

继提出“农夫山泉有点甜”独特销售主张,发起水种世纪论战后,农夫山泉营销再出新招——

农夫借力旅游 “营销口碑”

养生保健——由中国蜂产品协会协办

肝病新疗法

我国是病毒性肝炎高发区,慢性肝炎病人已超过 3000 万人。据流行病学调查,我国单纯乙型肝炎病毒的感染率就达到 57.6%。也就是说,全国约 6.9 亿人已经感染过或正在感染乙肝病毒,1.2 亿人长期携带乙型肝炎病毒,每年死于乙型肝炎的人数约 28 万。

医学专家指出,肝炎的病理机制复杂,特别是乙型肝炎,目前医学界还没有特效药物。患者首先要生活有规律,注意饮食,反对过度营养引起肥胖,除出现黄疸或转氨酶显著上升要卧床休息外,一般症状不多时应适当活动。战胜乙肝主要依靠自身的抗病力、免疫功能并配合使用适当的药物。医学研究证明,服用蜂王浆能帮助改善乙肝。

首先,蜂王浆能提高机体的抗病能力和免疫功能。近年来,学者对王浆进行电泳分析证明,蜂王浆含有大量的丙种球蛋白,高达 10 单位每毫升。丙种球蛋白具有抗菌、抗病毒、抗毒素等重要性能。而蜂王浆中的特有成份——10 羟基癸烯酸(又名王浆酸)也有很强的抑菌杀菌能力。蜂王浆中含有丰富的 B 族维生素、多种氨基酸和乙酰胆碱。在这些因素的共同作用下,使机体抗菌、杀菌、抗病毒的能力大大提高。

此外,蜂王浆还含有多种氨基酸、维生素等营养成分,能通过增加血红蛋白以及红细胞促进造血,并增强肝过氧化氢酶活性,使肝脏的病变细胞逐渐被健康细胞代替并生成健康组织,促进肝脏机能的恢复。据南方医科大学(原第一军医大学)陈恕仁教授介绍,国内外许多研究发现,蜂王浆和蜂胶等都是同时具备多种抗乙肝作用的天然物质,而且两者功效互补,同时服用更好。陈教授还强调指出预防乙肝最有效的手段是接种乙肝疫苗。

相关链接:

中国蜂产品协会蜂疗专业委员会有关专家提醒消费者,选购蜂王浆产品一定要注意看产品批号:

【国食健字、卫食健字】表明此产品安全并具有保健功能。

【卫食证字】表明此产品安全,保健功能无法保证,是普通食品。

如果产品外包装无批号,表明该产品未经批准,根本无法保证食用安全。

五大保障
成就蜂胶、王浆老字号品牌
品牌保障 功效保障 技术保障 质量保障 蜂源保障
消费者服务热线:800 8309088
邮箱:baoyi@125.com
百万礼品正热烈赠送
加盟热线:02831111 31784999 http://www.baoyi.com



上千人的农夫山泉消费者寻源活动“五一”首发团,在刚刚过去的五一假期中,构成了万绿湖风景区一道亮丽的风景。

□时报记者 李星慧 实习生 黄剑琴 黄丽嫦

在国内饮料行业,农夫山泉的营销策略一贯出人意料,创业初期当竞争对手不时甩出明星牌时,它亮出“农夫山泉有点甜”的独特销售主张;当竞争对手宣扬纯净至上之际,农夫山泉发起一轮“纯净水无益健康”的世纪论战,掀起一场水种之争,搅起水市狂澜。

日前,记者从农夫山泉股份有限公司桶装水中心总监陈倩口中得知,农夫山泉已经于五一黄金周正式展开其万绿湖水源地的消费者免费“寻源之旅”。上千人的农夫山泉消费者寻源活动“五一”首发团,在刚刚过去的五一假期中,构成了万绿湖风景区一道亮丽的风景。一招独特的“旅游营销”模式,让产品同质化严重的广东水市眼前一亮,农夫山泉也在竞争激烈的广东水市场杀出了一条“特殊”通道。

