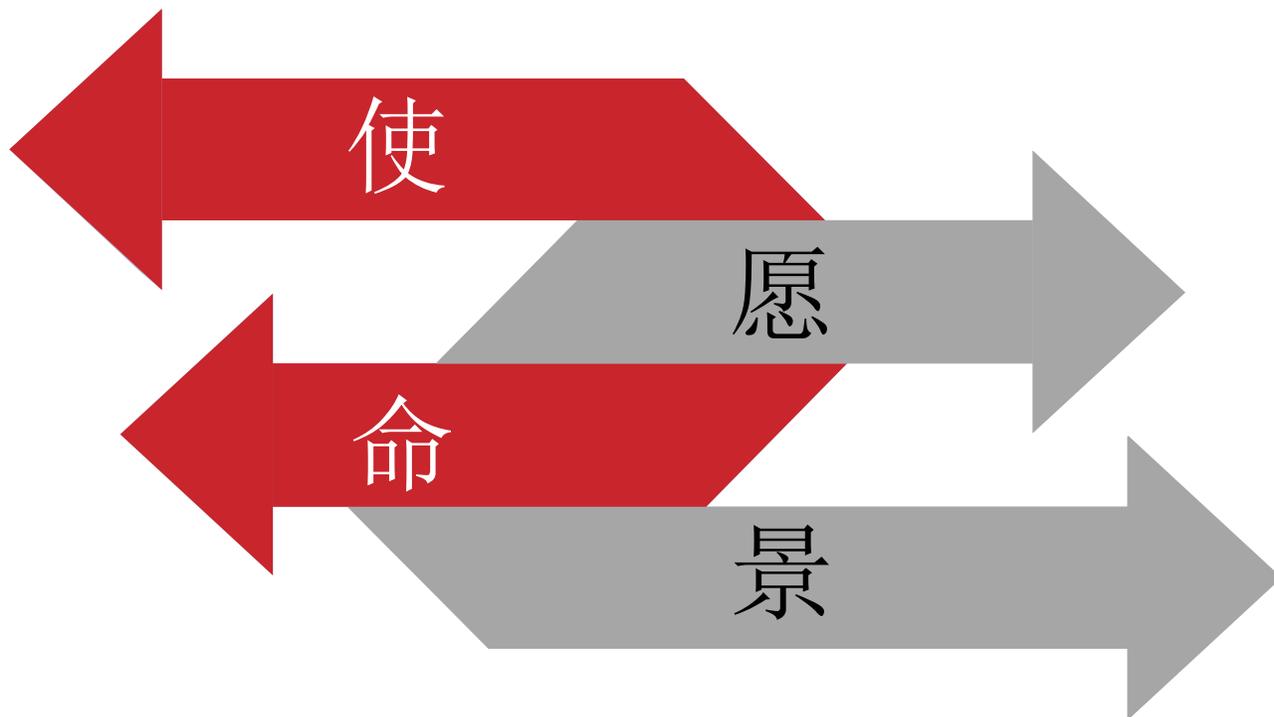


- ★ 国家农业产业化龙头企业
- ★ 中国杂粮加工10强企业
- ★ 全国粮油科技创新型企业
- ★ 全国放心粮油示范加工企业
- ★ 企业信用评价AAA级信用企业
- ★ 中国驰名商标

- ★ 安徽省创新型企业
- ★ 安徽省自主创新品牌示范企业
- ★ 安徽省技术创新示范企业
- ★ 安徽省优秀企业技术中心
- ★ 安徽省信息化与工业化融合示范企业
- ★ 安徽省产学研联合示范企业



提供健康膳食解决方案



引领健康膳食

创造美好生活

提供健康膳食解决方案

1

产品

- 食材
- 食品
- 健康产品

2

工具

- 智能厨具
- 餐饮用具
- 健康生活用品

3

内容

- 吃什么?
- 怎么吃?
- 什么用?
- 健康生活方式

4

服务

- 健康咨询
- 健康测试
- 一人一方
- C2B定制服务



公司核心价值观

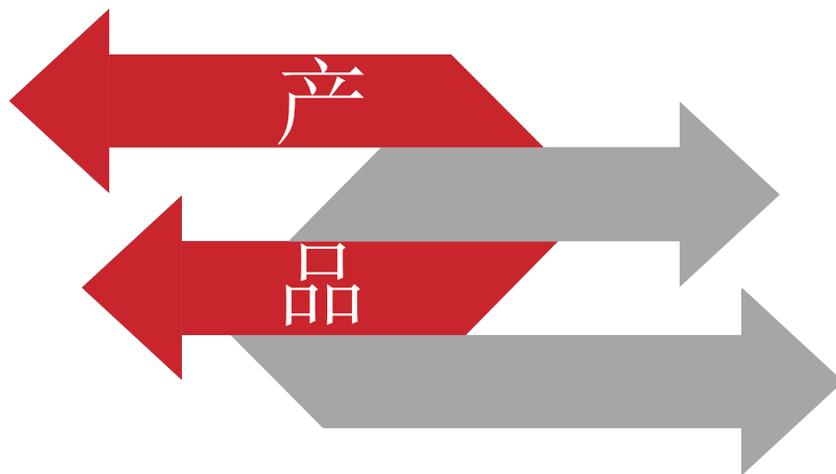
五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

The image displays four vertical panels, each representing a core value. Each panel features the '燕之坊' logo at the top, a central text phrase, an English translation, and a stylized illustration at the bottom.

- Panel 1:** The text '精 | 简' (Precision | Simplicity) and '实 | 效' (Actual | Effectiveness) is positioned to the right of the English phrase 'Streamlining the actual effect'. The illustration shows a target with an arrow hitting the bullseye.
- Panel 2:** The text '协 | 力' (Collaboration) and '齐 | 心' (Unified Heart) is positioned to the right of the English phrase 'Make concerted efforts'. The illustration shows a group of stylized figures holding hands in a circle.
- Panel 3:** The text '创 | 新' (Innovation) and '迭 | 变' (Iteration | Change) is positioned to the right of the English phrase 'Iterative innovation'. The illustration shows a 3D cube with radiating lines and two stylized figures at the base.
- Panel 4:** The text '共 | 赢' (Win-Win) and '开 | 放' (Openness) is positioned to the right of the English phrase 'Open and win-win'. The illustration shows a stylized globe.



