

当下,现制饮品行业从规模竞速转向价值深潜,竞争的核心已悄然迁移——从流量争夺到品质交付,从产品上新到体系构建。在这一轮转型中,茉酸奶正以系统化的探索回应行业命题:通过“牧场奶仓”实现供应链可视化,以团体标准建立品质基准,借“酸奶+”延伸消费场景。

这不仅仅是一家品牌的升级路径,更映射出行业价值重构的关键轨迹。其背后的商业逻辑与战略抉择,为同行提供了重要参照。以下是茉酸奶品牌相关负责人徐清的深度阐述:

当酸奶不止是饮品:茉酸奶的健康载体新解

□文/图 本报记者 杨丽霞



■现制饮品行业竞争激烈

《乳业时报》:当前现制饮品行业从规模竞争转向质量与价值竞争,茉酸奶从“速度优先”转向“品质优先”,主要基于对哪些行业未来趋势的预判?

徐清:当下消费市场正发生两大核心转变:第一,消费需求从过去的“尝鲜式体验”,升级为对“确定性品质”的深度追求,这恰好与茉酸奶始终

坚守的“有机、自然”品牌初心高度契合,也是我们能够持续赢得消费者信赖的关键所在。

第二,行业竞争逻辑已从“同质化内卷”转向“差异化价值”的较量,单纯的价格战早已难以维系。对此,茉酸奶一方面筑牢核心品质壁垒,以扎实的产品力夯实品牌根基;另一方面,我们更注重与消费者的情感同频,也尝试通过品牌代言人,向大众传递“自然、自在”的生活态度,精准触达并收获年轻消费群体的深度关注与价值认同。

《乳业时报》:“牧场奶仓”创新模式通过供应链前移与场景融合重塑终端价值,这种“前店后厂”式深度垂直模式,对行业零售形态有哪些启发?

徐清:“牧场奶仓”是茉酸奶2.0升级的核心载体。首先,透明化的生产场景可以让消费者直观地看到产品制作过程,食品安全可视化也真正成为行业建立消费信任的重要路径。

其次,门店采用“巴恩风”设计,融合堂食社交、即拿即走等多元场景,同时门店产品不再局限于即饮,新增的酸奶烘焙及乳品零售等品类,也有助于切

入早餐、下午茶、代餐等场景。“牧场奶仓”的落地,实质是通过供应链前置提升效率,通过场景融合提升体验,为行业探索“短链路供应链”提供实践样本。

《乳业时报》:推动供应链升级,如何构建与加盟商的共赢机制,确保高标准长期维系?

徐清:对加盟商而言,标准化赋能很关键。品牌将供应链体系、操作流程、空间设计形成可复制的标准流程,加盟商无需额外投入研发,即可享受有机奶源直供、全球水果供应链等资源。

同时,通过统一标准确保全国门店的产品品质与服务体验,让加盟商感受到高标准下的可持续发展,从而主动坚守品质底线,从长远角度实现双方共赢、长期共生。同时,通过数字化系统优化运营效率,提升单店盈利能力,实现加盟商和茉酸奶的共同发展。

《乳业时报》:茉酸奶牵头制定《现制酸奶团体标准》(以下简称“标准”),如何平衡“引领创新”与“促进良性竞争”,带动产业共赢?

徐清:“底线清晰、上限开放”是一个行业良性、健康发展的前提。首先,

以高标准筑牢品质根基。“标准”中明确“以风味发酵乳为原料,不使用酸奶粉等替代物”等要求,是我们必须坚守的品质底线。

其次,以弹性空间鼓励创新。“标准”没有限制原料搭配、风味研发的边界,比如我们在“标准”的基础上加入燕麦片、雪糯糍粑,添加B420菌株,其他品牌也可基于“标准”探索不同的风味组合与形态创新,形成和而不同的格局。

最后,以开放心态推动共享。我们将制定“标准”过程中积累的原料筛选、工艺优化经验,通过行业交流等形式分享,降低创业者的进入门槛。同时吸引更多企业和人才加入“标准”执行,扩大现制酸奶品类的市场认知度,最终实现“行业整体升级=品牌共同受益”,这也是我们作为头部品牌责任担当。

《乳业时报》:现制酸奶的核心场景应拓展时尚饮品边界,还是侧重营养代餐、健康生活方式载体?这将如何重塑产品研发与市场策略?

