

# 今夏饮料市场拼争白热化 王老吉何以全线飘红?

各大饮料品牌的拼争在这个夏季显得格外激烈,近期席卷南北的高温天气不但“催热”了中国饮料市场,更让以王老吉为代表的凉茶以及果汁饮料等非碳酸饮料品牌狠狠的火了一把。

笔者在走访部分经销商时获悉,今年6-8月,红罐王老吉的出货量逐月递增,且远远高于去年同期,增幅均超过20%,个别地区甚至超过30%。业内专家分析,除了市场本身具有较强的消费需求之外,王老吉的产品仍是赢得消费者青睐的根本。

作为中华传统食品工业化的典型代表,王老吉起源于广东、广西地区的凉茶文化普及至全国,并在产品规模和影响力上成为国内饮料行业的佼佼者,其良好的表现受到了业界的一致认可。

然而,在传统饮食文化发展变得更加便捷和规模化时,如何保证传统食品的口感和品质适应现代化生产,成为摆在王老吉面前的重要课题。



从量产、均质的产品质量把控制到无细菌、无污染的卫生控制,其品质管理流程的规范性一直是王老吉赢得消费者信任的基石。据了解,为紧抓产品生命线,王老吉重点建设了几大无公害绿色基地,不仅在上游原材料的种植、采购上严格把关,同时强大的技术、生产团队在每个细小的环节上都对生产过程进行了严格的系统检测。

除了自身的品质保障之

外,不断创新的理念成就了王老吉坐拥凉茶行业的龙头地位。其生产观念的创新和营销的创新不断为王老吉这个“百年老字号”注入了新的活力。

在传统凉茶的工业化生产和市场推广过程中,王老吉对产品包装进行了创新,使之适应现代化工业化生产的要求,同时也适应了大规模进入全国乃至全球市场的需求。醒目的红色罐体,中国传统大红色与现代包装形式的组合,不

仅在眼球上吸引消费者,而且在运输方面和饮用方面更便捷,也使得传统健康饮品在现代社会能够发挥更加积极的作用。

当王老吉跳出凉茶的固有格局之后,又开启了全国化的品牌征程。营销传播的创新使红罐王老吉迎来了真正的发展。“怕上火,喝王老吉”的广告语在全国已经家喻户晓,餐饮等渠道的开拓使广告的针对性得以加强,而公益营销、体育营销等品牌运作则不断夯实中国市场。

透过今年夏天王老吉在国内市场的卓越表现,我们不难猜测,冲出国门成为“世界型饮料”或将是王老吉的下一步棋。“中国饮料第一罐”王老吉此番扛起民族品牌进军海外的大旗,是品牌发展的必然,也是企业成长的里程碑。在打造“世界型饮料”的宏伟目标下,王老吉无疑为中国传统饮料的整体跨越性发展提供非常积极的借鉴意义。

高兰

## 中国乳品获国际食品工业大奖, 蒙牛冠益乳荣膺酸奶“世界冠军”



素有“食品界奥林匹克”之称的第十五届世界食品科技大会在南非开普敦召开,79个国家和地区的1500名业界代表参加本次盛会。蒙牛冠益乳代表中国乳业捧得由国际食品科技联盟设立的“国际食品工业大奖”。

在本届世界食品科技大会上,来自全球数家顶级乳品企业的二十余种产品悉数亮相,角逐由国际食品科技联盟设立的“IUFOST(国际食品科技联盟)国际食品工业大奖”。

其中,蒙牛冠益乳代表中国乳业捧得该奖,这是中国乳品行业在本年度食品科技大会上的唯一奖项。继进军世界乳业16强之后,蒙牛为中国再扛世界乳业领军大旗。

国际食品科技联盟秘书长 Judith Meech 对蒙牛冠益乳产品给予了高度评价,蒙牛冠益乳对于中国乳业

的发展具有突出贡献,蒙牛展现出的创新的科技和工艺制造水平令人叹服,蒙牛对于改善中国公众的身体健康发挥了巨大的作用。

据悉,世界食品科技大会是目前国际食品行业最为权威的高级别会议,由国际食品科技联盟主办,自1962年首次在英国伦敦举办以来至今已经举行了十五届。在本届以“不断演变的世界中的食品科学解决方案”为主题的大会上,乳制品作为国际食品行业的活跃板块,其未来趋势成为与会专家关注的焦点之一。

据蒙牛乳业集团与会代表夏海通介绍,近年来,全球牛奶消费量有超过50%的增长来自中国,中国乳品向高端、功能化的转型也将推动全球乳业向同一趋势发展。伴随世界乳制品行业的迅速发展,中国乳业将成为影响世界乳业格局的重要力量。

## 李连杰牵手奥克斯 大品牌的真功夫

李连杰代言奥克斯空调了!