严选良配



精益求精





专业能力

业内最具专业能力的隐形冠军

十八年专业做五谷杂粮、南北干货和药食同源食材和食品，精于杂粮种植、食品精深加工和健康产品的自主研发。

全价值链

国内最具影响力的食品产业化经营企业

实现五谷杂粮、南北干货、药食同源类食材、食品和健康产品的规模化、标准化生产和品牌化运作，实现从基地到餐桌的全价值链经营。

创新模式

传统企业转型到新型零售企业的创新之路

逐渐形成线上线下一体化的商业体系，掌握国内最大的五谷杂粮食材和食品的消费行为数据，积极探索自己的新零售业态。



→ 4万亩自有生态种植基地

分布在贵州、内蒙古、黑龙江、甘肃、吉林等优质杂粮优势产区

→ 21个食材供给基地

分布在东北、西北、西南多省优势产区

→ 600多个上游供应商

合作社、农场、收储企业形成优质食材稳定供应链

→ 整合全球优质食材资源

分别从泰国、缅甸、越南、澳大利亚等国进口优质食材



- 标注*
- | | | | | | |
|-----------|--------------|------------|-----------|---------------|-----------|
| 1:辽宁省彰武县 | 2:黑龙江省大庆市林甸县 | 3:澳大利亚 | 4:黑龙江省五常县 | 5:内蒙古自治区赤峰市 | 6:江西省鄱阳县 |
| 7:广西百色县 | 8:安徽省安庆市 | 10:安徽省淮南市 | 11:云南省墨江市 | 9:内蒙古自治区呼伦贝尔市 | 12:山西省忻州市 |
| 13:河北省朝阳市 | 14:河北省坝上草原 | 15:河北省石家庄市 | 16:安徽省巢湖市 | 17:吉林省吉林市 | 18:河北省朝阳市 |



建立数字化系统，实现食材全程可追溯

从选种、育苗、施肥、除虫到收割、粗加工、包装、仓储，全程监控跟踪，确保食材的精益品质。



行业领先的产品研发团队

- 燕之坊采用自主研发与外部创新相结合模式，建立一支业内领先的健康食品配方研发团队，利用大数据分析市场趋势，快速研发丰富迭代产品，提升新品研发效率。
- 燕之坊建立安徽杂粮加工工程技术研究中心，与国家杂粮工程技术研究中心、合肥工业大学、广东农科院农产品加工所等科研院所联合创新产品的研发。



产品研发核心理念

合理搭配

均衡营养

改善居民
膳食结构

口感佳

符合中医
五谷养生
理念

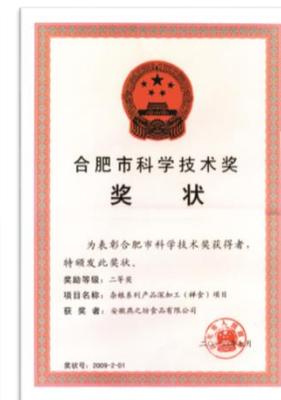
均衡营养
结构

满足功能性
健康需求



产品研发成果

- 拥有国家授权专利**221**件，发明专利**92**件，自主创新科技成果**26**项
- 获得省级科技成果**5**项、省级新产品**5**个，安徽省优秀专利奖**1**个，安徽省科技进步奖**1**个
- 燕之坊自主研发的“益元八宝禅食粉”“五谷米”等产品屡获食品行业协会大奖
- 燕之坊主持或参与制定**5**项国家产品标准、**1**项行业产品标准和**16**项地方产品标准。



