

《宁波晚报》《宁波老年》参茸直营店今天开业 “欢迎比质量 不怕比价格”

宁波药材公司供货,中华老字号寿全斋品质保证
开业至8月25日举行开业酬宾活动

坚持安全药材,品质养生

直营店位于海曙鼓楼永寿街6号,鼓楼社区卫生服务中心斜对面,直营店产品主要由宁波药材公司供应,报社再聘请专业人员对品质进行再次监督把关。

宁波药材公司是宁波目前唯一一家拥有国资背景的大型医药公司,给宁波市多家大型三甲医院供应中药饮片,寿全斋是该公司下属参茸品牌,已有250多年历史,也是宁波目前为数不多的一家中华老字号。

直营店以“安全药材 品质养生”为

经营宗旨,所营主要产品均按照中药材饮片标准进行采购和管理,即必须通过有效成分、重金属含量、农药残留、硫磺等多项指标检测,是真正高品质的安全药材。

以铁皮枫斗为例,按食品标准,供货商很好找,但宁波药材公司和直营店先后联系了三四家企业,经过检测,其多糖含量虽均能达标,但另一功效指标浸出物均不合格。直到前两天,直营店才找到合格的供货商。

欢迎比质量,不怕比价格

安全品质的参茸是不是意味着价格很贵?对此,直营店负责人表示,报社和宁波药材公司双方都有一个共同理念,希望能够在质量和价格之间找到一个合适的平衡点。

目前宁波参茸市场确实存在两极分化现象:街头夫妻店多把参茸当农产品卖,价格优惠,质量不一定差,但没有经过检测;品牌参茸店质量有保障,但价格过于高昂。

“我们认为,所有的便宜都是建立在质量保障的大前提下,脱离品质和安全

谈便宜是忽悠。这也是为什么直营店选择与宁波药材公司和寿全斋合作的原因——参茸滋补品,必须品质为先。”直营店负责人说,“欢迎比质量,不怕比价格。我们有信心,同等质量的产品,我们会比一些品牌参茸商更有价格竞争力。”

目前,直营店经营产品有那曲冬虫夏草、印尼燕窝、铁皮枫斗、加拿大西洋参、文山三七以及各类常用药材饮片,后续还将引进野山参、关东海参等珍稀参茸滋补品。

记者 周皓亮

●●● 相关新闻

优质那曲虫草 品鉴价: 168元/克起

为弘扬中医药文化,也为了让更多读者深入认识了解地道药材,《宁波晚报》《宁波老年》联合宁波药材公司,在直营店开业期间开展三味药材的品鉴活动,分别是冬虫夏草、文山三七和野生灵芝。冬虫夏草和文山三七还特别推出特别品鉴活动,优质那曲冬虫夏草168元/克起(限售500克,卖完涨价),正宗文山三七178元/斤起,有兴趣的市民可以去看看,报名赠送“不落地”免洗宁夏枸杞1袋。

药材品鉴活动报名热线:
87167337。

安利旗下运动营养饮料XS上市 助力品牌年轻化引领直销行业变革

8月12日,安利公司正式宣布,将引入全球热销的运动营养饮料XS,该产品将于2017年9月正式对外发售。与此同时,安利公司将启动该产品的全国市场推广活动——在北京、上海、广州等31个城市举办各种“上市派对”。

近年来,功能性饮料市场增速迅猛,未来五年预计复合增长率将超过12%,市场潜力巨大。安利有着强大的直销体系和成功引爆全球市场的丰富经验,在如此强势的双重保证下,XS品牌此次登陆中国市场的未来表现值得期待,或将改变中国功能性饮料的市场格局。

安利希望借助这一深受全球年轻人好评的产品,培养年轻群体对于XS品牌的认同,助力安利直销渠道吸纳年轻营销人员,进一步加强公司与年轻创业者之间的联系,促进安利品牌的年轻化,进一步引领直销行业变革。

强大产品力吸引全球粉丝

2001年,XS品牌在全球极限运动爱好者心中的圣地——美国加利福尼亚州拉古那海滩成立,是第一个全球销售的无食糖能量饮料品牌。凭借独特的口感和强大的产品力,XS饮料一经推出便获得了众多拥趸。据了解,XS不含食糖,热量低,产品中更富含多种B族维生素和珍贵人参,能够有效释放身体能量。在口味方面,多款不同产品均是缤纷鲜果口味加气泡,口感炫酷。同时,它不含合成色素和合成防腐剂。自2002年上市以来,XS的足迹已遍布全球51个国家和地区,售出超过10亿罐,为安利创造了超过20亿美元的销售业绩。

XS品牌从诞生之日起就与安利拥有千丝万缕的联系,XS品牌联合创始人大卫·范德文曾经是安利的营销人员。2003年,安利成为XS运动营养饮料的独家经销公司。2015年,安利公司成功收购了XS品牌,并将这一代表着激情、勇于尝试、敢于挑战的品牌推广到全球51个国家和地区。在万众期待中,XS终于强势登陆中国市场,蔓越莓葡萄口味以及柑橘口味将作为XS运动营养饮料首批主推产品。

XS肩负安利品牌年轻化的历史使命

除了对中国功能饮料市场的期待,XS还被安利公司赋予了更高期待——肩负着安利品牌年轻化的历史使命。

XS品牌创始人大卫·范德文表示:“年轻和自由取决于你的行为,而不是年龄。XS品牌追求自由,崇尚生活,也希望通过XS帮助安利营销人员完成这一梦想。XS品牌是冒险精神、工作和娱乐的完美结合。”

XS对于安利的意义,不仅仅是为年轻的营销人员开启一个商业机会。安利公司更希望XS能够凭借自身强大的产品力所营造的优秀产品体验,缔造一种新的体验式氛围,让更多人通过XS所倡导的生活方式,来实现更好的生活体验,从而让更多的人了解安利,吸引全新的营销人员加盟安利,让自主创业成为趣事,让营销伙伴乐在其中。

XS所肩负的安利品牌年轻化的历史使命,是近年来安利积极落实“引领未来”计划和“安利年轻化”战略的缩影。作为一家注重未来和长远发展的公司,对年轻人保持密切关注一直是安利工作的核



安利旗下XS品牌运动营养饮料国内首发蔓越莓葡萄及柑橘两种口味。

心。从深入了解年轻人的价值观和喜好,到推出符合年轻人个性化需求的产品,再到打造能够吸引年轻人充分施展才能的平台,安利从不把自己局限为一家直销公司,而是让自己向所有的优秀企业看齐。而此次XS上市,将加速推动安利品牌年轻化,助力安利引领直销行业变革。

另据安利内部人士介绍,在即将举办的各种XS运动营养饮料“上市派对”上,不仅有缤纷现场、酷炫DJ、新潮互动,更有XS特调饮料让参与者抢先体验,亲身感受安利年轻文化的震撼魅力。(具体活动信息请以安利官方信息为准)