

智·力合一 打造儿童酸奶领军品牌

娃哈哈智慧超人精准细分市场、引领消费新趋势

“国内儿童奶目前以每年高达56%的速度递增,以每年市场容量1000亿元保守估计,至少还有700亿的市场缺口”,国家奶业协会高级市场研究员对中国儿童奶市场持乐观态度。

近日,一款名为“娃哈哈智慧超人”的儿童酸奶,通过对3~10岁儿童需求的精准挖掘,力推“智·力双补”,直击目标消费者需求靶心,对国内儿童奶市场形成了一股强大的冲击波。

晚报记者 万佳



9月,娃哈哈走进郑州市各大幼儿园,举行智慧超人拼图比赛。

■新闻1+1

智慧超人带你“玩转创造力”

继智慧超人手工创造力大赛成功举办后,娃哈哈智慧超人在9月份开学之际,又推出了“玩转创造力”系列活动之拼图大赛。本次拼图比赛仍然是以幼儿园的小朋友为主要参与对象,为了从小培养儿童的创造力,充分发挥其想象力而举行的智慧超人拼图比赛吸引了全市众多小朋友参加。

上周,娃哈哈走进郑州市星月幼儿园、新起点幼儿园、小雨点幼儿园、绿云艺术幼儿园、金誉幼儿园共5家幼儿园开展了随堂拼图比赛,主要是幼儿园大班的小朋友参加了比赛,在比赛过程中,有的小朋友动手能力很强,灵活性也很高,甚至有的小朋友在开始比赛之后不到10分钟就已经完整无误地将打乱的拼图拼好。每个参加比赛的孩子都得到了娃哈哈智慧超人提供的精美奖品作为鼓励,优胜小选手则获得了智慧超人文具套装。

娃哈哈智慧超人拼图比赛在9月中下旬仍会走进市内各大幼儿园,且比赛是不收取任何费用的。欢迎各幼儿园积极参加比赛,可与娃哈哈郑州办事处取得联系咨询比赛事宜。此外,娃哈哈公司将在国庆期间举办大型的外场拼图比赛,详情请关注郑州晚报每周的动态。



拼图游戏可以锻炼小朋友的智力和创造力。

A 精准细分市场 攻克技术壁垒

“智慧超人”实现品类创新,抢占消费者心智空间,实现“儿童酸奶=智慧超人”的领导者品牌定位,填补儿童酸奶市场空白。科学研究证明,酸奶比牛奶更适合儿童,其益生菌可以发酵乳糖,避免儿童因喝牛奶导致腹泻、腹胀等乳糖不耐症状,提高牛奶营养吸收率,儿童酸奶细分品类引领主流消费趋势。

经过长达3年的科研攻关,该产品已突破了儿童酸奶研究领域的多项技术壁垒,采用生物科技新成果,用四种益生菌协同发酵,攻克牛奶乳糖不耐、大分子蛋白不易吸收的难题;采用微胶囊包埋技术,突破传统液态牛奶添加固形物的技术瓶颈,使牛磺酸、核桃粉、磷脂等益智成分与牛奶相溶,并解决了常温保存等业内棘手问题。

B 四位一体管理 打造放心品质

在360余条自动化的生产流水线上,每分钟就有数以万计的娃哈哈产品下线,“对每一件产品都负责,每一件产品都有人负责”的娃哈哈品质标准,是其对市场的郑重承诺。

无论是新产品“智慧超人”,还是人们熟知的纯净水、营养快线、爽歪歪,统统纳入其全面质量管理体系之中,生产具有真正使用价值的产品,并在行业内率先通过ISO9001国际质量管理体系、HACCP食品安全管理体系,拥有国家级企业技术中心。通过遍布集团、分公司、车间、班组“四位一体”的管理网络,通过严格的培训和奖惩制度,实现全员质量管理,把质量控制贯穿产品生产管理的每一个环节。

C 厚重品牌资产 打造“智慧超人”

产品背后是雄厚品牌资产的积淀。权威统计资料显示,去年娃哈哈已实现营业收入550亿元,利税112亿元的增长业绩,并一直保持着年均60%以上的增长速度,各项指标已连续12年位居中国饮料行业第一位。

从儿童保健食品发展起来的娃哈哈,对儿童奶制品有着难以割舍的情结,旗下AD钙奶年销售突破30亿元,爽歪歪累计销售168亿瓶,已通过美国食品药品监督管理局(FDA)认证,在美国上市。这些品牌资产及成功经验在“智慧超人”上必将凸显出光环效应。

娃哈哈®

兔飞龙进口 开箱纳福

亿元奖品送好运

3000个千足金腾龙金条

30000个千足金转运珠

喜结良缘 娃哈哈 营养快线 水果酸奶饮品 Fruit Yogurt Drink

兔飞龙进口 开箱纳福 娃哈哈 爽歪歪

桂圆莲子 营养八宝粥

咨询热线: 0371-87539071

本活动最终解释权归杭州娃哈哈集团有限公司所有