

打造民族品牌时尚先锋 助推中国特色饮料升级

广药集团王老吉 40年转型飞跃之路



科技助力 凉茶也要高质量发展

凉茶始于中医药草本配方，具备很强的科技含量。从190年前的“水碗凉茶”，到现在不同包装、不同口味甚至不同配方的新产品形态，“现泡凉茶”，王老吉深刻演绎了传统与现代的有机结合。王老吉人认识到，随着我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。在这个阶段，必须加快科技创新。

2010年，王老吉凉茶安全性评价项目成为率先参加国家863计划的凉茶项目，并取得重大突破。与此同时，王老吉还与诺贝尔奖得主穆拉德博士联手，给凉茶建立国际标准体系，以推动品牌的现代化发展和国际化进程。

值得一提的是，2014年8月，王老吉首创了将世界先进的DNA条形码技术用于原材料鉴定，确保王老吉凉茶原料正宗、稳定、一致，使品质得到更有力的保障。这套“中草药DNA条形码物种鉴定体系”更荣获2016年国家科学技术进步二等奖，成为凉茶行业首获这一殊荣的品牌。

科研屡创佳绩。可以说，正是通过上述种种科技创新，传统的凉茶得以与时代接轨，持续引领时尚、健康饮料的消费潮流。

文化创新 打造世界一流百年企业

改革不停步，创新无止境。引领了健康饮料消费潮流的王老吉，不会停下创新的脚步。百年老字号如何更吸引新生代消费者？带着这样的使命，王老吉又开始了新的探索。

2017年6月，第一家1828王老吉现泡凉茶店在花城汇开业。在门店设计上，既有传统的凉茶文化元素，又有时尚流行的现代茶饮风格；在产品上从传统凉茶入口，开发了多元化、多口味的时尚健康茶饮。

1828王老吉现泡凉茶店抓住了茶饮的风口，一经推出就成为“网红”，到今年夏天全广州已经开出了十几家门店，接下来还会在其他凉茶文化基础和市场基础好的大城市延伸。

现泡凉茶店是王老吉对新消费、新零售的探索，品牌直接连接年轻消费者，加强了消费体验，再次形成了品牌的叠加。

在持续深耕内需市场的基础上，王老吉也将加大力度开拓海外市场。在“一带一路”倡议下，王老吉将积极开拓沿线国家，向世界推广凉茶作为健康植物功能饮料的理念，向世界展示中国凉茶文化的独特魅力。

目前王老吉已经在全球60个国家和地区有商标注册和产品出口。王老吉的目标是让凉茶也成为像可口可乐一样风靡全球的饮品，成为中华老字号走向世界的一面旗帜。

运用“时尚、科技、文化”的品牌战略，王老吉走出了一条中国特色饮料之路。2018年是王老吉品牌190周年，站在新的历史起点，王老吉大健康产业迎来新的时代机遇。在新时期的发展中，王老吉将延续时尚引领的品牌发展战略，打造世界的王老吉。

(文/陈泽云)

改革开放以来，百业俱兴，国富民强，中国人民用双手书写了国家和民族发展的壮丽史诗。广东作为改革开放的试验田和先行者，率先在全国掀起了波澜壮阔的改革征程。同样发轫于南粤大地的王老吉，在改革开放的大潮中凤凰涅槃，成为中国特色饮料行业领袖。

2018年，适逢改革开放40周年，也是王老吉品牌诞生190周年。这四十年里，王老吉顺应改革开放的发展潮流，实现了品牌的多次飞跃式发展。如今的王老吉凉茶，牢牢占据了市场七成份额，更在时尚、科技和文化引领下，走出了一条别具特色的发展之路，向世界一流的百年企业进军。

敢为人先 奠定凉茶行业龙头地位

王老吉品牌诞生于1828年，当时，王老吉创始人王泽邦先生在广州十三行开了第一间王老吉凉茶铺。1839年，民族英雄林则徐来广东禁烟，刚来的时候有些水土不服，王老吉凉茶治愈了他的疾病，林则徐就赠送了一个大铜葫芦给王泽邦，并给凉茶铺命名“王老吉”，这就是王老吉品牌的来历。

自诞生以来，王老吉走过了190年的风雨征程。而其中发展最快的就是在改革开放这40年。就在1991年，王老吉首创盒装和罐装凉茶，为凉茶的现代化奠定根基，也打开了王老吉凉茶从药品到现代食品饮料的新局面。

