

5月21日，在巴西里約熱內盧商業聯合會、中國非物質文化遺產保護中心、中國駐巴西大使館、中華人民共和國國家級非物質文化遺產項目涼茶保護單位廣東省食品行業協會、國家體育總局體育文化發展中心、澳門特區政府文化局、中國駐里約熱內盧總領館、里約孔子學院等機構的支持與見證下，中國涼茶創領品牌加多寶參與的「中國涼茶文化·中國體育文化全球推廣活動·巴西站」在巴西盛大舉行，再次吸引了全世界關注的目光。

■香港文匯報記者 楊凌雲 北京報道



加多寶涼茶文化全球行到達巴西。當地政要應邀出席。

中巴建交四十周年 加多寶涼茶全球行到達巴西

加多寶紅罐涼茶亮相巴西 著名足球明星貝貝托為正宗證言

5月20日，作為加多寶此次「中國體育文化·中國涼茶文化全球行」巴西之行的第一站，加多寶巨型紅罐涼茶模型驚艷亮相巴西地標景點耶穌山，吸引了巴西著名足球明星貝貝托前來助陣，更受到巴西當地的民眾的熱烈追捧。

「歡迎正宗涼茶加多寶來到正宗足球王國巴西，巴西歡迎你！」巴西著名足球明星貝貝托在活動現場現身，大秀中文，分別用中文及葡語表達了對加多寶的歡迎，在現場品嚐加多寶紅罐涼茶後，貝貝托連稱讚加多寶涼茶非常好喝，並對代表中國傳統文化的紅罐包裝設計讚不絕口。

身為足球巨星的貝貝托在加多寶紅罐上簽完名後，不忘秀一下球技，其依然嫺熟的腳法引來了嘉賓及當地消費者的陣陣喝彩。與此同時，中華人民共和國國家級非物質文化遺產項目涼茶保護單位廣東省食品行業協會張俊修會長、國家體育總局體育文化發展中心活動部主任毛燕凌、涼茶創始人第五代玄孫王健儀等主辦方代表向貝貝托贈送了具有中國特色的禮物，貝貝托更是表達了對加多寶所代表的中國傳統文化的嚮往之情。

加多寶集團品質與資源管理部總經理龐振國說：「貝貝托作為國際著名足球明星，一點架子沒有，特別的親民，特別喜歡我們的涼茶。他用中文及葡語說『歡迎正宗涼茶加多寶來到正宗足球王國巴西，巴西歡迎你』，在現場，他迫不及待的打開加多寶涼茶，第一個品嚐我們的產品，並對中國文化表現出了強烈的嚮往之情。」

「這也更加堅定了我們在國際市場發展的信心，目前加多寶的產品已經覆蓋了全球的40多個國家和地區，在巴西當地華人社區的餐館和超市可以很方便的買到我們的產品，我們希望未來只要有人的地方就有加多寶，就有中國的涼茶。」龐振國說。



加多寶紅罐涼茶亮相巴西，巴西著名足球明星貝貝托前來助陣，現場秀球技。



廣東省食品行業協會會長張俊修與貝貝托



涼茶創始人第五代玄孫王健儀與貝貝托

事實上，除貝貝托之外，巴西當地消費者也對加多寶紅罐的到來給予了足球之鄉特有的熱情。在耶穌山前，消費者紛紛在巨型紅罐上面簽名，並與紅罐親密合影互動，引發了正宗足球聖地的涼茶文化熱。

對於此次加多寶紅罐亮相巴西，中華人民共和國國家級非物質文化遺產項目——涼茶保護單位、廣東省食品行業協會張俊修表示，加多寶不僅是中國涼茶領軍者，連續七年取得「中國飲料第一罐」的驕人業績，更是涼茶文化的傳承者、涼茶飲料產業的推進者，準確地講，沒有加多寶就不會使涼茶成為中國第一批非物質文化遺產。

涼茶創始人第五代玄孫王健儀認為，加多寶18年來堅持以「傳承與弘揚涼茶文化，做大做強涼茶產業」為使命，開展了一系列涼茶文化傳播全球活動，使源遠流長的中國涼茶文化得以發揚光大，成為全球飲食文化的一部分，這就是對正宗配方最好的傳承。