采用国际先进的设备和生产工艺，建立完善的BOM清单管理和GMP生产质量管理规范，实现生产管理的科学性和规范性。

11项原料加工流程
3次质检、3次精选

风选/筛选/无杂/无沙/色选/抛光
精磨/脱皮/微波干燥灭菌/人工选
粒/出厂/包装

轻加工
保留纯粹的天然营养

原料清洗/烘干/蒸煮炒制/精细研
磨/包装

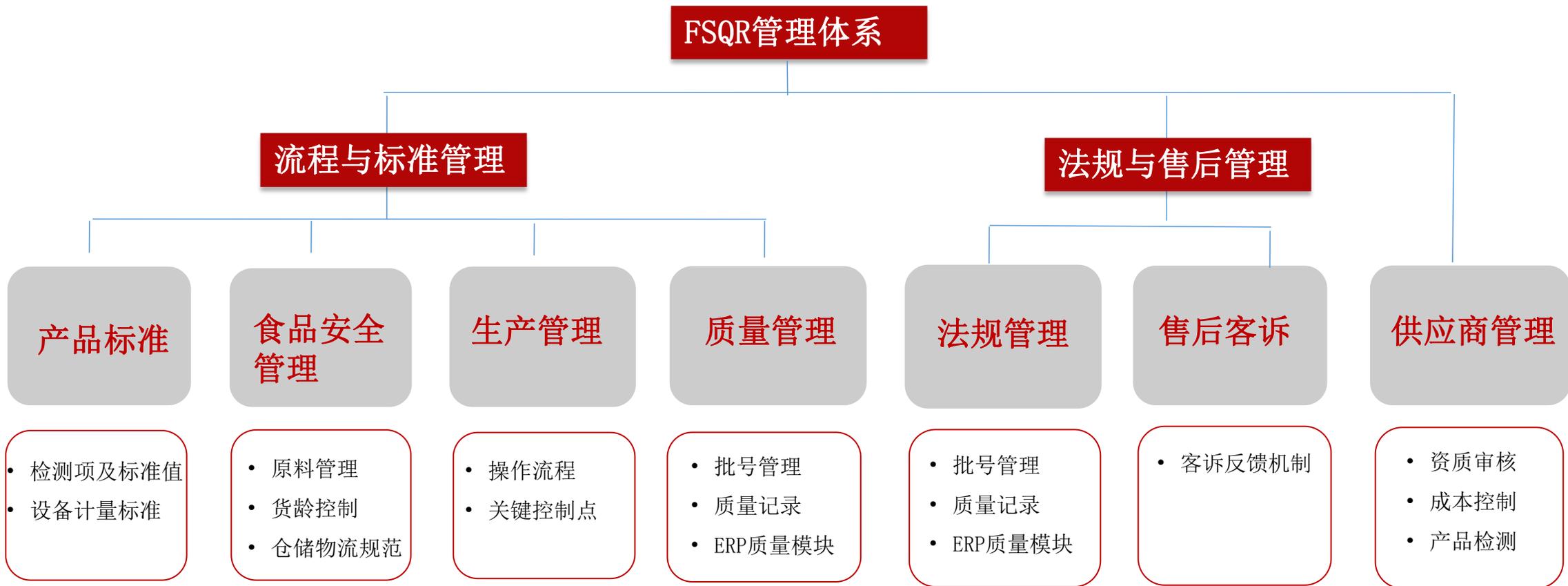
生态保鲜

生物防腐

零添加剂



通过建立并执行严格的FSQR食品安全质量法规管理体系，实现从产品生产到销售的全过程质量管理，为用户提供优质产品。





质量认证

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

燕之坊通过HACCP、食品安全管理体系、质量管理体系等六大管理体系认证。

- ✓ **HACCP体系认证** GB/T 27341-2009 GB14881-2013
- ✓ **食品安全管理体系** GB/T22000-2006 ISO 22000:2005
- ✓ **质量管理体系** GB/T19001-2016 ISO 9001:2015
- ✓ **环境管理体系** GB/T24001-2016 ISO 14001:2015
- ✓ **CQC职业健康安全管理体系** GB/T 28001-2001 OHSAS 18001:2007
- ✓ **有机产品认证** GB/T19630



燕之坊总仓位于安徽合肥，全国共设有8个分仓，覆盖长三角、珠三角、京津冀、川渝、中游五大核心城市群，并通过与物流公司合作，物流配送范围覆盖全国。

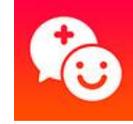




全网销售

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

通过直营、经销等多种业务模式，燕之坊已进驻50多个主流B2C、B2B线上销售渠道



线上渠道

线下渠道

燕之坊已进入全国60多个主流商超系统，建立3000家联营专柜，覆盖全国大部分省市。



排名不分前后

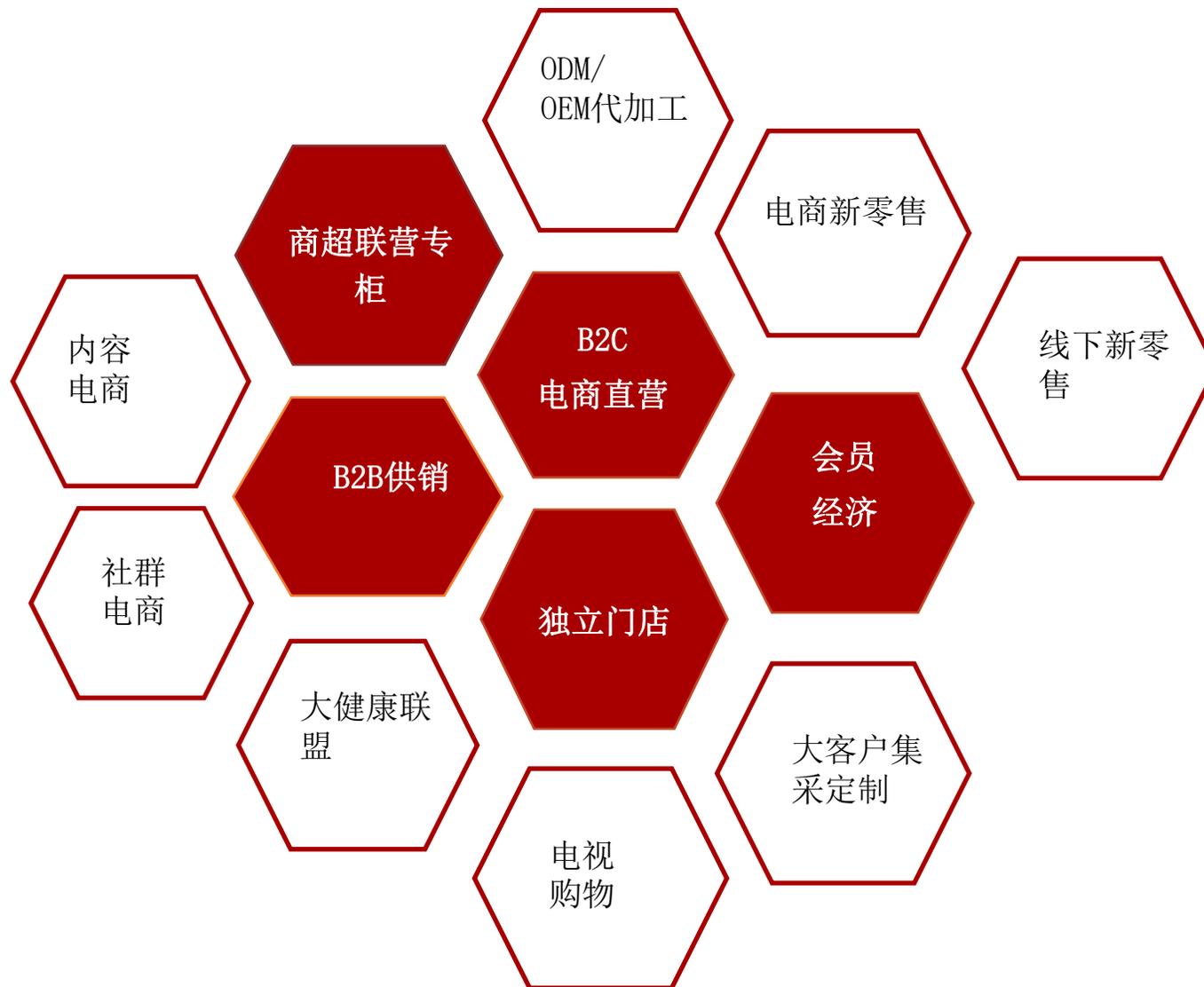
02 TWO

主营业务



主营业务概览

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊





传统商超联营专柜

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

燕之坊与全国**60**余家大型连锁超市建立战略合作关系，设立**3000**多家联营专柜，为消费者选配精品五谷杂粮、南北干货等产品，依据中医养生理论和现代营养学知识，为顾客合理搭配，将五谷食材现场精细研磨成粉。

