

Yakult®

Bản Tin Yakult

(Bản tin số 11)



YAKULT
THƯƠNG HIỆU TOÀN CẦU

**SỰ KIỆN
KỶ NIỆM
80 NĂM
PHÁT TRIỂN**



www.yakult.vn

YAKULT THƯƠNG HIỆU TOÀN CẦU

Theo kết quả khảo sát thương hiệu toàn cầu năm 2014 của Kantar Worldpanel đã công bố trong năm nay, Yakult được xếp hạng trong **Top 50 thương hiệu toàn cầu được người tiêu dùng (NTD) chọn lựa** trong năm 2014, với số điểm tiếp cận NTD (CRP) đạt 597 triệu điểm, và Yakult đứng hàng thứ 5 (đạt 8.8%) trong top 10 thương hiệu toàn cầu có tỷ lệ tăng trưởng CRP cao. Đây là kết quả khảo sát từ 412,000 hộ gia đình trên 35 quốc gia trong năm 2014.

Rank 2014	Rank Change	Rank Movement	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration %	Frequency	Consumer Reach Points Growth %
1	↔	0	Coca-Cola	The Coca-Cola Company	5,722	43.3	13.4	-2
2	↔	0	Colgate	Colgate-Palmolive Company	3,992	64.6	6.3	3
3	↔	0	Mars	Nestlé	2,755	32.7	8.6	5
4	↗	1	Starbucks	Unilever	2,338	26.5	8.9	7
5	↘	-1	Stacy's	Nestlé	2,137	22.8	9.5	-8
6	↔	0	Pepsi	PepsiCo	1,984	24.6	8.2	1
7	↗	2	Krispy Kreme	PepsiCo	1,747	27.2	6.5	6
8	↘	-1	Unilever	Unilever	1,647	29.4	5.7	-4
9	↗	3	Dove	Unilever	1,457	34.7	4.3	6
10	↔	0	P&G	P&G	1,438	29.8	4.9	-1
11	↘	-3	Pantene	P&G	1,386	26.2	5.4	-17
12	↘	-1	Nestlé	Nestlé	1,375	29.2	4.8	0
13	↔	0	Unilever	Unilever	1,316	31.8	4.2	1
14	↗	4	P&G	P&G	1,264	14.2	9.0	23
15	↔	0	Unilever	Unilever	1,212	20.1	6.1	12
16	↘	-2	Kraft	Kraft	1,143	15.2	7.7	-11
17	↘	-1	Palmolive	Colgate-Palmolive Company	1,059	18.9	5.7	-2
18	↘	-1	Danone	Danone	1,053	14.9	7.2	-1
19	↗	3	Pepsodent	Unilever	936	12.5	7.6	2
20	↗	1	The Coca-Cola Company	The Coca-Cola Company	928	25.0	3.8	1
21	↗	2	Orbit	Mondelez	921	25.0	3.7	0
22	↘	-3	Ajinomoto	Ajinomoto	917	7.0	13.3	-5
23	↘	-3	Bimbo	Bimbo	912	6.8	13.6	-2
24	↗	1	Nestlé	Nestlé	893	7.8	11.5	0
25	↗	2	Heinz	H.J. Heinz Company	889	18.4	4.9	4

Rank 2014	Rank Change	Rank Movement	Brand Name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration %	Frequency	Consumer Reach Points Growth %
26	↘	-2	Tang	Mondelez	876	11.6	7.6	-4
27	↘	-1	P&G	P&G	868	23.6	3.7	-2
28	↗	1	The Coca-Cola Company	The Coca-Cola Company	757	21.2	3.6	0
29	↘	-1	Danone	Danone	747	12.9	5.9	-8
30	↗	1	Unilever	Unilever	743	4.3	17.7	3
31	↗	2	The Hershey Company	The Hershey Company	735	13.9	5.3	4
32	↘	-2	P&G	P&G	722	13.7	5.4	-2
33	↘	-1	McCormick & Company	McCormick & Company	721	14.5	5.1	1
34	↗	3	PepsiCo	PepsiCo	714	14.5	5.0	7
35	↔	0	Beiersdorf	Beiersdorf	692	22.2	3.2	3
36	↔	0	Unilever	Unilever	670	15.8	4.3	1
37	↗	2	Ferrero	Ferrero	665	12.2	5.5	5
38	↗	4	PepsiCo	PepsiCo	636	15.5	4.2	4
39	↘	-1	Unilever	Unilever	630	14.4	4.4	-2
40	↗	14	Unilever	Unilever	621	12.6	5.0	18
41	↘	-1	Unilever	Unilever	617	15.5	4.0	-2
42	↗	2	General Mills	General Mills	610	10.4	6.0	1
43	↘	-9	Del Monte Foods, Inc.	Del Monte Foods, Inc.	607	13.1	4.7	-11
44	↗	4	PepsiCo	PepsiCo	603	11.6	5.3	9
45	↔	0	Gillette	P&G	601	22.0	2.8	4
46	↗	3	Yakult	Yakult	597	8.2	7.4	9
47	↘	-4	Barilla	Barilla Group	591	13.0	4.6	-3
48	↘	-7	P&G	P&G	588	15.0	4.0	-6
49	↘	-3	Unilever	Unilever	570	16.4	3.5	1
50	↗	5	PepsiCo	PepsiCo	562	5.8	9.9	7

