



品牌及企业介绍

2024.9

目录

CONTENTS

PART 01 品牌简介

PART 02 品牌文化及历史

PART 03 企业简介

PART 04 产品系列及介绍

Aquarius | EST.1864



品牌简介

始于1864年.....上海某洋房.....

Aquarius | EST.1864



品牌简介

Brand instruction



Aq

WETHAIRWEL



关于品牌诞生

正广和创牌于1864年，当时的英租界——福州路44号

关于品牌命名

以星座名AQUARIUS命名，又可译为天象星座，是天象黄道十二宫中的第十一宫，即“宝瓶宫”

关于品牌寓意

古巴比伦宝瓶宫的形象是一个仙女手持宝瓶倒水的样子，所以，这商标的寓意是用宝贵的瓶子盛装圣水

THE AQUARIUS COMPANY,

MANUFACTURERS OF

CLASS TABLE WATERS

WATER ONLY.

CALDBECK, MACCRECK & CO.,

GENERAL MANAGERS.



02

品牌文化及历史

正—广—和
三个字见证了上海百年的岁月

Aquarius | EST.1864



品牌文化

Brand culture

正 廣 和
本 泛 顏
清 流 悅
源 通 色



品牌文化

Brand culture

正本清源



Quality Assurance



正本清源。即为从根本上整顿，从源头上清理。作为市民日常的饮用水，正广和肩负着艰巨的生产制造责任，在生产制造上对产品要求不可有丝毫懈怠。正广和饮用水在上海饮用水行业首批获得 生产许可认证，成为上海饮用水行业的领军者



品牌文化

Brand culture



泛流通

从成立之初为改善市民饮水质量推出桶装纯净水，到创造性地率先启动“一个电话，送水上门”的便民服务，直至推出符合现代人日益提升的健康饮水需求的桶装水和瓶装水产品。随着老字号复兴和潮玩文化的兴起，正广和紧随市场脚步，不但复刻出深受年轻消费者喜爱的橙汁汽水，更升级了产品包装并研发出更多口味的新款饮品，让老字号焕发新活力





品牌文化

Brand culture



作为上海的百年中华老字号和市民心目中的放心品牌，正广和不仅为消费者提供周到的送水上门服务，还开辟了多种与市民保持良好沟通的渠道，真诚聆听消费者的心声，体现了正广和关注市民饮水健康和消费者体验的发展理念。在各类突发事件中，正广和也总能挺身而出，承担起保供饮水的企业社会责任

和 颜悦色





品牌历史

Brand history



英商乔治·史密斯在当时的英租界（今福州路44号）创建了“广和洋行”

1864s



英商考尔伯克和麦克利格作为合伙人加盟于“广和洋行”。翌年，更名为“正广和洋行”

1882s



考尔伯克和麦克利格二人在虹口提篮桥附近购地筹建泌乐水厂，即正广和汽水厂，翌年建成投产

1892s



工厂迁址韬朋路（现通北路400号）。购地26亩，花巨资购置最先进的进口设备，成为当时国内最大的一家汽水厂

1921s



品牌历史

Brand history



由于水质纯，产品质量好，深受消费者的欢迎，从而赢得了市场。当时的品种除最出名的柠檬汽水外还有“芳冽”，“静默”、“苏打水”、“菠萝水”、“氧锂水”、“茄汁啤酒”、“金鸡钠霜水”、“钾水”、“沙士水”等产品。这些产品不仅销往中国以内及远东各口岸，而且还远销英国和澳大利亚

Aquarius | EST.1864





品牌历史

Brand history



7月13日，上海市地方工业局奉上海市人民政府命令决定代管，更名为正广和汽水公司



40余家公私合营的小型食品厂先后并入，使其成为一家以生产汽水为主的综合性食品厂



企业改名“上海汽水厂”，改革的春风吹起，上海汽水厂也开始推出新产品



正广和紧随时代潮流，在电视广告才刚刚出现在中国电视荧屏上，幸福可乐便成为了时代的“弄潮儿”

1954s

1956s

1966s

1979s



品牌历史

Brand history



上世纪八九十年代之交，“正广和”又遭遇新隐患。时美国可口可乐公司向我国有关部门申请使用“AQUARIUS”英文商标专用权。“正广和”沉住气搜集取证，证明天象商标、水波纹图案及英文“AQUARIUS”商标均已注册，并被社会认可，还翻出英国最权威《韦氏大辞典》，证明瓶上图案和英文“AQUARIUS”意义完全相同，最终材料报告国家商标总局后得到认可，“正广和”依法以理护得品牌无形资产