五谷现磨粉
的开创者和
领先品牌

5000万线下
消费者信赖
的品牌

500万
优质会员



定量装专柜



散称专柜



养生坊



五谷故事是燕之坊创立的新零售创新品牌，秉承“好谷物，真健康”的品牌理念，用心甄选好产区好食材，匠心还原食物本真味道。

这是燕之坊对新零售商业模式的一次创新探索，区别于传统商超专柜，消费者既可以到实体店购买五谷故事产品，体验线下服务，也可以在各新零售平台APP下单，实现线上线下有机结合。

目前已有盒马鲜生专柜80余家，美团小象生鲜专柜6家，且和越来越多的新零售平台达成了战略合作关系。





2018年燕之坊倾力打造“谷屋”

品牌理念：“吃点谷物更健康”

定位“健康餐饮+体验零售”新模式，将原生态粗粮餐饮场景化，从基地到餐桌，将健康养生的五谷粗粮现场加工，成为餐桌上的健康美食，突破粗粮行业距离消费者最后一公里，满足现代都市人群对健康饮食品质的追求。





→ 旗舰店
→ 专卖店



→ 阿里系
→ 京东系
→ 垂直渠道
→ 潜力渠道

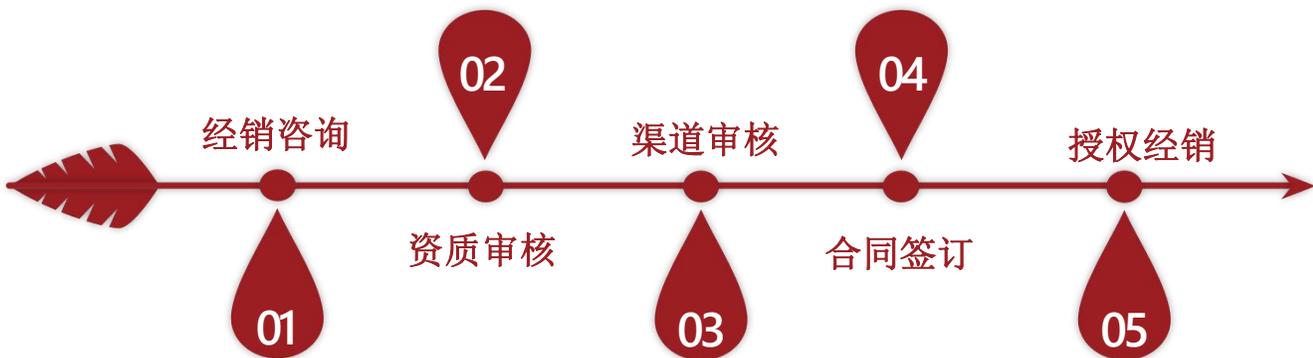




B2B供销

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

- **合作形式:** 从一件代发第三方经销商代理
- **开店形式:** 线下便利店、夫妻店、线上天猫京东C店、专卖店、专营店等
- **信息平台:** 官方网站、阿里巴巴1688网、贝店等
- **合作流程:**





燕之坊电商新零售板块是2019年品牌重大战略目标之一

重点渠道:

阿里零售通: 2018年5月入驻阿里零售通, 部分类目已经是行业头部;

京东新通路: 2018年初入驻京东新通路, 部分类目已经是行业头部;

产品线:

以粗粮/干货/调味为主线, 天然粉粉/冲调为辅助

核心策略:

深耕渠道, 以食材、食品和健康产品三条产品线为依托, 根据渠道属性, 占据产品池坑位、打造核心爆品、拓展渠道资源; 依靠渠道资源, 以渠道为链接点, 引入新型项目合作。



