

天然植物 接骨木莓 获美国、加拿大FDA认证



美国FDA健康宣称

- ✔ 有助于支持免疫系统
- ✔ 上呼吸道健康支持
- ✔ 喉咙与胸腔补充剂
- ✔ 有助于舒缓喉咙干痒



Health
Canada

Santé
Canada

加拿大FDA健康宣称

- ✔ 免疫系统支持
- ✔ 有助于支持免疫系统
- ✔ 上呼吸道支持的补充剂
- ✔ 舒缓喉咙补充剂

注*FDA是(美国食品药品监督管理局)的简称,在美国乃至全球都有极其巨大的影响,有“美国人健康守护神”之称。它的信誉和专业水准深得诸多专家和广大民众的信赖,成为全球食品药品消费者心中的金剛盾牌

黑接骨木莓VC嚼嚼果

0糖0防腐, 5大零添加!
5大国际食品安全认证

HACCP
CQC

ISO 9001
CQC

ISO
ISO 22000

食品安全管理体系规范 质量管理体系认证证书 食品安全管理体系认证证书

NSF

BRCS
Food Safety

除了黑接骨木莓VC嚼嚼果在当下击中了家长群体，AMSTRONG维小壮的叶黄素酯VA嚼嚼果、多维富B族嚼嚼果，也是“妈妈放心选择、孩子主动要吃”的明星产品

。

在妈妈们普遍的“孩子爱吃、天然、安全、方便”等好评中，AMSTRONG维小壮上线1个月，就跃居天猫热销榜第一、好评榜第一；上线2个月，成为天猫神店榜第二名。



好在，认真做事的品牌，有底气验证“酒香不怕巷子深”。当AMSTRONG维小壮面市时，随之爆发的市场，与孙植的选择站在了同一边。

据中商产业研究院的数据显示，预计2022年我国功能性食品市场规模将突破6000亿元，功能性软糖的销售额将突破86亿美元。尤其是软糖维生素，正在以达16%的年复合率高速增长，成为妈妈们给孩子在营养与健康上的最佳补剂。

到2024年，儿童将成为维生素软糖的主要消费者。

庞大的消费市场，自然引来不少追风者。在AMSTRONG维小壮的起步阶段，已经有不少品牌嗅到了儿童功能性食品这一风口，纷纷开启了加码动作。不管是本土品牌安琪纽特、汤臣倍健，还是搭乘跨境电商快车进入中国市场的海外品牌澳萃维、德国双心等，都开始布局功能性软糖切入儿童功能性食品市场。

管理学上有一个达马迪定理，指的是一旦把事情看得一清二楚，对信息把握得越精准，行动就会越有信心，也就越能趋

近成功。

当传统保健品牌还在“闻风而动”时，早已看准了儿童功能性食品赛道风口的AMSTRONG维小壮，在众多入局者还在追风口时，已经“蓄势待发”，以国内首个天然儿童营养品牌的姿态，成为了一匹新锐黑马。成绩是最好的证明。



比如当下最受欢迎的黑接骨木莓VC嚼嚼果，AMSTRONG维小壮在使用了足量的黑接骨木莓之外，还特别添加号称“天然VC小金库”的巴西针叶樱桃，在特殊时期以胜过VC、乳铁蛋白、益生菌等产品的保护力，成为了妈妈们给孩子补充营养、提高免疫力的放心优选。

在“搞定孩子”层面，AMSTRONG维小壮“健康家族”的全线产品都是孩子主动要吃的天然营养，全得益于产品研发上，AMSTRONG维小壮在无添加白砂糖的基础上，以独家胶基工艺、合理的果蔬配比、不龋齿配方，研发出了Q弹不粘牙、孩子爱吃的多种爆浆果味。

当然，在妈妈们最为关心的食品安全问题上，AMSTRONG维小壮以强大的供应链能力为她们免去焦虑。

AMSTRONG维小壮生产端的10万级净化车间，指的是空气洁净度为十万级的洁净车间，即工作空间内每立方米空气中直径大于或等于0.5um的微尘粒数量不超过10W粒，是真正无染、无尘、无菌的“医药级洁净”车间。



这也正是AMSTRONG维小壮的发展理念，以长期主义的姿态，稳扎稳打走好品牌发展的每一步，为未来开拓更大的市场空间奠基。

从增长层面来看，AMSTRONG维小壮精准占领了市场空间广阔的多种大单品，凭借“人无我有、人有我优”的产品矩阵，为未来的发展蓄足了强劲的马力。

在如今品牌成长的过程中，以大单品策略驱动品牌发展已经是被消费市场验证正确的路径。

AMSTRONG维小壮“健康家族”的每一款产品，都是精准把握住了市场需求，能够“单点突破”的大单品。

根据《2021学龄及学龄前儿童营养知行力报告》，增强孩子抵抗力、保护孩子视力家长普遍关注的儿童健康问题，还有超半数的家长焦虑孩子的日常膳食结构不均。

针对最迫切的消费需求，AMSTRONG维小壮的黑接骨木莓VC嚼嚼果以3重抵抗力提升孩子的自护免疫力，叶黄素酯VA嚼嚼果则是转为孩子定制的眼黄金，多维富B族嚼嚼果则致力于为挑食孩子补充均衡营养.....

当AMSTRONG维小壮的每一款大单品都以营养又健康、好吃又安全的心智实现了消费需求的“单点突破”，产品矩阵合围之下，就造就了AMSTRONG维小壮在儿童功能性食品市场的“多点爆发”。

这既是AMSTRONG维小壮拿到当下亮眼成绩的产品实力，更是撑起未来广阔发展空间的强劲马力。毕竟，在儿童功能性食品对产品营养、品质、功能的要求跟一般

食品不一样，一旦消费信任建立，消费群体就会拥有极高的忠诚度、粘性度与复购率。

时间可以见证，像AMSTRONG维小壮这样，为孩子们提供健康好吃的营养、陪伴孩子们一起健康成长，用心做产品、踏实做品牌的玩家，将会收到消费市场持久的褒奖。

*本文图片均来源于网络

此内容为【螳螂观察】原创，

仅代表个人观点，未经授权，任何人不得以任何方式使用，包括转载、摘编、复制或建立镜像。

部分图片来自网络，且未核实版权归属，不作为商业用途，如有侵犯，请作者与我们联系。

- 泛财经新媒体。
- 微信十万+曝文《“维密秀”被谁杀死了？》等的创作者；
- 重点关注：新商业（含直播、短视频等大文娱）、新营销、新消费（含新零售）、上市公司、新金融（含金融科技）、区块链等领域。