以水源“利器”攻打华南

据了解,农夫山泉在浙江千岛湖,吉林长白山、湖北丹江口相继建厂后,又挥师南下,斥资 10 亿元锁定广东万绿湖,打造华南最大的景点式旅游工厂。今年 1 月 18 日,万绿湖生产基地正式投产,实现了珠三角“水源地建厂、水源地灌装”,标志着农夫山泉对珠三角水市场极度重视、精耕细作的战略已开始实施。

2006 年 3 月初农夫山泉在广东开始正式招商,吸引了 300 多家经销商前来洽谈。但陈倩表示:“农夫山泉招商很严格,最基本要有 8 万资金实力。与同行的做法不同的是,农夫山泉与加盟商做的是捆绑 15 年的合同,实行分区分批招商,专营专卖,严格管理,近距离快速配送,划分区域上避免

相互覆盖层叠,做到小而精,最大限度地保护加盟商与消费者的利益。”

在短短两个月时间,农夫山泉已在珠三角开了 25 家农夫山泉桶装水专卖店,其中广州 13 家、东莞 6 家,深圳 6 家。成功涉足广东市场的农夫山泉于是开始将战略布局推向更深处,“旅游营销”这个概念应运而生。

创新营销模式吸引眼球

陈倩指出,农夫要做独一无二的事情,农夫山泉多年来致力于健康饮用水事业,优质的天然水是农夫山泉和其他品牌饮用水的产品差异所在,而优质天然水必须用苛刻的标准选择水源,旅游营销策略的目的,是让消费者亲临与实证农夫山泉的水源地与生产基地,深入了农夫山泉,再从家人健康的角度慎重选择饮用水品牌。旅游营销模式的成本与资源条件要求都相当高,农夫山泉凭借其水源地与品牌的双重优势,以及大手笔大企业的气魄,打响了旅游营销之战,在市场策略上开创“先见证再选择”的旅游卖点。据陈倩介绍,消费者可在每周六、日参加该活动,内容包括河源万绿湖风光游、参观亚洲最大的饮用水生产基地——农夫山泉河源水厂、品尝用万绿湖的天然好水做出来的客家美食等一系列内容,所有活动全部免费。

“这是其他竞争对手无法做到的,需要企业有极强的信心与大气、开放的态度,以及相当大的资金与品牌实力。”陈倩说,农夫山泉欢迎所有关注养生健康的消费者们都来参加寻源活动,相信见证过现场后,会对农夫山泉有更大的信心并达到口碑传播作用。

业界评价

广东省轻工业协会瓶装饮用水专业分会副会长罗坦表示:农夫山泉在浙江也举行过类似的销售活动,比较成功。在广东,乐百氏、鼎湖山泉也有跟旅行社、考察团合作过相类似的活动。他分析:“这种活动让消费者直接参观,对产品的认知度是个好方法。在河

源有到香港的火车,这样也有利于香港的消费者参观。”他希望农夫山泉水和广东的其它水品牌能够共同打造广东水行业。

珠海永隆饮品公司总经理任海滨认为,每个公司推行一种营销策略都是为了把自己的优势推出来,农夫山泉作为一个外

来的产品进入广东市场,因为运输等问题在价格上不具备优势,本土消费者对它的认识也不够清晰及深入,这一策略回避了农夫山泉的缺点,发挥了长处,让消费者更放心选择它的山泉水。

他分析说:“农夫山泉此番发力华南市场,再加

上本土山泉水强势品牌鼎湖山泉的力量,山泉水、纯净水和矿泉水的市场份额会因此有所改变,毕竟现在有两个大品牌在运作。”

而怡宝市场部品牌助理郭小卫则认为:“这一营销策略比较新,思路很好,展现出自己的优势。但不知道执行能力如何。”

