

## 王老吉

创于1828年，广药集团旗下，其红瓶王老吉形象深入人心，从事凉茶研制销售的企业

### 品牌简介

广州王老吉大健康产业有限公司是广州市国资委旗下广州白云山医药集团股份有限公司的全资子公司，于2012年2月28日成立，经授权使用“王老吉”品牌，主要经营王老吉红罐、红瓶系列凉茶产品以及刺柠吉复合果汁饮料、椰柔椰汁、大寨核桃露等产品，属于国有企业中的快消企业。公司现有员工一万余人，旗下拥有7家全资子公司、1家合资公司、1家分公司，是中国凉茶行业中市场份额高、销售规模大、品牌影响力大的行业品牌，是在国内国际具有相当影响力的品牌。

王老吉凉茶诞生于1828年清朝道光年间，是公认的凉茶始祖，距今已有近两百年的悠久历史，是中国传统凉茶文化的代表。

王老吉凉茶传承“三花三草一叶”百年经典配方，选择天然中草药，结合现代生产科技，凭借着优异的品质、良好的口感畅销全国，走向世界，经国家机构评估，品牌价值高达1080亿元。

王老吉大健康公司自成立以来，顺应大健康产业潮流，在广药集团大健康板块的整体部署下，贯彻实施“136发展方略”，通过产品经营、资本运营和虚拟创盈三种发展路径，从人才战略、科技战略、品牌战略、资源战略、标准战略、国际化战略6大方面布局，坚持多元化的发展道路。

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，有超千万个终端网点，年销量过百亿，占据凉茶行业7成的市场份额。

销售策略上，王老吉大健康公司自建营销网络开展营销工作，目前自有营销团队超万人，成功建立起一支能打仗，打胜仗的强大队伍。全局性的市场竞争策略覆盖传统渠道、餐饮渠道、礼品渠道、特通渠道、电商渠道等，实现全渠道销售，并开创了礼品市场、瓶装凉茶市场，产品畅销全国，远销海外。

品牌运作上，形成了“时尚、科技、文化”品字型发展战略，打造了王老吉“吉祥文化”和防上火的“功能饮料文化”，使“怕上火就喝王老吉”、“过吉祥年，喝王老吉”的传播口号深入人心。同时，积极推动品牌年轻化建设，通过社交媒体创新品牌与消费者的沟通方式，持续不断激发品牌年轻活力。作为中国传统凉茶文化的代表，王老吉大健康公司肩负起传播凉茶文化的重任，先后在广州、北京、雅安、美国纽约建立起凉茶博物馆，未来还将陆续在东京、台湾、澳洲等地建立起全球56家凉茶博物馆，大力宣传凉茶文化。

产能建设上，在全国建立起50多个生产基地，同时在雅安地震之际，“输血+造血”公益模式投资建设雅安生产基地，于2015年实现量产；对口帮扶建设的梅州原液提取基地也将于2020年竣工试产，建成后，将成为全球规模大、自动化水平领先的凉茶原液提取基地，为王老吉在全国范围内的灌装生产厂提供原液；规划中的南沙凉茶旗舰基地、兰州生产基地未来也将进一步完善王老吉产能布局；同时在全国东南西北中布局“泰州、宜昌、韶关、益阳、濮阳、楚雄”等集“生产、文化、科研”为一体的“三位一体”创新产业基地，轻资产模式加速驱动产能布局。

产品体系上，大力推行单品多元化和品类多元化战略，除了经典的红罐红瓶王老吉凉茶，创新推出无糖凉茶、黑凉茶、茉莉凉茶、爆冰凉茶等凉茶细分产品，同时进军植物蛋白功能饮料领域，推出了大寨核桃露、椰柔椰汁等新产品，2019年推出的刺柠吉复合果汁饮料，创造了健康消费的新潮流。

质量管控上，始终秉承产品质量第一的理念，以“零缺陷”为目标，严格执行五级质量保障体系，实施从原材料的采购、生产过程控制与检验、产品出厂检验到售后服务的全过程质量管理，保障了王老吉凉茶多年来无食品安全事故的成绩。

为了王老吉下一个190年，公司将继续围绕高质量发展，不忘初心，发挥“忠于企业、勇于担当、乐于奉献、善于学习”的企业价值观，坚定将王老吉“从中国凉茶第一品牌打造成为中国的可口可乐”的战略定位，完成“让世界更吉祥”的企业使命。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/wlj-425782.html>