品牌历史

Brand history

1992s



老字号恢复更名“正广和汽水厂”，正广和=汽水，汽水=正广和，“正广和”成为汽水的代名词

1994s



正广和总公司成立，企业开始正视外来挑战，抓住国企改革时机，开启二次创业

1995s

6月28日，上海正广和饮用水有限公司宣告成立，第一桶正广和饮用水面市

1997s



7月18日 - 正广和（集团）有限公司挂牌。1997年12月18日 - 正广和集团和梅林集团两强联手





品牌历史

Brand history



1998/6/12

上海正广和网上销售有限公司成立，成为国内最大的无店铺销售企业

2000/12/31



上海正广和饮用水有限公司与世界饮用水生产巨头法国达能集团牵手

2011/7



由上海梅林正广和股份有限公司及上海正广和网上购物有限公司各持50%股份

2015/7/31



由上海益民食品一厂（集团）有限公司收购50%股份，与上海光明肉业集团股份有限公司各持50%股份。隶属于“光明食品集团”

03

企业简介

1995年，上海第一桶桶装水出现

Aquarius | EST.1864



企业简介

Company instruction



Aquarius | EST.1864

正广和业务组成:

以各类包装饮用水为核心的主营业务,

包括: 各类桶装水 (含循环桶和一次性包装桶)、瓶装水 (含家庭装水和小瓶装水)、盐汽水、乌梅汁及固体饮料等, 满足各机关、事业、企业及家庭饮用水需求

以各类食品和日用百货为主的团购业

务, 包括: 包装食品、饮料、洗涤用品、日用品等, 满足各企业福利发放、高温慰问、节日慰问等需求

企业荣誉

企业风采

企业架构

以公司主营产品及网络热销商品为主的

电商平台业务

(含自有电商平台和第三方电商平台), 包括: 各类饮用水、饮料、粮油食品、南北货、休闲食品、日用品等全品类商品, 满足各足不出户、电子支付的顾客需求



企业简介

Company instruction

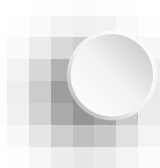
企业荣誉





企业简介

Company instruction



企业风采



2022年高温慰问活动



2022年公司一日捐



2022年防疫特派“援



2022年汛前演练



2022年“遵纪守法、担当作为”活动



企业简介

Company instruction

渠道建设

主要分为正广和水铺和正广和商城

自有平台

主要分为正广和天猫旗舰店和拼多多正广和旗舰店

第三方平台

直销、团购渠道

如大型企业用水渠道以及集团内部用水渠道

经销商渠道

区域性经销商、餐饮渠道经销商、商超便利经销商等

水站渠道

合作水站渠道



正广和

96858.CN

Aqua



鲜牛肉火锅



04

产品系列及介绍

正广和=汽水，正广和=饮用水

Aquarius | EST.1864



产品系列及介绍

Products Introduction



饮用水系列

饮用水系列按产品类型分为桶装水和瓶装水，旗下产品规格从350ml饮用天然矿泉水到19L饮用纯净水，涵盖市场上主流饮用水规格



饮料系列

饮料系列可分为碳酸饮料和果汁汽水饮料，主要产品为盐汽水、乌梅味果汁汽水和橙汁汽水



速溶冲饮系列

速溶冲饮系列可分为菊花晶和姜茶系列，主要产品为菊花晶、贝贝菊花晶、姜小妹系列姜茶、酸梅汤等



产品系列及介绍

Products Introduction

饮用水的分类



饮用纯净水

采用国际先进的反渗透水处理技术处理，由生活饮用水通过多道工艺、技术精心处理



饮用天然矿泉水

从地下深处涌出或经开采，经多层岩石溶滤、矿化，无污染，再经过多次过滤、净化、灭菌后灌装制成。水中含有锶、偏硅酸、锂、钙、镁、铁等多种对人体有益的宏量元素和微量元素，适于长期饮用