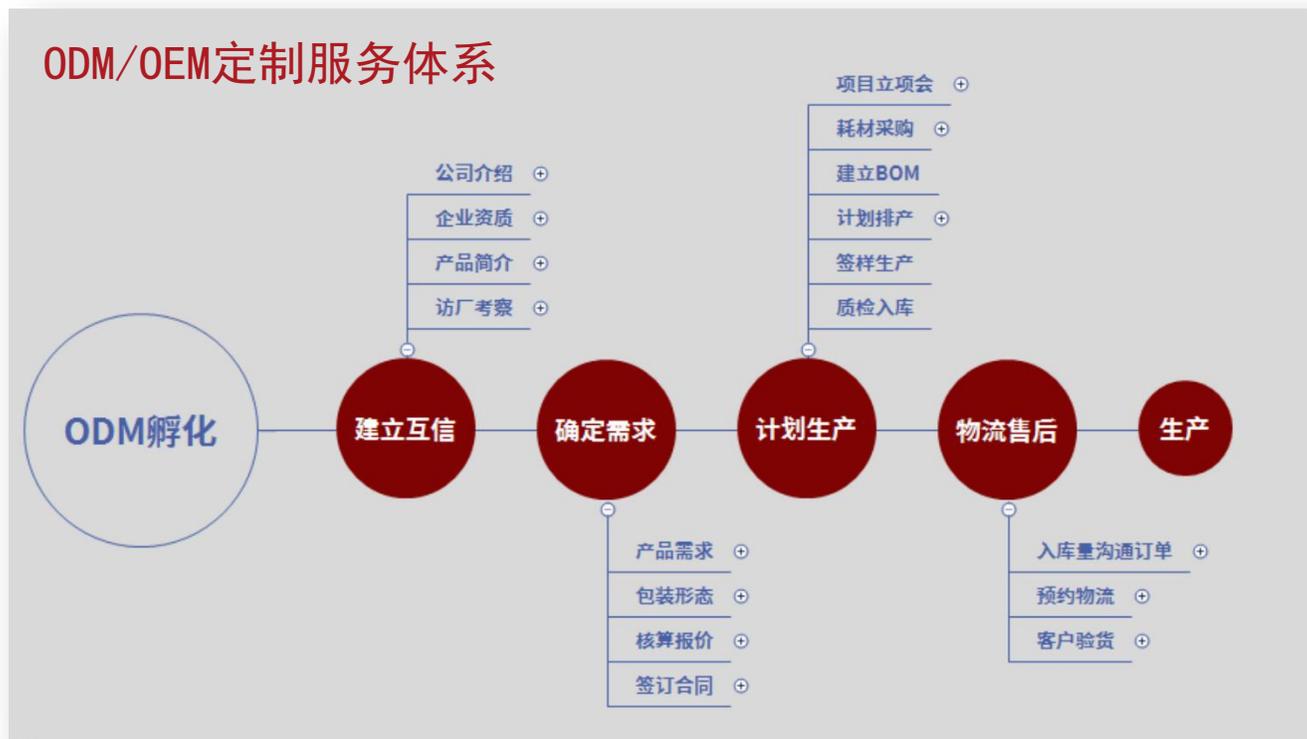
基于互联网新兴平台和新兴的商业模式，移动电商、微商等社群电商方兴未艾。

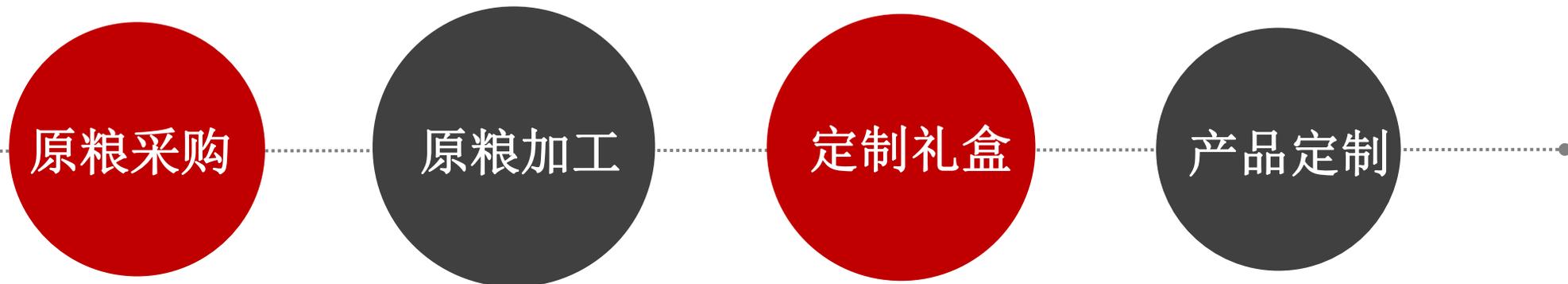
燕之坊积极布局社群电商平台，探索新零售创新模式，例如社区拼团、O2O和S2B2C电商平台等。



燕之坊提供一站式ODM/OEM定制服务：从配方研发、包装设计到柔性生产、品质管控和物流仓储

服务客户：网易严选，良品铺子， 网易考拉、沪上阿姨、西贝等





- 根据客户具体需求提供高品质原粮供应和杂粮精深加工服务
- 主要用于公司福利、内购、礼品商务等，以定制礼盒为主





一直以来电视购物频道和电视直销广告两种形态共存相互竞争发展，目前电视购物业态正处于转型时期，家庭网络电视购物的快速成长促进电视购物进入发展黄金期。自2014年开始，燕之坊也积极涉足电视购物领域，为家庭消费提供健康产品。

合作平台：

- 东方优购物
- 环球购物
- 家有购物
- 快乐购物
- 央广购物
- 时尚购物
- 家家购物
- 好享购物
- 好易购物

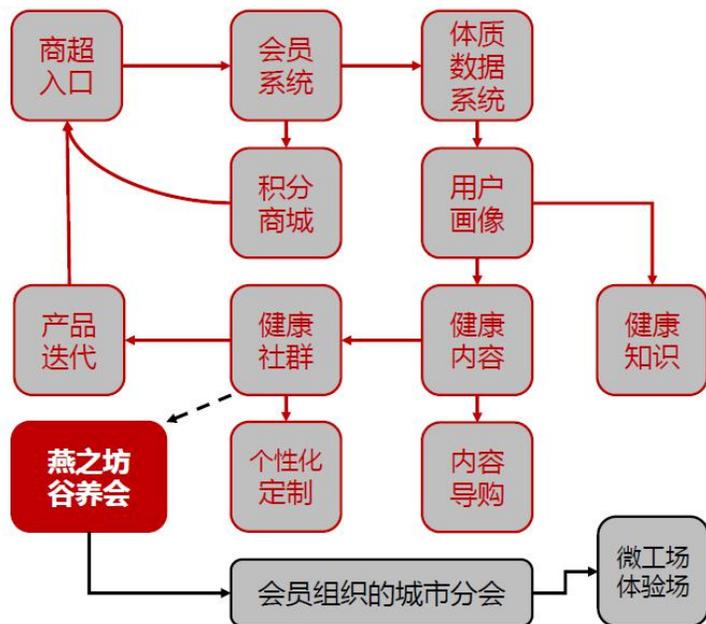
热卖单品：

- 红豆薏米粉
- 黑八宝禅食
- 葛根粉
- 魔芋代餐粥



燕之坊始终坚持以**服务用户**为经营导向，目前会员规模已超过**500**万且快速增长中。

- 通过“燕掌柜”终端销售数据系统记录每一笔消费；
- 通过“燕之坊谷养会” 微信服务号为会员提供信息和健康服务触达用户；
- 通过“谷养会会员商城” 为会员提供个性化产品和服务；



内容电商的创新在于使用优质内容来影响和引导消费者购买。

燕之坊以“五谷为养”的中国传统中医养生文化为核心理念，通过丰富多彩的内容（图文、视频、知识课程等）向消费者传播产品、品牌和健康生活方式等，并且通过社会化媒体触达更广泛的受众，最终实现销售转化。





燕之坊秉承为满足人们日益增长的美好生活需求提供健康膳食解决方案的使命，基于“产品+工具+内容+服务”的核心战略，积极整合资源进行跨界合作，建立大健康联盟，共同传播健康膳食理念，推出符合消费升级趋势下的全新产品。



2018年，燕之坊联合扬州百年老字号冶春推出“杂粮包子”，将五谷杂粮与传统面点包子相结合，主打“绿色、营养、健康”让消费者品尝新鲜口味的同时也能食用五谷杂粮。杂粮包子不仅符合当下市场需求，也丰富了包子的产品种类，赋予传承百年的冶春包子新活力。

