



娃哈哈®

曼联中国官方乳制品饮品合作伙伴
Official Dairy Drink Partner of Manchester United for China

营养快线在美实现零投诉 小伙伴们放心喝吧

美味的饮料要趁新鲜时饮用

最近,朋友圈里突然出现一些谣言:“营养快线风干成胶,喝了会黏在肚子里!”细细想来,不论什么食物或饮料,拆封后放在外面一段时间都会发生变化,这就是为什么每个细心的妈妈都会叮嘱孩子“放久了的东西不可以乱吃”。

米浆风干能当浆糊用;米饭阴干后会硬得像

石头;鱼汤冷却后就跟果冻似的;鸡蛋清稍微放一会儿,能粘住已经打破的瓷器、玻璃……生活中,类似的例子比比皆是。

至于营养快线,和所有液态乳制品或含乳饮料一样,都是以牛奶为主要原料的产品,含有丰富的蛋白质,而牛奶中的蛋白质与其他蛋白质一样

具有脱水后出现凝胶和成膜的特性。

总而言之,美味的饮料和食物要趁新鲜时吃到肚子里才最营养、安全。“只为健康你我他,欢乐千万家!”这是娃哈哈26年来所坚持的品质保证,请相信科学、相信娃哈哈的小伙伴们不要随意转发,一起净化我们的朋友圈吧。

“营养快线”创造销售神话

日前,娃哈哈海外市场部得到来自美国的消息,娃哈哈营养快线自2010年进入美国市场以来,以其过硬的品质获得了美国消费者的喜爱,两年销售成功实现零投诉。

“营养快线”是娃哈哈根据中国营养学会中国居民每日膳食营养素适宜摄入量(AI)和推荐摄入量(DRIs)特别研制而成的,包含了多重人体每日所需的营养素,让营养一步到位,令身体始终处于最佳的精神状态

中。纯正果汁和香浓牛奶的黄金组合,造就了“营养快线”的绝佳口感,同时又拥有来自牛奶的丰富营养和来自果汁的丰富维生素。

2004年娃哈哈将“营养快线”推向市场后,迅速成为同类饮品中最畅销的产品之一。在众多老面孔的饮料市场中,营养快线这个口感突出、营养超群、形象新颖的后辈力量一举获得了市场和消费者的高度关注,成为超市和终端门店的热门

推荐产品,独占市场高速增长“果汁+牛奶”营养类新品类产品的头把交椅。7年后,“营养快线”创造了年销售额超150亿元的销售神话,成为名副其实的“国饮”。

2007年,娃哈哈营养快线相继进入俄罗斯、越南等国际市场。2008年进入加拿大,2010年进入新加坡……2010年3月获得FDA颁发的产品证明,自此开始在美国市场销售。

口感好、营养丰富和品质过硬,一直是老百姓喜爱娃哈哈营养快线的原因。而娃哈哈营养快线不但在国内深受欢迎,自2010年进入美国市场以来,以其过硬的品质获得了美国消费者的喜爱,销售成功实现零投诉。这个消息不仅验证了营养快线的品质,更证明了营养快线在全球市场正走向成熟。郑州晚报记者 王一品

占领国际市场靠的是品质过硬

作为食品出口企业,产品能够进入美国市场是品质最有力的证明。因为美国有号称全世界最严格的食品安全体系和维护消费者的法制体系,所有销售到美国的产品必须经过美国食品药品监督管理局(即FDA)的产品认证,还要面临来自消费者的考验。

娃哈哈集团于2009年开始向美国FDA递交报告,申请对营养快线产品进行认证,并于2010年3月获得FDA颁发的产品证明。据悉,申请期间,FDA官员曾数次到娃哈哈生产基地现场检查产品工艺、配方、原料、食品安全管理体系等,对

娃哈哈拥有世界一流的质量控制水平赞不绝口。而此后在美国销售的过程中,营养快线确实做到品质过硬,迄今无一例质量投诉。

娃哈哈研究院的相关科研人员曾透露,由于严格的原料供应和产品检测流程,营养快线的生产成本要明显高于国内外其他同类产品。但是从产品品质、口味,特别是食品安全性角度看,娃哈哈更具有其他产品所不能具备的优势,这也是以营养快线为主打的娃哈哈含乳饮料能在国际市场立足,并迅速扩大市场份额的主要原因。



获得FDA认证 出口美国、加拿大

营养快线®



畅销10年 健康相伴