「巴西是足球文化很有代表性的國家，我們這次之所以選擇巴西，最主要的原因就是我們涼茶文化是具有中國特色的傳統養生文化，我們希望正宗涼茶與正宗足球這兩個文化能夠在巴西這個地方能夠交流，互相切磋，成為一種典範，促使正宗涼茶與正宗足球完美結合，讓巴西足球有了更濃郁的正宗涼茶味。」加多寶集團品質與資源管理部總經理龐振國如是說。



向中巴建交四十周年獻禮 中國涼茶文化閃耀全球



廣東省食品行業協會副會長馬波羅贈送禮物

據悉，此次「中國體育文化·中國涼茶文化全球推廣活動·巴西站」活動參與單位之眾、規模之大在涼茶文化全球傳播史上絕無僅有，實為中國文化全球交流的一大盛事。

里約熱內盧商業聯合會馬波羅真言不諱的表達了對加多寶涼茶的喜愛之情，他在致辭中表示，中國涼茶文化攜手體育文化一定能為中巴兩國偉大的國家做出貢獻，並且希望中國的涼茶領軍者企業加多寶在巴西能取得更大的成功。

對於此次正宗涼茶文化聯姻巴西正宗足球的盛事，廣東省食品行業協會會長張俊修道出了其中的初衷——「首先是為了響應六年前中華人民共和國習近平主席發出的『涼茶是國家級非物質文化遺產，一定要做強做大涼茶飲料』偉大號召，我們在中巴建交四十周年之際，中國涼茶文化攜手體育文化來到巴西，落實習主席指示，全面弘揚中華養生文化，廣泛傳播涼茶知識，讓涼茶為增強世界人民健康提供有效服務。」

「同時，巴西有着和嶺南地區比較相似的氣候條件，包括地域環境都很相象，對於涼茶有需求很高，而且今年又恰逢世界盃在巴西舉辦，選擇巴西是很好的傳播、弘揚中國涼茶文化的機會。」

對於此次以加多寶為代表的中國涼茶亮相巴西，

張俊修評價頗高，「對中國涼茶企業特別是加多寶來說，最大的貢獻主要是兩方面，一方面，開創了『集中提取、分散灌裝』的工業模式，實現了涼茶工業化生產，使涼茶文化的全國推廣、全球推廣成為了可能，保證了產品的品質、口感、味道完全一致。另一方面就是首家提出了『預防上火』的定位，通過通俗易懂的方式，將涼茶與民眾的生活結合起來，奠定了良好的民眾基礎，將涼茶的養生文化進行最大化的傳播和體現。」

「相信通過巴西站活動的深入開展，不僅能推動涼茶文化的全球傳播，更將創造出一個傳統文化復興的傳播模式，這必將有利於推動人類非物質文化遺產的保護邁上一個新台階，實踐我國對『世界公約』所作出的莊嚴承諾，並為保護好人類共同文化遺產作出貢獻，同時讓涼茶為全世界人民健康提供優質的產品和服務，為實現中華民族偉大復興的中國夢作出貢獻。」張俊修說。

涼茶創始人第五代玄孫王健儀認為，加多寶18年來堅持以「傳承與弘揚涼茶文化，做大做強涼茶產業」為使命，開展了一系列涼茶文化傳播全球活動，使源遠流長的中國涼茶文化得以發揚光大，成為全球飲食文化的一部分，這就是對正宗配方最好的傳承。

「事實上，中國涼茶文化和巴西有着很深的淵源，基於葡萄牙語系國家與澳門特區的特殊傳統關係，涼茶在巴西有着一定的消費基礎，並且巴西地處南美洲，所處南半球的緯度，恰好和中國嶺南地區的北半球緯度大致相同，生態環境、氣候和中國嶺南地區相似，同屬亞熱帶地區，可以說中國涼茶的第二個故鄉，並且在06年，港澳粵三地聯合涼茶申遺成功後，加多寶在09年發起了《涼茶文化傳播全球行》宣言。我們此次來到巴西也是順勢而為，踐行領導者企業的社會責任，讓中國涼茶文化得以和正宗桑巴足球文化碰撞出美麗的火花。」加多寶集團品質與資源管理部總經理龐振國如是說。