Source: Brand Footprint 2015



Kết quả này lại một lần nữa khẳng định thương hiệu Yakult được NTD trên thế giới chọn lựa. Hiện Yakult đã có mặt trên 33 quốc gia. Dự kiến đến cuối năm 2015, Yakult sẽ có mặt tại Myanmar và Dubai.

*CRP (Consumer Reach Points) là chỉ số dùng để đo lường số lượng hộ gia đình trên thế giới có chọn mua 1 thương hiệu (tỷ lệ hộ mua) và mức độ thường xuyên mua sản phẩm đó trung bình trong 1 năm (tần suất mua). Chỉ số CRP phản ánh trung thực sự lựa chọn của NTD

* Kantar Worldpanel là công ty nghiên cứu thị trường hàng đầu thế giới.

8 CON SỐ ĐẶC BIỆT VỀ Yakult

► **80 NĂM PHÁT TRIỂN:** Khuẩn *Lactobacillus casei* Shirota (LcS) là chủng khuẩn độc quyền chỉ có ở Yakult, do chính GS.TS.BS. Minoru Shirota nuôi cấy thành công vào năm 1930. Để chia sẻ lợi ích của khuẩn này đến với tất cả mọi người, BS. Shirota đã tạo ra sữa uống lên men Yakult từ chủng khuẩn LcS vào năm 1935, cho đến nay nó đã lan rộng và được tin dùng trên 33 quốc gia.

► **33 QUỐC GIA:** Với mục đích chia sẻ lợi ích của khuẩn LcS cho tất cả mọi người trên thế giới, vào năm 1964 lần đầu tiên Yakult được bán ra thị trường nước ngoài tại Đài Loan. Đến nay, Yakult đã lan rộng đến 33 quốc gia ở các nước Châu Á, Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Úc. Dự kiến đến cuối năm 2015, Yakult sẽ mở rộng thêm ở 2 quốc gia nữa là Dubai và Myanmar.

► 85.000 CHỊ YAKULT

LADY: Hệ thống Yakult Lady (YL) – hệ thống bán hàng tận nhà truyền thống và đặc trưng của Yakult. Với mục đích nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng sử dụng Yakult hàng ngày và duy trì đều đặn trong thời gian dài để giữ cho đường ruột khỏe mạnh, và cũng như tạo việc làm cho những phụ nữ nội trợ kiếm thêm thu nhập, BS. Shirota đã sáng lập ra hệ thống bán hàng tận nhà bởi các chị phụ nữ vào năm 1963. Cho đến nay, Yakult đã có hơn 85,000 chị YL đến từng nhà để chia sẻ từng chai Yakult đến tận từng nhà khách hàng trên khắp thế giới.

► **HƠN 30,000,000 CHAI YAKULT** được người tiêu dùng trên toàn thế giới sử dụng mỗi ngày.

► **HƠN 200** công trình khoa học nghiên cứu của khuẩn LcS đã công bố được thực hiện bởi 2 Viện nghiên cứu Vi sinh Yakult với sự hợp tác các chuyên gia đầu ngành tại các bệnh viện, viện nghiên cứu, trường đại học từ năm 1930 cho đến nay.



► **25 NHÀ MÁY SẢN XUẤT YAKULT** ở nước ngoài và **12 nhà máy Yakult ở Nhật** để đáp ứng lượng tiêu thụ hơn 30,000,000 chai Yakult mỗi ngày.