03 THREE

核心产品

食材



食材产品线构成

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

食材产品线

7大类

共计214款

单一粗粮

混合粗粮

干货

大米

糖

杂粮面粉

礼盒

分类

深度

分类

深度

分类

深度

17款

7款

4款

20款

量贩装1kg

18款

五谷养生粥

21种

大包装

30种

量贩装
2.5kg

12款

五谷豆浆料

12种

袋中袋

7种

心意小规格

28款

精益手抓包
100g

18款

有机粗粮

10款

其它规格原
料供货

上图为电商食材产品线分类以及各分类内的产品线深度。产品均以市场为导向，加上企业创新，产品不断迭代形成现在的产品构成。



食材产品展示

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊



食材产品线部分品类一款产品示例



产品特点

- ▶ 严格筛选
- ▶ 颗粒饱满
- ▶ 黄金产地
- ▶ 营养安全
- ▶ 品质保证
- ▶ 科学搭配
- ▶ 拒绝添加
- ▶ 纯净自然



优化大单品（成本、品质等）
提升产品竞争力，做大规模及
做大品牌效应

大单品概念

药食同源

药食同源食材产品，同步大健康概念，
提高产品附加值，例如芡实米、茯苓等



提升基础食材附加值，主打产区
概念，品质概念及概念性食材，
例如押麦、三色藜麦等系列产品

高附加值产品

团购及礼盒

以企业特性及季节特性，推广团
购礼盒性质的产品，提升规模



热卖食材产品

绿豆

绿豆在中国已有两千多年的种植历史，其味甘性寒，绿属木、谷属土，豆属水，且青色入肝，甘味入脾，故绿豆可清肝养脾胃，祛暑解毒。

《本草纲目》：厚肠胃。作枕，明目，治头风头痛。除吐逆。治痘毒，利肿胀。

- ❖ 原料：吉林翡翠绿豆
- ❖ 产地：吉林白城
- ❖ 卖点：严格挑选，色泽光亮，颗粒均匀饱满，口感沙糯
- ❖ 辅助功效：清热，消暑，利水，解毒
- ❖ 适宜人群：一般人群
- ❖ 推荐搭配：百合、莲子、冰糖



黑米

黑米来自黑稻，属糯米类，营养丰富，食药价值高，素有“黑珍珠”和“世界米中之王”的美誉。根据中医养生理论，黑属水，稻属金，黑色可入肾，肺主金，黑米可滋阴补肾，补肺缓筋。

- ❖ 价值原料：珍贡黑米
- ❖ 产地：黑龙江五常
- ❖ 卖点：严格挑选，色泽光亮，颗粒均匀饱满，口感香糯
- ❖ 功效：补气血，滋补肝肾，缩小便，止咳喘
- ❖ 适宜人群：一般人群
- ❖ 推荐搭配：黑豆



黄小米

黄小米又称黍、糜子等，古代黄河流域重要的粮食作物之一，有糯质和非糯质之别，非糯质品种又称为稷。

根据中医理论，色黄者，味甘者，稷类者，可用来调补脾胃。

- ❖ 价值原料：黄金苗黄小米
- ❖ 原料产地：内蒙古赤峰
- ❖ 卖点：严格挑选，色泽光亮，颗粒均匀饱满，口感香糯
- ❖ 辅助功效：益气补中，治泻痢，烦渴，胃痛
- ❖ 适宜人群：一般人群
- ❖ 推荐搭配：绿豆，冰糖



黑豆

黑豆具有高蛋白、低热量的特性，颗粒大而饱满、色泽乌黑发亮。根据中医理论，色黑者，味咸者，应冬者，菽类者，可用来调补肾脏。《本草纲目》：豆有五色，各治五脏，惟黑豆属水性寒，可以入肾。治水消胀下气，治风热而活血解毒，常食用黑豆可百病不生。

- ❖原料：流珠黑豆
- ❖产地：辽宁彰武
- ❖卖点：优质蛋白、低热量、多种矿物质和微量元素
- ❖辅助功效：解表清热、养血平肝、补肾壮阴、补虚黑发。
- ❖适宜人群：一般人群
- ❖推荐搭配：黄豆、黑米



红豆

红豆，又名赤小豆，根据中医理论，红豆性平，味甘酸，豆属水，赤属火入心，甘味入脾，可泻火补脾肾。

- ❖原料：珍珠红小豆
- ❖产地：黑龙江林甸
- ❖卖点：精选优质红豆，淀粉含量高、色泽棕红，大小均匀，饱满圆润
- ❖辅助功效：通气治烦，健脾胃，清热解毒，补血，利水通经
- ❖适宜人群：一般人群
- ❖推荐搭配：薏米



藜麦

被誉为“粮食之母”谷物中的“营养黄金”，原产于南美洲安第斯山区，是复合淀粉高膳食纤维食物，营养全面，被认为是最适合人类食用的食物。

- ❖原料：白藜麦
- ❖产地：山西忻州
- ❖卖点：严选优质品种，营养全面易吸收、高膳食纤维、高蛋白，富含氨基酸、矿物质等，低糖
- ❖辅助功效：均衡补充营养、增强机体功能、调节免疫内分泌、减肥等
- ❖适宜人群：一般人群，特别适宜营养不良、亚健康、孕产妇、老年儿童、减肥瘦身等特殊人群。
- ❖推荐搭配：黄小米，大米



薏米仁

中医名薏苡，黄白色，味甘淡，气微凉，性微寒，根据中医理论，白色入肺，黄色入脾，甘味补脾，可有益气、除湿、和中，健脾的功效。

- ❖原料：薏仁米
- ❖产地：贵州兴仁
- ❖卖点：精选优质产区优质品种，香糯易下咽，气味干涩，粒小白净，大小均匀饱满，颗粒完整
- ❖辅助功效：利水消肿、健脾去湿、清热排脓等功效
- ❖适宜人群：一般人群，妇女怀孕早期忌食；汗少、便秘者不宜
- ❖推荐搭配：红豆