徐清:未来的核心趋势是“多元融合的健康生活方式载体”,既保留时尚饮品的社交属性与口感体验,也要让现制酸奶融入更丰富的消费场景,满足消费者多元化需求。

产品研发上,我们将延续时尚饮品的创新逻辑,比如推出季节限定风味、跨界联名产品,满足年轻消费者的尝鲜与社交需求;同时,在代餐、零食等方面持续探索,逐步丰富“酸奶+”产品矩阵,适配早餐、下午茶、健身后补给等多元场景。通过“场景化营销”传递价值,让消费者在体验中感知“喝酸奶不仅是味蕾的享受,更是一种自在生活的选择”。



■现制酸奶丰富的消费场景,满足消费者多元化需求。

在江苏淮安,清晨的一杯鲜奶,是许多家庭几十年如一日的习惯。这背后,是一家陪伴了这座城市七十年的乳企——淮安快鹿牛奶有限公司(以下简称“快鹿牛奶”)。从上世纪50年代的奶牛场起步,到如今成为集养殖、加工、销售于一体的省级农业产业化重点龙头企业、江苏老字号企业,快鹿牛奶用初心守住了“淮安味道”。近日,《乳业时报》记者专访了淮安快鹿牛奶有限公司研究员、江苏省生物发酵乳制品工程技术研究中心主任孔令伟,听他讲述这家老字号乳企如何在传承与创新中,走出一条独具特色的高质量发展之路。

守正创新七十载“淮安味道”鲜如初

——专访淮安快鹿牛奶有限公司研究员、江苏省生物发酵乳制品工程技术研究中心主任孔令伟

□文/图 本报记者 杜兆侠

七十年只做一杯“淮安奶”

“我们的根在淮安,心也在淮安。”采访伊始,孔令伟便如此定义快鹿牛奶的战略定位。在他看来,立足淮安市场不是保守,而是深耕。七十年来,快鹿牛奶从奶源采集到灌装成品直至送奶到户,全程仅12小时,用时间丈量新鲜,用脚步丈量这座城市的每条街巷。

在乳业的区域市场竞争中,孔令伟始终认为快鹿牛奶的核心竞争力来自“闭环品质”。快鹿牛奶打造了6个无公害标准化牧场,存栏荷斯坦奶牛3000余头,采用瑞典阿法拉伐、德国威斯法尼亚等国际先进挤奶设备,实现工厂化养殖、机械化挤奶与全程冷链贮运的闭环管理。牧场严格执行无公害种植标准,从饲料到养殖全程无激素、无抗生素,年产13000余吨优质鲜奶,为产品品质筑牢第一道防

线。

近年来,尽管国内液态奶行业面临消费疲软与竞争加剧的双重挑战,但快鹿牛奶通过扎实的本地化服务网络,依然稳住了区域市场的基本盘。目前,企业拥有1000多名送奶员,服务10万多户家庭,并与当地移动、邮政、淮钢、天合光能等企业,以及全市数十所学校建立了稳定的配送合作。“我们把最新鲜的牛奶,送到淮安人最熟悉的餐桌。”孔令伟表示。

85℃的坚守与创新

低温鲜奶和酸奶是快鹿牛奶的主打产品,也是其技术创新的集中体现。孔令伟表示,公司采用85℃低温杀菌工艺,能在杀灭有害菌的同时,最大限度保留牛奶中的天然活性物质,特别是能增强人体免疫力的营养成分。这项工艺的背后,是一套严苛的质量控制体系。

“我们从不止步于‘合格’。”孔令

伟表示,快鹿牛奶在全省同行业率先通过了ISO9001国际质量管理体系与HACCP食品安全管理体系认证,建立了覆盖全链条的质量追溯系统。企业配备意大利全自动标准化处理系统、法国无菌灌装生产线及丹麦乳成分分析仪等国际一流设备,从牧场到餐桌,每一个环节都有标准可循,有数据可查。正因为如此,快鹿牛奶的产品质量指标连续20多年经国家、省、市权威检测100%合格,并获评“国家质量卫生安全全面达标食品”。

