

王老吉： 在品牌建设中担当文化传播使命

王老吉依托自身现有的品牌,打造独特的文化符号,传递“吉祥文化”,成为中华传统文化的传播者。

植根传统 优秀传统文化是企业文化源泉

凉茶源自于传统中医药,其自身所具备的健康养生理念,与中华传统文化中的“吉祥”思想不谋而合。“吉祥文化”,承载了中华民族对平安健康、幸福美好生活的永恒期盼,它贯穿于节庆民俗、婚嫁生育、开业礼仪、文字图案等方面。一直以来,王老吉以不同方式对传统文化符号——“吉祥文化”进行提炼和升华,正因如此,尽管王老吉产品形态随着时代发展不断演变,但王老吉依然保持着强大的品牌生命力。

统于现代 吉祥文化走进年轻一代

针对近年来年轻人对传统文化兴趣不断增强的趋势,王老吉不断丰富自身的产品线,以满足年轻人更加个性化的消费需求,同时借助时下流行的传播方式与年轻消费者展开对话,将“吉祥文化”融入到人们日常生活的方方面面。

如今,在“时尚、科技、文化”品牌发展战略指导下,王老吉通过深入挖掘与传播凉茶文化、“吉祥文化”,以凉茶产品和凉茶博物馆为载体,结合春节和各地民俗消费特征,成功地将“吉祥文化”与自身品牌宣传、产品销售、推广融合到了一起。以凉茶为载体,加强“吉祥文化”与现代节庆文化融合。不论是国际市场还是国内市场,“吉祥文化”已成为王老吉最鲜明的品牌符号。

在产品上,从“新春吉祥罐”“万万吉祥罐”再到“个人定制罐”,王老吉不断用好玩、时尚的元素赋予“吉祥文化”新的表现形式,从而获取年轻群体的认可和喜爱。同时,在红罐、红瓶之外,王老吉也在不断开发新口味,如无糖、低糖等产品,通过品类多元化,单品多元化,不断丰富凉茶的消费场景。

在传播方式上,去年年末,王老吉携手抖音发起了“王老吉抖音视频共创大赛”,以“吉祥文化”为主题邀请全民互动,短短的几天时间便获得了共计58.3亿次的视频播放次数,让更多年轻人欣赏和理解“吉祥文化”。

2019年春节期间,王老吉在延续“吉祥文化”幸福美好



广药集团董事长李楚源发布王老吉“1136”战略规划



广州王老吉大健康产业有限公司董事长徐文流

寓意的同时,对“吉祥文化”进行了新的诠释,即强调大家通过自身的努力奋斗获取美好,并通过品牌代言人周冬雨、刘昊然传递出了吉祥文化“吉,是所有美好的开始”的新内涵。在消费者心中塑造出以“美好、健康、吉祥生活”为核心的“吉祥文化”新印象。承载着人们对于“吉祥”的美好祝愿,王老吉成为2019年春节期间,中国饮料市场销售额位居前列的产品。“吉祥文化”与消费者的共鸣之深,可见一斑。

2018年调研贵州刺梨产业发展状况后,王老吉决定创新采用“输血+造血”的产扶融合方式,加强培育贫困地区“造血”功能,在行动中实践“吉祥文化”价值内涵。王老吉在贫困地区播撒“吉祥”的种子,激励贫困群众为美好生活而努力奋斗。

擦亮品牌 讲好中国故事 传播中华文化

中华老字号企业拥有深厚的文化内涵,企业自身的壮大,就是对其文化的传播。作为以中华优秀传统文化为支撑的老字号品牌,王老吉对于传统文化与品牌间的深刻关系有独到的理解。

王老吉董事长徐文流认为,中国品牌应努力共建“原产地效应”,即消费者对产品原产地的印象和联想。王老吉正在努力与其他品牌一起共建“原产地效应”。最初王老吉定位在于功能,“怕上火喝王老吉”。伴随着品牌的不断壮大,王老吉意识到文化是一个品牌的精髓所在。随着“健康中

国”战略的不断深入以及人们对大健康理念的不断认可,王老吉在主打不上火功效的同时,无论是在产品上还是在品牌传播中都加入了文化因素。一方面凉茶文化源自于中医药传统文化,本身就具有健康文化的基因;另一方面王老吉又挖掘出“吉祥文化”作为品牌符号,并提出了“让世界更吉祥”的品牌理念,而吉祥健康是人们的共同追求。

因此,文化先行成为王老吉布局海外市场的首要策略。近年来,王老吉积极响应“一带一路”倡议,借助亚洲博鳌论坛、《财富》全球论坛、世界经济论坛等高端平台向全球讲述品牌故事,并以2018年纽约凉茶博物馆落地等活动为契机,推动中国传统文化在全球的交流和传播。

王老吉不仅用文化传播打开了中西方文化对话交流融合的大门,更将王老吉凉茶这一民族特色的饮料推广至世界更多地方。

目前,王老吉已在海外建立起完善的产品贸易体系,销售网络覆盖全球五大洲60个国家和地区。其中,北美和欧洲市场每年都保持高速增长。同时,王老吉不断丰富饮料产品线,通过发展单品多元化和品类多元化,满足更多消费者尤其是年轻一代消费者个性化与多元化的消费诉求。

肩负着传承中华优秀传统文化责任和义务的中华老字号,要想讲好中国故事,必先壮大自身。王老吉遵循着清晰的企业发展路线和文化传播路线,在发展自身的同时也努力为老字号企业提供经验。



王老吉将“吉祥文化”传递到世界各地



王老吉凉茶受到更多消费者喜爱



2019年春节期间王老吉在广州花市营造吉祥、喜庆气氛