花生仁

花生仁，又称“长生果”，味甘而辛，体润气香，性平无毒，可舒脾润肺，滋养补益，延年益寿，和黄豆一样被誉为“植物肉”和“素中之荤”。

- ❖原料：花生仁
 - ❖产地：吉林扶余
 - ❖卖点：优质选种，原生态种植，纯粹自然香，颗粒饱满，红润爽脆，清香可口
 - ❖辅助功效：富含维生素E和锌，增强记忆，抗老化，延缓脑功能衰退，滋润皮肤，扶正补虚、悦脾和胃、润肺化痰、滋养调气、利水消肿、止血生乳、清咽止疟
 - ❖适宜人群：适宜营养不良、食欲不振、咳嗽之人食用；适宜高血压，高血脂、冠心病、动脉硬化之人食用；适宜儿童、青少年及老年人食用，提高记忆力，有助于老人滋补保健；
- 但含油脂多，消化时需要多耗胆汁，故胆病患者不宜食用；花生能增进血凝，促进血栓形成，故患血黏度高或有血栓的人不宜食用；体寒湿滞及肠滑便泄者不宜服食。
- ❖推荐搭配：黄豆





八宝米



❖ 价值原料：长糯米、黑米、小麦仁、高粱米、豇豆、红小豆、芸豆、红皮花生仁、红枣、薏米仁、莲子

❖ 卖点：精选11种优质杂粮，科学搭配，均衡营养

❖ 适宜人群：一般人群



元气粥



- ❖ 价值原料：混合粥料
- ❖ 卖点：每日一粥，粗粮优作，七种口味七日不重样
- ❖ 辅助功效：均衡营养
- ❖ 适宜人群：一般人群



桂圆干



❖ 价值原料：桂圆

❖ 原料产地：泰国清迈

❖ 卖点：

- 1、泰国清迈原产，精挑细选，优选品质
- 2、通过冲洗磨皮，保证桂圆干净、美观、皮薄

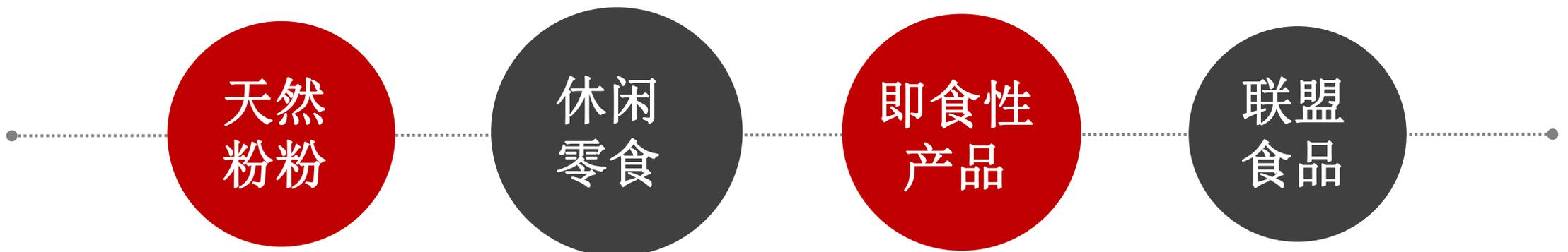
❖ 辅助功效：

1. 桂圆，性温味甘，益心脾，补气血
2. 可用于心脾虚损、气血不足所致的失眠、健忘、惊悸、眩晕等症
3. 妇女在产后调补也很适宜

❖ 适宜人群：一般人群

❖ 推荐搭配：百合、莲子、冰糖

食品



天然
粉粉

休闲
零食

即食性
产品

联盟
食品

以公司强大的食材原料供应优势作支撑，依托公司研发团队的自主研发能力，综合庞大的线上线下消费行为数据分析，确定以天然粉粉为大盘，并在此基础上延伸开发休闲零食、即食性产品等，对消费者食用场景做深度挖掘。力争从一杯粉开始，将产品覆盖粉粉使用场景的方方面面。另外，与联盟企业开展深度合作，共同开发联盟类食品，致力于提高产品附加值，创造新时代的产品价值！



食品类产品规划

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊



天然粉粉

休闲零食

谷物+果蔬，只选健康食材，无油炸、非膨化、低热量
 果蔬脆片、杂粮薄饼、谷物能量棒……
 佐粉拍档，休闲时光

杂粮薄饼

谷物能量棒



即食性产品

联盟产品

以燕之坊五谷优势
 结合洽春品牌面点手作工艺
 强强联合，推陈出新
 杂粮包子、五谷面点
 方便菜……



熟黑芝麻



- ❖ 价值原料：黑芝麻
- ❖ 产地：江西鄱阳
- ❖ 卖点：未经油炸 低温烘焙 膳食纤维 蛋白质和钙质丰富
- ❖ 辅助功效：以黑养黑 固先天之本
- ❖ 适宜人群：所有人群
- ❖ 推荐搭配：干吃、佐菜、搭配粉粉均可
- ❖ 食用禁忌：含薏仁米、菊粉，孕妇慎用

红豆薏米枸杞粉



- ❖ 价值原料：红豆、薏米、芡实、淮山、茯苓、菊粉
- ❖ 卖点：自然谷物营养健康；无添加不含冰糖、香精；代餐；精选材料，精细研磨；祛湿、纤体、美白
- ❖ 辅助功效：祛湿，纤体，美白光泽细腻，润肺，解毒、健脾养脾、调理肠胃、补血解暑滋补肝肾、益精明目。
- ❖ 适宜人群：祛湿、减肥的女性
- ❖ 推荐搭配：杏仁粉：增加美白功效
- ❖ 食用禁忌：含薏仁米、菊粉，孕妇慎用

黑八宝



- ❖ 价值原料：黑豆、黑米、紫淮山、奇亚籽、黑桑葚干、黑木耳、黑果枸杞、黑芝麻、
- ❖ 卖点：以黑补黑，黑色入肾，滋养补肾，精选富含蛋白质和维生素的食材，科学配比
- ❖ 辅助功效：奇亚籽：钙是牛奶的6倍， $\Omega-3$ 是三文鱼的13.8倍，提高免疫力。
黄精：补中益气、降血糖、滋补强壮、健筋骨、降血压。
- ❖ 适宜人群：用脑儿童，男士，老人
- ❖ 推荐搭配：山药粉、葛根粉