► **6.5 TỶ KHUẨN LCS:** trong mỗi chai Yakult nhỏ bé 65ml có chứa hơn 6.5 tỷ khuẩn sống LcS cho đến thời hạn sử dụng cuối cùng – lượng khuẩn đủ bổ sung hàng ngày để mang lại lợi ích cho sức khỏe đường ruột của mọi người

trên thế giới. Nhỏ mà có võ, một sự so sánh ví von Yakult như hình ảnh anh hùng Người kiến (trong phim Ant-man) chỉ với kích thước 1.5 cm nhưng lại có sức mạnh phi thường giúp bảo vệ hòa bình thế giới.

► **3 KHÔNG:** KHÔNG chất bảo quản, KHÔNG màu nhân tạo, KHÔNG chất ổn định.



GIẢM TỶ LỆ MẮC BỆNH VIÊM ĐƯỜNG HÔ HẤP TRÊN

Những tháng cuối năm đang gần kề là thời điểm giao mùa, thời tiết bắt đầu chuyển lạnh. Đây là mùa mà tỷ lệ mắc các bệnh về đường hô hấp trên như cảm cúm, sổ mũi,...trở nên tăng cao, không chỉ với những đối tượng có nguy cơ cao như trẻ em, những người cao tuổi, mà còn với những đối tượng trung niên khỏe mạnh. Do vậy, việc phòng ngừa và tăng cường sức đề kháng để tránh mắc bệnh luôn là yếu tố cần quan tâm trong những mùa này. Ngoài việc giữ ấm cơ thể khi đi ra ngoài, việc ăn uống để tăng cường sức đề kháng cũng đáng quan tâm. Nhiều nghiên cứu cho thấy việc dùng các sản phẩm lên men hàng ngày như sữa chua giúp hỗ trợ duy trì hệ đường ruột khỏe mạnh và tăng cường sức đề kháng cho cơ thể.



Các nghiên cứu trước đây của GS. Gleeson - Đại học Loughborough ở Anh cũng đã ghi nhận chủng khuẩn *L.casei* Shirota trong sữa uống lên men Yakult có hiệu quả giúp phòng ngừa và cải thiện tình trạng bệnh viêm đường hô hấp trên cho các vận động viên thể thao – những người có chế độ luyện tập cường độ cao nên dễ mắc bệnh viêm đường hô hấp trên. Một nghiên cứu khác của GS. Shida vừa được công bố vào 29/09/2015 trên tạp chí Dinh dưỡng của Châu Âu được thực hiện tại Trung tâm lâm sàng ở Nhật Bản (Chiyoda Paramedical Care Clinic) trên các đối tượng nhân viên văn phòng ở độ tuổi trung niên từ 30-49 cũng cho thấy hiệu quả của khuẩn *LcS* trong việc giảm tỷ lệ mắc các bệnh viêm đường hô hấp trên ở nhóm dùng Yakult so với nhóm đối chứng. Nhờ sự điều hòa chức năng miễn dịch, hoạt tính tế bào NK (thông số quan trọng để đánh giá sức khỏe của hệ miễn dịch) được tăng lên đáng kể, từ đó giúp giảm tỷ lệ mắc bệnh và cũng như rút ngắn thời gian hồi phục bệnh, giảm triệu chứng bệnh một cách đáng kể so với nhóm không dùng Yakult.



► HỘI NGHỊ KHOA HỌC LẦN THỨ 24 VỀ HỆ VI SINH VẬT ĐƯỜNG RUỘT:

Hội nghị khoa học lần thứ 24 của Yakult về hệ vi sinh vật đường ruột đã được tổ chức vào ngày 30/10/2015 tại Tokyo, với chuyên đề “Sinh lý bệnh học của bệnh gây ra do các hợp chất được tạo ra từ vi sinh vật” do các diễn giả từ ĐH Copenhagen - Đan Mạch;



Trung tâm Clinic Cleveland và ĐH Commonweath từ Mỹ; ĐH Tokyo, ĐH Khoa học, ĐH Y Kyorin - Nhật Bản và các chuyên gia từ Viện Vi sinh Yakult. Đến tham dự hội nghị có khoảng 500 chuyên gia khoa học, bác sĩ đầu ngành từ tất cả các nước trên thế giới. Việc tìm hiểu sinh lý bệnh học sẽ giúp làm sáng tỏ bản chất bệnh do đâu, bệnh tiến triển như thế nào, để từ đó đưa ra những biện pháp phòng ngừa hoặc liệu pháp điều trị thích hợp để hạn chế tác hại của bệnh. Yakult Việt Nam rất vinh dự dẫn đoàn gồm có 2 bác sĩ từ Bệnh viện Nhân Dân Gia Định và Hội Vi sinh lâm sàng TP.HCM tham dự hội nghị lần này.