饮用天然水

以水井、山泉、水库、湖泊或高山冰川等为水源，仅经过必要的过滤。臭杀菌处理或其它相当的消毒过程处理、密封于容器中可直接饮用的水



产品系列及介绍

Products Introduction



饮用纯净水的工艺特征

执行标准 GB 17323
水源 来自生活用自来水;
制水方法 由蒸馏法、去离子法、离子交换法、反渗透法等制成;
产品特点 清澈透亮, 无其他成分

饮用水工艺特征

饮用天然矿泉水的工艺特征

执行标准 GB 8537
水源 地下深处涌出或钻井采集
制水方法 多道过滤, 灭菌直接灌装
产品特点 含有人体所需的多种矿物质、微量元素



饮用天然水的工艺特征

执行标准 GB 19298
水源 水井、山泉、水库、湖泊、高山冰川等
制水方法 采用砂滤、碳滤、超滤等处理, 再经杀菌消毒等工艺;
产品特点 含有矿物质、微量元素, 但含量相对小



产品系列及介绍

Products Introduction

循环桶装水

适合人群:

4-5人左右家庭, 多人办公室

优势:

- 水容量大, 适合人数多的环境饮用;
- 价格更实惠;
- 避免过于频繁的搬运工作



一次性桶装水

适合人群:

爱茶人士、两口之家

优势:

- 水容量大, 无需回收、用完即弃



瓶装水

适合人群:

喜欢便捷生活的人士

优势:

- 体积小, 方便携带;
- 饮用周期短



饮用水产品规格



产品系列及介绍

Products Introduction

01

桶装水产品



11.3L

饮用纯净水



15.7L

饮用天然矿泉水



17L

饮用天然水



19L

饮用纯净水



产品系列及介绍

Products Introduction

02

瓶装水产品



纯净水



天然水



天然矿泉水



天然水（会议）



天然苏打水



产品系列及介绍

Products Introduction



定制水产品系列



利用正广和的品牌效应，与行业头部企业进行定制瓶装水的合作，通过个性化定制产品，既满足了客户的需求又能带来较好的毛利



产品系列及介绍

Products Introduction

02

瓶装水产品

正广和家庭装系列

多产品系列有多规格产品供选择

4L、5L饮用纯净水

4.5L饮用天然矿泉水

4.5L饮用天然水



多样化饮用场景、性价比高

权衡饮水周期和性价比后，家庭装产品逐渐成为家庭和小办公室主要用水规格，满足日常饮水多类场景饮用

小户型&郊游聚餐饮用

年轻化的小户型家庭饮用
朋友聚餐、自驾郊游等饮用场景
方便携带，容量保障多人饮用需求





产品系列及介绍

Products Introduction

Products introduction 产品介绍

14.8L一次性桶装水

一次性桶装水容量介于常规饮用水和桶装水之间，对一个小家庭的日常用水量一次性桶装水包装十分人性化，即买即饮免预约，便利生活，同时不用支付押金，因而得到消费者的青睐

场景：

家庭饮水、煮饭、煲汤

03

一次性循环桶产品



饮用天然矿泉水



饮用天然水



产品系列及介绍

Products Introduction

04

饮料系列产品

产品特色分析概述

正广和橙汁汽水：

正广和经典产品，上市初期采用复刻瓶型推出市场，70、80、90后较为熟悉的产品，目前共有248ml瓶装和330ml罐装两种规格产品

正广和盐汽水

上海本地特有的防暑降温类产品，主要销售季节集中在夏季

正广和乌梅味果汁汽水

与盐汽水属性相近，但是以接受度更广的乌梅汁口味作为卖点





产品系列及介绍

Products Introduction

以不同色彩的圆形构图
凸显产品中的能量元素，
多彩丰富的画面风格展
现“汽”的立体感



选用简单的几何元素，
构成乌梅的造型作为画面
核心，
并且增加波点设计，
强化产品包装的艺术感



产品系列及介绍

Products Introduction



248ml 正广和橙汁汽水



产品系列及介绍

Products Introduction



330ml 正广和橙汁汽水



产品系列及介绍

Products Introduction



330mL 正广和苏打汽水

Aquarius | EST.1864



调饮
必备



朋友
聚餐



酒吧
聚会



产品系列及介绍

Products Introduction

05

冲饮类产品

菊花晶



菊花晶系列

贝贝菊花晶



贝贝菊花晶系列



产品系列及介绍

Products Introduction



正广和

Aquarius | EST.1864



姜

小妹™



酸梅晶系列



姜小妹姜茶系列



Thank you