怡宝掀起疯狂足球体验热浪



直径 6 米的铁笼让足球爱好者们释放“疯狂”。

■时报记者 李星慧

在今年的世界杯之前,除了足球,还有什么能得到全民的关注呢?答案:还是足球。华南水市“大哥”怡宝,率先在水行业中掀起体育营销热潮,其策划的“2006 怡宝疯狂足球”活动于日前在羊城开锣,让“疯狂”的人们提前开始了其“世界杯之旅”。记者得到最新消息,由于该活动广泛的参与性、极高的娱乐性和互动性,市民的参与热情空前高涨,短短

两周,报名参赛的队伍已超过 150 支,短信投票人数更是超过 10 万。

称之为“疯狂”,是因为比赛是在一个铁笼里进行。据资料显示,“笼中对”起源于上世纪 80 年代的荷兰,创意来自一群年轻的苏里南移民在街头进行的 1 对 1 足球游戏。至今,该赛事已拥有一套完整的比赛规则:在一个直径 6 米的铁笼里进行,每队三人,限时五分钟,并且只有在对方半场射门或是在

本方半场射门碰到对方身体入网才有效,怡宝疯狂足球引入该类比赛在国内还属首次。记者现场就看到“笼中对”比赛过程中令人匪夷所思的点球规则:点罚球的队员背对球门,在没有守门员防守的三到四米距离内用后脚跟将球踢进球门。

在这场赛程里,没有“循环”,没有“淘汰”,只有“挑战”与“被挑战”。尤为特别的是,所有参赛队伍都将接受市民短信投票,通过积分形式竞争上岗,积分的前八名当选为首轮的前 8 名擂主,从次轮开始人气最旺的前 16 支队伍将挑战当前擂主。

记者获悉,由于此次“疯狂足球”比赛采取“零门槛,不设限”的报名方式,实现了全民竞技娱乐的概念,因此走“亲民路线”的疯狂足球甫一登场,就表现出了其他娱乐节目所不具备的亲和力。

据了解,“2006 怡宝疯狂足球”活动是国内首个集娱乐、竞技于一身的群众足球娱乐活动,并特别设置了争当擂主、选手拉票、有奖竞猜、疯狂足球游戏等富有娱乐性的互动元素,让足球变得娱乐起来。该活动时间跨度为 4 月 22 日~6 月 25 日。经过一番激烈的短信投票角逐,截至 4 月 20 日中午 12 点,2006 怡宝疯狂足球首轮比赛的 24 强(8 队擂主及 16 队攻擂球队)终于尘埃落定。

“此次疯狂足球运动将会是迄今为止广州最大型的 7 人制足球比赛;与赛事紧密相联的疯狂足球游戏节目,还将以其趣味性、刺激性吸引大批的市民参与;另外,该活动全程还将由广东省体育频道滚动播出。”市足协相关负责人表示,“这绝对是一场广州人的足球盛宴,一个全民参与、属于广州人的‘小世界杯’。”

相关链接

农夫山泉与万绿湖

农夫山泉一直采取完全不同于其它同行节约成本而在中心城市建造水厂与城市争自来水源的策略,寻找和占据的都是山深林密的国家级珍贵水源。

据资料显示,农夫山泉生产基地河源万绿湖,是华南地区最大的国家森林公园,绿化率达 98%,因景色秀美而被誉珠江三角洲的“后花园”。万绿湖景区空气质量达到国家标准 1 级。水质达到饮用水国标 1 类标准,天然甘冽,可直接饮用,并通过东深供水工程间接供往香港。一年四季,湖水的水温几乎都是恒定在 19~23 度之间,湖区基本

不受台风影响,湖面少有风浪,恬静和美,为国家饮用水源一级保护区,是广东最优质的大型饮用水体。

陈倩亦坦诚地说,农夫山泉万绿湖目前的优势在于水源的独一无二。她说:“万绿湖,已经有 50 年的历史,那里不搞工业就是为了保护水源。万绿湖的水质纯美,PH 值在 7.0~7.4 之间,呈碱性。万绿湖水域面积是 370 平方公里,容量达 139 亿立方米,最深处达 116 余米,平均深度为 30 米。而农夫山泉水是取其没有任何污染、标准最恒定的水深 60~70 米处水源。”