► ĐẠI HỘI YAKULT THẾ GIỚI 2015:

Nhân dịp sự kiện kỷ niệm 80 năm ra đời Yakult, Đại hội Yakult thế giới 2015 sẽ được tổ chức long trọng tại Tokyo Dome* vào ngày 06 tháng 12 tới đây, với sự tham gia của đại diện các thành viên ưu tú từ tất cả Yakult nước ngoài trên toàn thế giới về tham dự. Đại hội Yakult thế giới được tổ chức định kỳ mỗi 2 năm 1 lần nhằm tri ân những cống hiến của tất cả những thành viên Yakult, các chị Yakult Lady và để cảm ơn sự đóng góp của họ cho sự phát triển Yakult trong suốt thời gian qua.



*Tokyo Dome là sân vận động mái vòm ở Tokyo - có sức chứa khoảng 55,000 người - nơi tổ chức các giải bóng chày chuyên nghiệp.

► ĐỘI TOKYO YAKULT SWALLOWS VÔ ĐỊCH BÓNG CHÀY GIẢI CHUYÊN NGHIỆP NHẬT CENTRAL LEAGUE:



Ngày 2/10/2015 đã đánh dấu mốc trở lại chiến thắng vô địch môn bóng chày chuyên giải Central League của đội Yakult Swallows. Đây là một dấu ấn góp thêm niềm vui cho sự kiện kỷ niệm 80 năm phát triển của Yakult.

CUỘC THI ẢNH KỶ LỤC YAKULT VÀ YAKULT GẮN KẾT

Với sự hưởng ứng và tham gia nồng nhiệt của các Fan Yakult, cuộc thi ảnh “Kỷ lục Yakult” và “Yakult gắn kết” đã thu hút hàng trăm tác phẩm ảnh dự thi, với nhiều ý tưởng sáng tạo, đặc sắc và độc đáo. Yakult chân thành cảm ơn tất cả các Quý khách hàng đã luôn đồng hành cùng Yakult và đóng góp cho sự lan rộng Yakult đến với người tiêu dùng trong suốt thời gian qua. Tiếp nối phương châm hành động và triết lý của GS. Shirota là mong muốn mang lại sức khỏe & hạnh phúc cho mọi người, Yakult luôn nỗ lực phấn đấu duy trì chất lượng tốt nhất và giá cả hợp lý để khách hàng có thể duy trì ít nhất 1 chai Yakult mỗi ngày để giữ đường ruột khỏe mạnh, mang lại sức khỏe tốt, gắn kết thêm yêu thương và sự quan tâm của tất cả thành viên trong gia đình để niềm vui thêm nhân rộng và hạnh phúc thêm bay xa.

CÙNG YAKULT TẠO

Kỷ lục



Tác phẩm của KH Phạm Thị Hương: Cảm ơn Yakult đã luôn đồng hành cùng gia đình tôi



Tác phẩm của KH Nguyễn Thị Bích Liên: cùng người bạn đồng hành Yakult đi tới mọi miền trên dải đất hình chữ S thân thương



Tác phẩm của KH Nguyễn Thị Bích Liên: Yakult - trái tim yêu thương



Tác phẩm đặc sắc của KH Ngô Phan Huyền Trân với chủ đề: Yakult mang đến cho trẻ em tình yêu thương chân thành, chung tay bảo vệ tình yêu bằng cả trái tim với hệ tiêu hóa khỏe mạnh



CHÚC MỪNG BẠN **TRƯƠNG QUẾ CHI** VỚI GIẢI THƯỞNG CHUNG CUỘC



CÙNG YAKULT **Gắn kết**



VÀO BẾP CÙNG YAKULT

MÓN ĂN TRUYỀN THỐNG CỦA NHẬT TRONG NHỮNG NGÀY TẾT

Nhật Bản - xứ sở khai sinh của Yakult - nổi tiếng là quốc gia chú trọng gìn giữ và phát huy những nét đẹp của bản sắc văn hóa dân tộc, trong đó phải kể đến bản sắc độc đáo của văn hóa Tết. Nét đẹp đặc trưng của văn hoá Tết Nhật Bản không thể không nhắc đến đó là các món ăn truyền thống. **Sashimi và Sushi** là hai món ăn cá sống nổi tiếng nhất và cũng phổ biến nhất. Sashimi là món ăn được chế biến hoàn toàn từ các hải sản tươi sống, còn sushi là món ăn bao gồm hai phần: một miếng cơm trộn với dấm và một miếng hải sản sống.



