



恒大冰泉全国合作伙伴大会暨订货会现场。

三千经销商抢恒大冰泉代理权

1月12日,2014恒大冰泉全国合作伙伴大会暨订货会在清远恒大世纪旅游城盛大召开。超过3000家经销商和商超代表以及200多家全国快消品、财经主流媒体记者参加了大会,创造了高端矿泉水领域合作伙伴大会的最高参会代表人数纪录。据了解,此次大会现场签约27亿元,截至目前,恒大冰泉在短短三十多天内全国签约量已达57亿元,平均每天签单金额近2亿,创造了矿泉水行业的又一个奇迹。

借力亚冠腾空出世 恒大冰泉“轰炸式” 营销深入人心

站在巨人肩膀上的出身决定了恒大冰泉的出世必定轰轰烈烈、风光无限。人们难以忘记,11月9日,“恒大”队在广州天河体育场成功夺冠,登上亚洲之巅!“恒大”亚冠登顶,让饱受诟病的中国足球终得一次扬眉吐气。11月10日,恒大集团宣布推出高端矿泉水产品——“恒大冰泉”长白山天然矿泉水。当天上午,吉林省领导、恒大集团领导以及恒大矿泉水集团领导出席了发布会,现场还举行了“恒大冰泉”全球推广大使受聘仪式。广州恒大足球队主教练兼恒大足球学校校长里皮、中国女排主教练兼广东恒大排球俱乐部主教练郎平、前世界足球先生菲戈、前西班牙兼皇马双料队长耶罗,出任恒大冰泉全球推广大使,完美诠释了恒大冰泉崇尚健康的产品特质。

以做人、做事之实而称著的恒大,借亚冠夺冠之际推出的“恒大冰泉”长白山天然矿泉水,让这个品牌一夜之间进入了全国人民的视线。随后而来的“轰炸式”的营销推广,更让这个品牌短时间内家喻户晓、深入人心。

据了解,恒大冰泉正式上市后,CCTV-1、CCTV-2、CCTV-3、CCTV-5、CCTV-新闻及全国数十家电视台黄金时段进行了全天候多频次报道;全国300家主流媒体进行了大幅的连续报道、宣传。同时恒大冰泉借力集团地产特色平台,利用恒大集团在地产行业进驻全国140多个城市290多个项目近300万业主的庞大营销平台及潜在消费群体优势,通过官网、广告、微博、微信、短信、各售楼部设现场展示点、桁架等措施进行产品宣传。

2013年12月30日至2014年2月1日期间,“发现冰泉品质,点亮健康中国”活动在新浪、腾讯、网易、搜狐、凤凰网五大门户网站同时启动。活动通过微博、微信、视频、网络互动游戏等一系列用户数巨大的互联网产品,与网友进行线上线下互动。丰厚的奖励吸引了众多网友参与,据统计,此次互动活动参与人超千万,页面浏览量数十亿次。同时,活动还借助了网站的线下组织能力,通过鼓励网友发掘身边的恒大冰泉销售网点等形式,将线上线下有机结合在一起,真正意义上使网友近距离了解恒大冰泉的卓越品质。



恒大集团董事局主席许家印讲话。

三千人共签27亿 经销商边“拍心口”边抢恒大冰泉代理权

1月12日,面积超过1000平方米的清远恒大世纪旅游城华夏厅主会场被来自全国的经销商和商超代表挤得满满当当,主办方特地准备的两个分会场也坐满了人。在恒大集团董事局主席许家印讲话的时候,甚至有部分参会代表直接站到了过道旁听。

据介绍,此次大会恒大矿泉水集团已建立销售分公司的332个市级区域均有经销商代表出席,同时,包括了北京、上海、广州、深圳、天津在内的全国众多重点区域的快消品龙头经销商、最具影响力的企业有长期紧密合作关系的经销商,也都参加了会议。渠道全面覆盖了沃尔玛、华润万家、家乐福、易初莲花、乐购等大型卖场以及全国所

有片区的快消品分销系统。参会的经销商及商超代表超过3000,创造了高端矿泉领域合作伙伴大会的最高参会代表人数纪录。

“灰霾天气让人们的健康意识大大加强,对健康饮品的需求明显增加。恒大冰泉从面市起就树立了安全天然健康的形象,各销售网点天天有需求反馈,产品前景看好。”来自北京的经销商赵先生说出了自己对恒大冰泉的理解。这位与北京及周边地区数百家销售企业、数千家便利店以及餐饮企业有长期紧密合作关系的经销商,在大会现场签下了6000万的订单。

现场有许多经销商表示,在恒大铺天盖地的宣传

下,自己了解了冰泉的卓越品质,也对恒大集团有了更多的认识。有恒大实力做保障,“轰炸式”的宣传开路,自己不怕冰泉没销路。来自天津的经销商杨先生现场订货1亿元,他称,从旗下渠道反馈的销售及顾客咨询情况分析,恒大冰泉在华北地区急剧升温,需求量巨大。恒大冰泉也很好的填补了其代理的矿泉水产品的高端品牌空白,他看好冰泉的市场前景,明年订货额还要翻番。

据了解,此次大会现场签约27亿元,截至目前,恒大冰泉在短短三十多天内全国签约量已达57亿元,平均每天签单金额近2亿,创造了矿泉水行业的又一个奇迹。

三年销售额冲破300亿
恒大冰泉目标实现
1500万吨产能和销量

会上,恒大集团董事局主席许家印宣布,2014年恒大冰泉将达成100亿元销售目标,三年将实现300亿元以上的销售额。进入饮用水市场是恒大集团远期战略部署之一,未来目标是实现1500万吨产能和销量。

据了解,恒大集团是在香港上市,以民生住宅产业为主,集商业、酒店、体育、文化、饮用水等产业为一体的特大型企业集团。目前,公司总资产超3000亿元,员工48000多人,是中国规模最大、布局最广的龙头企业,在全国200多个城市拥有300多个大型项目。2013年,公司年销售额突破1000亿元,向国家纳税123亿元,创造就业岗位60万个。

“我们进入矿泉水行业、快消品行业,不是短短的几个月,而是在几年时间内,我们一直不断地研究。作为中国龙头的民营企业之一,处处以民生为主,怎么样为老百姓多作一些有益的事情,多做民生的工程,这是我们一直考虑的事情。”对于恒大集团进军饮用水行业,许家印表示这是恒大集团未来的大战略和大决策。

截至目前,恒大冰泉在全国31个省、332个城市及地区设有销售分公司及办事处,代理经销商近千家,拥有300多个恒大自营直销点及近50余万家销售点,集团系统员工超4000人。

对于恒大冰泉下一阶段的推广,许家印也已经有了明确的规划。一是在全国进行迅速的铺货,做到整个销售系统在全国铺货的货点要达到200万以上。同时要将恒大冰泉在品质宣传上进一步的深化。将恒大冰泉的品质宣传到家喻户晓,这是恒大集团下一步不惜代价要做的一件最大的事情。