**茉莉奶白品牌命题**

**一、品牌背景**

**品牌概况**

茉莉奶白成立于中国深圳，以茉莉为原点，挖掘全世界范围内的在地花果茶香，专注花香中国茶，获CIC灼识咨询市场地位认证的首家专注于花香的现制茶饮品牌，将轻松喝茶与创意闻香体验结合，旨在为消费者创造一杯茶的欢喜时间。

根植于东方文化土壤，茉莉奶白以现代摩登视角，独创「东方摩登」美学风格，区别于新中式茶饮的视觉调性，通过每杯好茶，实现最小单位的审美，成为备受年轻人追捧的人气先锋茶饮品牌。

**品牌定位**

**“中国花香茶饮领军者”**

截止2025/5，茉莉奶白已开于大陆及全球门店1300+家，是中国发展最快的花香新茶饮品牌之一。

**品牌标语**

**“一见茉莉 心生欢喜”**

以茉莉为原点，挖掘世界各地的花果香，愿以心动花香接驳世界共鸣，坚持对花香探索，呈香礼献每杯好茶。通过花香好茶，传递轻松、愉悦、充满审美意趣的茶饮生活方式。

**品牌愿景**

**“向世界介绍这杯东方摩登茶”**

茉莉奶白以独创的「东方摩登」美学和聚焦花香的先锋茶饮产品为载体，通过全球化的布局和传播，向世界各地的消费者讲述一个融合传统底蕴与现代时尚的中国茶故事。将花香做引，以创意点睛，通过东方花香茶与摩登食材的碰撞，呈现这杯东方摩登茶所带来的欢喜

**品牌使命**

**“让东方花茶香 成为世界的日常”**

作为东方文化与现代视觉的探索者，重塑新茶饮设计语言，持续追香呈现，加持五感体验。

**品牌IP**

**“茉莉”**

茉莉是一位有着花苞头和大眼睛的小女孩，诞生于2022年，灵感来源于东方茉莉花。保留治愈、童真的本色，象征着都市生活里纯粹温暖的存在。她充满想象力和好奇心，在探索这摩登世界的过程中，通过多变的造型，传递欢喜的情绪。

**二、命题目标**

**“向世界介绍这杯东方摩登茶”**

用AI设计语言诠释【东方摩登茶】，区别于传统新中式茶饮的视觉调性，延续东方叙事内核，增添摩登注脚。

\*整体情绪基调：欢喜

\*可关联场景：欢喜时刻/欢喜场景

**三、主题关键词**

* 东方摩登茶
* 欢喜情绪价值

**四、必须包含元素**

**品牌资产：**

1、茉莉奶白品牌logo

2、超级符号：十字星

3、产品原料的运用体现

4、技术声明：片尾/角落标注“AI-Generated Content”

**五、禁忌与限制**

**绝对禁止：**

* 快消式促销信息（“买一送一”等字样）
* 敏感词汇（"独家""首创"等绝对化用语、偏激的政治立场）
* 模仿或关联其他品牌

**谨慎规避：**

* 厚重历史感（避免古籍/青铜器意象）
* 单一口感描述（需突出香气层次叙事）
* 避免太过古风/国风（需摩登诠释东方内核）

**六、相关资料参考**

**《从爆款到符号，讲好一杯东方摩登茶的故事》**

<https://mp.weixin.qq.com/s/N0yJpzxe6lt2MVNjichaTQ>

注：品牌标识、资料及衍生出的相关作品仅可用于本次赛事的提报与评比，参赛者未经授权，不得用于赛事之外的任何用途，由此引发的相关争议由参赛者本人承担一切责任，主办方享有赛事的最终解释权。