Osechi là những đồ ăn ngon được chuẩn bị với các món nấu, món trộn dấm, món nướng làm từ các loại hải sản, thịt gia súc, gia cầm và các loại rau với hương vị và màu sắc phong phú có thành phần dinh dưỡng hợp lý, được xếp trong một hộp sơn hình khối chữ nhật trong đồ ngoài đen. Điều thú vị ở osechi là mỗi loại nguyên liệu cấu thành đều mang một ý nghĩa riêng hàm chứa lời chúc một năm mới nhiều may mắn.

Zouni - thường gồm rau, cá, thịt gà cho vào nước sốt cùng với bánh dày. **Toshikoshi Soba** - một loại mì sợi dai và dài tượng trưng cho sự trường thọ và một năm tràn ngập niềm vui - thường được ăn vào đêm giao thừa. Theo quan niệm truyền thống của người Nhật, sợi mì càng dài thì họ càng có nhiều may mắn trong năm mới, việc ăn các món được làm từ kiều mạch, gạo vào thời khắc đầu tiên của năm mới sẽ là nguồn gốc giúp con người thành đạt.



Về đồ uống cũng rất phong phú, đa dạng nhưng thường thì không thể thiếu rượu **Sake** và một vài loại bia có thương hiệu nổi tiếng của Nhật như Asahi, Sapporo, hay Kirin ...

Ngày Tết được coi là ngày khởi đầu của mùa xuân, thời điểm mà mọi người đều thành tâm cầu chúc cho năm mới. Vì thế, qua những món ăn tự tay chế biến họ muốn gửi gắm tất cả niềm tin, niềm hy vọng vào một sự khởi đầu viên mãn.



LIÊN HỆ GIAO HÀNG TẬN NHÀ MIỄN PHÍ

Tại TP. Hồ Chí Minh

- ▶ Cửa hàng Tân Quy
ĐT: 08 3775 3417.
- ▶ Cửa hàng Cư xá Bình Thới
ĐT: 08 3858 5134.
- ▶ Cửa hàng Phú Nhuận
ĐT: 08 3517 6008.
- ▶ Cửa hàng Bàu Cát
ĐT: 08 3949 0071.
- ▶ Cửa hàng Bùi Đình Túy
ĐT: 08 3898 4287.
- ▶ Cửa hàng Thống Nhất
ĐT: 08 6257 2230.
- ▶ Cửa hàng Bình Tân
ĐT: 08 6260 2565.
- ▶ Cửa hàng Thủ Đức
ĐT: 08 3720 6925.
- ▶ Cửa hàng An Phú
ĐT: 08 370 6925
- ▶ Cửa hàng Tạ Quang Bửu
ĐT: 08 3850 6031.



Tại Bình Dương

- ▶ Cửa hàng Bình Dương
ĐT: 0650 3689010.

Tại Đồng Nai

- ▶ Cửa hàng Biên Hòa
ĐT: 061 3819 317.

Tại Đà Nẵng

- ▶ Cửa hàng Đà Nẵng
ĐT: 0511 3614 901 (Máy lẻ: 107).

Tại Nha Trang

- ▶ Cửa hàng Nha Trang
ĐT: 058 3892870.

Tại Hà Nội

- ▶ Cửa hàng Giải Phóng
ĐT: 04 3642 5352.
- ▶ Cửa hàng Mỹ Đình
ĐT: 04 3792 1250 (Máy lẻ: 110).
- ▶ Cửa hàng Long Biên
ĐT: 04 3872 0944.

Tại Hải Phòng

- ▶ Cửa hàng Hải Phòng
ĐT: 031 3260 651.
- ▶ Cửa hàng Thủy Nguyên
ĐT: 031 3260 651

Tại Vinh

- ▶ Cửa hàng Vinh
ĐT: 0383 999 689 (Máy lẻ: 105)

HÃY ĐĂNG KÝ ĐỂ NHẬN BẢN TIN MIỄN PHÍ!

Bạn chỉ cần đăng ký tại địa chỉ:

▶ www.yakult.vn

Hoặc qua email:

▶ customerservice@yakult.vn <https://www.facebook.com/Yakult-vietnam>

Và vui lòng cung cấp thông tin đầy đủ của bạn (Tên, địa chỉ liên lạc và số điện thoại)

Yakult®

CÔNG TY TNHH YAKULT VIỆT NAM

Số 5 – Đại Lộ Tự Do – KCN Việt Nam Singapore
Thuận An – Bình Dương
Tel: 0650 3769245. Fax: 0650 3769242.
Email: customerservice@yakult.vn