日前,功夫巨星李连杰已秘密与奥克斯签订协议,成为奥克斯空调的健康宣传大使和亲情品牌形象大使,为期二年。同时也拉开了2011冷年奥克斯健康品牌升级战略的序幕。

健康品牌健康代言

每对步入婚姻殿堂的情侣都以情投意合为基础,李、奥此次“牵手”,基础就在于双方共同的定位和理念,是“形神兼备”。作为“壹基金”的发起者,李连杰通过代言社会公益事件,亲身参与社会公益活动,化身人们心中的“博爱大使”、“亲民使者”。健康向上的形象和亲和的感染力,正是奥克斯选择李作为代言人的初衷。

同样一贯以“健康品牌”示人的奥克斯空调,近来不断倾力社会公益及环保事业,今年3月,奥克斯正式启动了提倡消费者责任,增强低碳环保意识的“减”行动。通过减库存、减价格、减能耗、减污染,

构建出一套面向“社会、市场、消费者、商家”的四维利益综合体。此外,奥克斯去年便在行业内首个推出“6大健康体系”,凭借健康自洁、健康运行、健康智能、健康静音、健康空气、健康舒适六大保障,为人们的低碳生活保驾护航,开启奥克斯绿色低碳之旅。

奥克斯负责人透露,经过多年的推广,特别是在健康品牌的清晰战略定位下,目前奥克斯旗下健康节能空调的市场销售比重已经突破了50%。这不仅进一步夯实了企业的健康品牌方向,也成功实现了向中高端、健康节能化的产品升级。

真情大礼回报客户

除了对社会责任、低碳环保方面的突出贡献,奥克斯始终不忘以消费者为“发展导向”,一直秉持将最大的实惠让利于客户的经营理念和发展方向。想必消费者仍然对今年4月“万人抢购奥克斯16年仅此一次”的盛大促销活动记忆犹新。面对七亿多的农村

消费者,奥克斯开行业先河,推出了“下乡空调三重补贴,最多优惠40%”、“下乡空调终身免费检测”等一系列惠民举措和利民政策。

近日,“选空调开宝马”一语惊人,奥克斯又一次领跑促销大潮。据悉,即日起至9月5日期间,消费者凡通过各种零售渠道购买奥克斯空调,均可参与“选空调开宝马”活动。幸运者将有机会获得宝马汽车1年使用权限,活动全程

将由宁波市公证处进行公证。

奥克斯发展16年来,始终以消费者为中心、以满足消费者需求为发展方向,并据此在产品、服务、技术等多方开展了丰富多彩、内容充实的营销活动。由一匹行业“黑马”顺势成长为骏马,并跻身“四大品牌为首”的空调第一集团军,奥克斯经历了从单纯价格战向价值战的升级、从单打独斗到构建体系战车的转型,最终实现了战略发展的全面突围。



## 西王倾力打造 玉米油行业巨头

8月18日上午,“中国玉米油城”授牌新闻发布会在北京喜来登长城饭店隆重举行。

根据中国食品工业协会掌握的资料,2009年西王食品公司玉米胚芽油加工量达到31.91万吨,为我国规模最大的玉米胚芽油生产基地,故授予西王“中国玉米油城”的荣誉称号。

会上,西王集团总经理王建新认为,西王之所以能够获此殊荣,主要得益于在玉米油生产加工二十余年来,积累的规模经济优势、质量优势、设备优势、资本运作等优势,在过去几年中,全国超过50%的品牌玉米油都是由西王生产的。他表示,今后西王将致力于打造“中国玉米油城”,为玉米油产业做出表率,同时要安全、健康、优质的西王玉米胚芽油进入千家万户,让更多的消费者享受健康产品。

## 2D转3D被指“大忽悠” 伪3D怎能“身临其境”

受《阿凡达》热播影响,3D全面入侵人们生活。不过,目前国内3D电视市场存在产品标准不一、质量参差不齐的情况,给消费者带来许多困扰。

很多电视厂商都宣传称,自己的电视可以将普通2D节目转换成3D效果。但经体验发现,转换过的3D效果明显不佳,画面模糊、立体感也不强。难怪,有些消费者将2D转3D电视批驳为“伪3D”,并大力声讨之。伪3D电视与真正的3D电视相比,就像是枪版影片vs高清蓝光。买3D电视的消费者就是冲着完美的视觉震撼体验去的,而“2D转3D”电视就像有观众评价“伪3D”电影《诸神之战》一样,“除了字幕是3D的,其他的都没看出来。”这无疑是对伪3D最辛