2012年5月，根据中国国际经济贸易仲裁委员会的裁决，广药集团合法收回红色罐装以及红色瓶装王老吉凉茶的生产经营权，王老吉大健康公司应运而生。面临成立之初“无产能、无渠道、无团队”的“三无”困境，王老吉人凭借着勇气和智慧，同舟

共济，排除万难。

首先是保障产能供应。2013年王老吉开始部署自建生产基地，2015年4月雅安基地正式投产，这不仅成为王老吉第一个自建生产基地，还开创了“输血+造血”的精准产业援建模式，获得国家领导人的好评。此后，梅州原液提取基地、南沙旗舰生产基地和兰州生产基地相继推进，完善了王老吉的产能布局。

其次，王老吉迅速组建营销团队，为营销工作开展奠定了坚实的基础。这只营销队伍“吃住均在一线”，扎根在城市郊区、县城和乡镇、农村大力推广；同时，王老吉还建立餐饮特攻队，撕开了餐饮渠道；并成功借助了“吉文化”培育了礼品市场……

如今，王老吉团队过万人，销售网络覆盖全球，有超千万个终端网点，红绿凉茶协同发展，年销量达200多亿，牢牢占据行业七成的市场份额，稳坐凉茶行业龙头把交椅。

时尚引领 赋予老字号新内涵

一百多年来，王老吉一直专注凉茶领域，不断传承创新超越，创造了中国百年品牌的文化传奇，目前可以说已经成为“中国饮料第一品牌”，其品牌价值高达1080亿元。

不过，王老吉人并不满足于此，他们意识到，老字号品牌也要以时尚为先，通过持续的创新不断赋能品牌年轻化、现代化。

时尚意味着无论从品牌内涵、产品包装，还是品牌营销、技术运用等维度，都要符合新时代消费者不断变化的需求，顺应年轻人消费理念，使之成为一种消费潮流。

在“时尚凉茶”这一概念指导下，王老吉大胆迈出了步伐。

为了满足新时代消费者的多元化需求，王老吉确立了单品多元化和品类多元化的发展模式，主打即饮和家庭整箱消费的红罐与绿盒王老吉凉茶，

并先后推出无糖精品凉茶，加浓型萃萃凉茶，专属新生代的黑凉茶，以及时尚便携的吸吸龟苓膏和大寨核桃露等健康植物食品饮料，深受消费者追捧与推崇。

此外，这几年爆火的综艺、网剧里也经常能见到王老吉凉茶的身影。原来，王老吉通过娱乐IP和社交媒体，用内容营销、一罐一码产品互动和线上线下推广的传播手段，不断创新沟通方式。

近年来王老吉接连与浙江卫视、腾讯、爱奇艺、优酷等媒体达成了战略合作，2017年春节档热播的综艺《我们十七岁》、夏季火爆的网综《明日之子》等，都实现了数十亿的品牌曝光和深度的品牌互动。今年夏天，王老吉首次启用品牌代言人，签下“50亿票房先生”刘昊然及90后金马影后周冬雨，以代言人连接消费者，吸引更多的年轻消费者。

三公仔用心 守护儿童健康

保济口服液 【功能主治】解表，祛湿，和中。用于腹痛吐泻，嗜食暖酸，恶心呕吐，肠胃不适，消化不良，舟车晕浪，四时感冒，发热头痛。

小儿七星茶颗粒 【功能主治】开胃消滞，清热定惊。用于小儿积滞化热，消化不良，不思饮食，烦躁易惊，夜寐不安，大便不畅，小便短赤。

小柴胡颗粒 【功能主治】解表散热，疏肝和胃。用于外感病，邪犯少阳证，症见寒热往来、胸肋苦满、食欲不振、心烦喜呕、口苦咽干。

小儿健胃糖浆 【功能主治】健胃消食，清热养阴。用于脾胃阴虚所致的食欲减退，消化不良。

OTC

广州王老吉药业股份有限公司
Guangzhou Wang Laoji Pharmaceutical Co., Ltd.
(广州羊城药业股份有限公司)

详情咨询：<http://www.sangongzai.net> 国药准字Z44020582 Z44023698 Z20026280 Z44020591 咨询电话4008302901 8008302901 请按药品说明书或药师指导下购买和使用注意事项或禁忌、不良反应；详见说明书，各大药房有售。粤药广审（文）第2018080542号 广告