依託大型國際賽事 加多寶開啟涼茶全球推廣新紀元

據悉，自從獲得涼茶創始人第五代玄孫王健儀獨家傳授的祖傳秘方以來，加多寶集團就肩負起發展涼茶產業，弘揚涼茶文化的義務和責任。據統計，加多寶從2006年德國世界盃第一次開展「不怕上火的世界盃」消費活動以來，不斷借勢世界級體育大舞台宣傳涼茶「預防上火」的養生理念，推廣正宗涼茶的獨特魅力；2006年德國世界盃到2008年北京奧運會，加多寶正式開始向世界展示中國涼茶的獨特魅力；2009年，加多寶「弘揚中華文明，傳承涼茶文化」《涼茶文化傳播全球行》正式啟動；2010年加多寶贊助廣州亞運會，更是第一次以東道主的身份，打破了國際賽事一直由國際品牌壟斷的局面；2012年，加多寶再次助力奧運會，開展「紅動倫敦」活動，向世界傳遞涼茶文化；2013年，加多寶贊助南京亞青會，向年輕的消費群體傳遞正宗涼茶的健康養生理念；2014年，加多寶借助德甲和

NBA等國際大型賽事平台，與更多朋友分享激情活力的健康生活態度。

借助國際頂級賽事，讓中國涼茶文化成為世界了解中國文化、了解中國的重要窗口，使加多寶快速邁向世界級的飲料品牌行列，成為世界認識中國的標簽之一。

對此，龐振國指出，加多寶作為涼茶領軍者，致力於做大做強涼茶產業，向全世界人民推廣涼茶文化。自上世紀90年代初，王健儀女士將祖傳涼茶配方獨家傳授給加多寶以來，加多寶一直專注於涼茶文化的推廣，並投入了數百億的人力物力，促進了涼茶產業的發展壯大，致力於倡導和規範行業的有序競爭和健康發展，全力保護和在全球範圍內傳播涼茶文化，也正是緣於此，加多寶才能連續七次蟬聯「中國飲料第一罐」，使其成為中國涼茶文化的代表以及中國傳統養生文化的標簽之一。

18年專注與創新 加多寶全力踐行「涼茶中國夢」

上世紀90年代初，涼茶創始人王澤邦第五代玄孫王健儀將祖傳涼茶秘方獨家傳授給加多寶，1996年加多寶創造了紅罐包裝，並推出了第一罐紅罐涼茶。18年來，加多寶投入了數百億元將紅罐打造成飲料行業最有正宗內涵的商業標識，使涼茶從廣東走向全國，為涼茶行業的大發展奠定了物質基礎。

在保證涼茶傳統蒸煮工藝的情況下，加多寶首創了「集中提取，分散灌裝」的大工業化生產模式，實現了涼茶行業生產方式的歷史性突破，保證了每一罐正宗涼茶的生產標準化、產品新鮮度和品質的一致性，為此加多寶獲得了有「食品界奧斯卡」之稱的「全球食品工業獎」。

「除了依託正宗配方和工藝創新，加多寶為保證每一罐正宗涼茶的高品質，獨創了『360度品質管理體系』，為加多寶涼茶的騰飛奠定了物質基礎。加多寶先後通過了美國FDA註冊認證、CNAS認可等多項國內外權威認證，開啟了正宗涼茶的國際化綠色通道。」龐振國表示。

對此，張俊修會長認為，加多寶不僅是中國涼茶領軍者，連續七年取得了「中國罐裝飲料第一品牌」的驕人業績，更是涼茶文化的傳承者、涼茶飲料產業的推進者，準確地講，沒有加多寶就不會使涼茶成為中國第一批非物質文化遺產，沒有加多寶旨在確保涼茶安全基礎上創造的「集中提取分散灌裝」大工業化生產模式，涼茶飲料就不可能幾年時間就成為巨大的產業和飲料新品類，特別是加多寶創造出的「怕上火，喝加多寶」的廣告語深刻而準確地說明了涼茶文化內涵及涼茶作用原理，是對中華文化乃至世界文化的一大貢獻。

最令人關注的是，加多寶通過18年的專注與創新，讓涼茶文化從開始的鮮為人知，到連續7年「中國飲料第一罐」的家喻戶曉，加多寶在不斷彰顯品牌實力的同時，通過涼茶文化全球行活動將中國涼茶文化帶向世界舞台，進一步提升了中國傳統文化的國際影響力，從而讓加多寶「涼茶中國夢」成為「中國夢」偉大實踐的一個精彩縮影，並讓中國的涼茶走得更廣，走得更遠。