辣的讽刺。

此外,据相关机构研究显示,质量不好的3D电视容易引起的眼部疲劳症状,尤其是对于成长期的儿童视力的保护构成了不小的威胁,伪3D对眼睛健康的影响也值得关注。2D转3D电视存在的这些问题,就长远进行分析,可能对3D产业的未来发展造成致命影响。首先,让消费者产生错误认识,如“3D电视也不过如此”。其次,可能造成市场混乱,让消费者难以判断真伪。第三,不利于3D电视生产技术的提升。既然2D转3D电视有着诸多不如意,那么真正的3D电视又是什么样子呢?据权威人士表示,一台好的3D电视,在显示画质和刷新频率上必须要有上佳表现。

如今,多数厂商都将LED作为3D电视的标配,其中最完美的莫过于FULL LED背光源技术,它让3D电视在画质和外表机身得到完美统一。LGLX9500就应用了FULL LED背光源技术,被称为“画质最佳的3D电视”。

同时,刷新频率也是选择3D电视的重要因素。专家指出,3D电视需要达到400Hz的刷新频率才能很好的显示3D影像。此外,大尺寸的3D电视能更好的体验到3D效果,如72英寸的LGLX9就很受高端消费者的青睐。如今,3D电视产业可谓刚刚起步。如果为短期利益,让伪3D电视大行其道,结果只能是坏了消费者口味,又毁了行业口碑。随着3D内容建设的成熟,2D转3D注定会像小灵通一样,很快退出历史的舞台!

## 甄子丹正式签约《大唐无双》 丁磊领航全面内测

近日,网易举办了2010年精品武侠巨献《大唐无双》百万豪杰总教头授衔仪式暨全面内测发布会,新一代功夫天王甄子丹正式签约《大唐无双》,并从网易代表“百万豪杰总教头”的宝剑,新一代功夫之王与PK网游之王全面牵手。

《大唐无双》是网易首个免费武侠PK网游,在长达四年的研发过程中始终坚持“让玩家享受到真正的PK乐趣”。2010年甫一登场,《大唐无双》便凭借最有技术含量的PK体验、最丰富的PK对战玩法、最酷的PK帮手隋唐名将,“以战养战”PK回报系统等核心特色,赢得了“PK网

游之王”的口碑;对“实战打斗”的执着追求和对创新的不懈努力是《大唐无双》与甄子丹顺利牵手的根本原因。

“网易的目标,是全方位领航中国网游市场。”丁磊称。目前,《梦幻西游》已稳守2D回合制第一,大话系列、《天下贰》也分别在2D、3D即时制市场颇有建树,而《大唐无双》就是网易正式进军2.5D即时制市场的战略型产品。“《大唐无双》现已取得了短短两个月注册用户突破百万的骄人成绩,这一迅猛增长的势头让我相信,《大唐无双》有实力拿下2.5D这一市场。届时,网易的全线领航战略才算完整。”丁磊称。

## 博识搭台,百名优才清华构筑世博

——第三届清华少年科学家全国青少年机器人运动会圆满闭幕

7月28日,由清华大学教育研究院素质教育研究中心与博识教育联合举办的“第三届清华少年科学家全国青少年机器人运动会”在清华附中拉开序幕。来自全国各地的近百支代表队,数百名参赛选手逐鹿北京,争夺“小小建筑师”、“小小工程师”和“机器人小专家”等组别的多项大奖。

会上,科技小优才们分工合作,他们或全神贯注地搭建着兼具中国元素又体现未来科技理念的世博主题场馆;或在此起彼伏的呐喊加油声中运输物资,搭建起一个个世博瞭望塔;或用程序控制着机器人在模拟世博园区内刺破气球、扫除

障碍、搬运物资……,选手们融会贯通所学到的物理、数学等知识,伴随着探究精神将团队协作发挥得淋漓尽致。

颁奖仪式上,中国人工智能学会副理事长、中国自动化学会机器人竞赛工作委员会主任、清华大学计算机系孙增涛教授;全国信息学奥林匹克竞赛科学委员会王宏主席;清华大学教育研究院素质教育研究中心副主任张大北以及博识教育集团董事长邓薇女士、博识教育集团副总裁蒋洪先生等嘉宾共同寄予未来优才,希望他们把思维训练渗透进生活的点点滴滴,在动手操作、解决问题的过程中培养科学素养。