健康产品



传统
滋补

药食
同源

功能
营养

以中医养生和西医营养为主的功能及养生类产品，包括药食同源，传统滋补、功能营养类食品及工具等。



健康类产品规划

五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

红糖类、膏滋类、丸子类

以自然界中传统药膳食材为基础，经科学加工，方便食用，达到滋补调养效果。

传统滋补

功能营养

以营养学为理论支撑，从天然植物中提取有益成分，根据人体所需膳食营养素进行精密研发合理配比，达到食养护肤和体重管理的效果。

菊粉——植物益生元

角豆血橙饮

即将上市，敬请期待！

即冲即食单方粉、复合粉、养生花茶、佳人饮等

以传统中医“药食同源”为理论基础，通过研发合理地调配，坚持饮食，以达食养保健效果。

药食同源



健康产品线构成

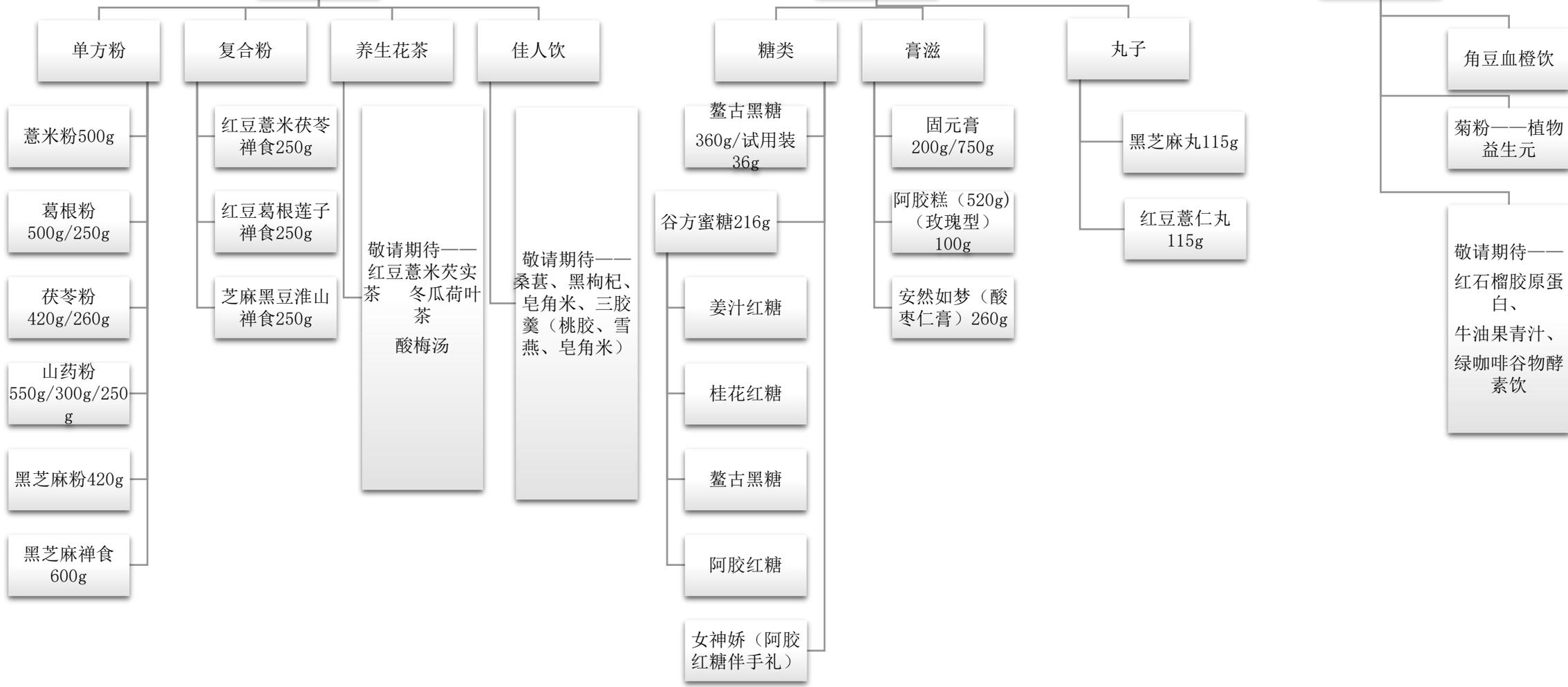
五 / 谷 / 为 / 养 选 / 燕 / 之 / 坊

健康产品线

药食同源

传统滋补

功能营养



黑芝麻粉



❖ 价值原料：黑芝麻

❖ 卖点：纯黑芝麻粉，不加白糖，精选优质黑芝麻，层层筛选，低温烘培，精心研磨，营养保留更充足

❖ 辅助功效：白头发，肠胃不适，好吃又黑补

❖ 适宜人群：学生，白领，脑力劳动者以及需乌发人士

❖ 推荐搭配：

阿胶红枣枸杞粉：心肾同补，水火相济

山药粉：脾肾同补

葛根粉：生津润燥

❖ 食用禁忌：儿童肠道较脆弱，过量食用容易拉肚子

阿胶糕

- ❖ 产品名称：阿胶糕（玫瑰型）
- ❖ 产品规格：100g（20袋）/盒
- ❖ 配料：阿胶糕（28.3%）、黑芝麻、核桃仁、冰糖、黄酒、重瓣红玫瑰、麦芽糊精
- ❖ 保质期：12个月
- ❖ 功效：滋阴补血、改善气血
- ❖ 食用禁忌：
女性生理期间请勿服用



黑芝麻丸

- ❖ 功效：以黑养黑，补肾乌发
- ❖ 口感：口感柔润绵糯，内含整颗黑芝麻，细细咀嚼更是口齿生香、
- ❖ 适用场景：适合经常加班熬夜、出差在外的男性



红豆薏仁丸

- ❖ 功效：祛湿美白
- ❖ 口感：入口甜而有嚼劲，润而有回甘
- ❖ 适用场景：适合有祛湿需求的主人





熬古黑糖

❖ 卖点:

1. 古法熬制，手工制作
2. 独立小包装，便于携带，避免二次污染一次一颗，方便食用容易化开
3. 化水无渣营养价值高，甜而不腻

❖ 辅助功效: 1. 益气补血 2. 美白养颜 3. 妇女在产后调补也很适宜

❖ 适宜人群: 一般人群

❖ 推荐搭配:

1. 泡水
2. 直接食用
3. 煮粥
4. 煲汤





THANKS