在平衡传统工艺与现代消费趋势上,快鹿牛奶也展现了惊人的创新弹性。以近期推出的“淮安丁集黄瓜酸奶”为例,这款产品将快鹿牛奶优质奶源与淮阴区丁集黄瓜——这一获得农业农村部农产品地理标志的本土农产品有机结合,经五种益生菌低温长时间发酵而成。每杯酸奶含有超百亿活益生菌,不仅能补充肠道益生菌、调节菌群平衡,更把黄瓜的清甜与牛奶的浓郁醇香巧妙融合,成为年轻女性和孕妈妈的新选择。“我们做的不仅是产品,更是本土农产品的价值提升。”孔令伟表示,这类创新既回应了健康消费趋势,也实实在在带动了地方农业产业发展。

技术创新让快鹿牛奶结出了累累硕果,孔令伟也因为行业内的优异成绩,获得了江苏省有突出贡献的中青年专家、江苏省产业教授、中国奶业协会优秀乳业工作者、中国食品工业协会全国食品工业科技创新杰出人才、中国乳制品工业协会行业发展有突出贡献人物等荣誉称号。

“最后一公里”的温情

在淮安,快鹿牛奶不仅是一家乳企,更是一种社区服务的存在。孔令伟深知,对于本地消费者而言,便捷与信任至关重要。因此,快鹿牛奶在淮安市区及周边县乡布设了密集的直营店与订购点,并持续优化配送效率与服务体验。

“我们常说‘消费者是我们的衣食父母’。”孔令伟表示,“这份理念不仅体现在产品质量上,更贯穿于每一次送奶服务中。”疫情期间,企业实施全链条消毒与无接触配送,保障供应不断、服务不降。在常规服务中,快鹿牛奶也注重个性化响应,例如针对老年客户提供定期上门关怀,与社区联合开展乳品知识讲座等。

此外,快鹿牛奶通过校企合作、社区活动增强与市民的情感联结。企业与淮安文旅集团携手,借助文旅融合的契机传递品牌理念;长期为本地数十所学校提供学生奶服务,以本苛的品质守护青少年营养健康。不仅如此,快鹿牛奶还专门为中小学生学习工厂参观研学通道,通过实地讲解、流程观摩、动手操作,让孩子们直观感受“从一棵草到一杯奶”的全链条生产奥秘,在科普中传递品牌责任。“我们不只是卖牛奶,更是在经营一份淮安人的共同记忆。”孔令伟的话,道出了品牌扎根本土、回馈市民的初心与坚守。

让“淮安味道”走向更远

面对乳制品行业健康化、品质化的发展趋势,孔令伟表示,快鹿牛



■快鹿牛奶有限公司。

奶已在产品结构上作出前瞻布局。目前,快鹿牛奶已构建起鲜奶、酸奶、含乳饮料三大系列30余个品种的产品矩阵;涵盖全脂乳品、风味饮品等品类;包装覆盖袋装、塑杯、纸杯、纸盒等形式;口味囊括零添加多口味等选择;风格兼具简洁与复古等设计;指标实现零蔗糖、高蛋白等多元覆盖;价格区间从一元至十元不等;服务范围从满足个人单瓶单袋需求到承接单位上万份订单。同时,企业针对不同人群精准研发:为儿童打造成长牛奶;为减脂人群推出低脂高钙系列;为中老年及肠胃敏感群体定制益生菌酸奶,用“少添加、真营养”让每一款产品都回归牛奶本真风味。“一切源于我们的经营理念:以消费者需求作为产品升级的刻度尺,用匠心雕琢的细节传递高质量发展的温度。”孔令伟表示。

谈及未来3—5年的发展规划,孔

令伟思路清晰:一方面,企业将继续坚守淮安市场,深化本地服务网络,筑牢品质根基;另一方面,将适时推动技术升级与产能优化。目前,企业年产能已达4万吨,并依托江苏省生物发酵乳制品工程技术研究中心,持续开展技术攻关。

“快鹿牛奶的愿景,是让这份承载几代淮安人记忆的‘新鲜味道’,不仅扎根淮安,也能在更广阔的市场上焕发更持久的生命力。”孔令伟表示,“我们会继续秉持‘忠诚勤俭、勇敢创新’的企业精神,在坚守品质初心的同时深化产业创新,在高质量发展的道路上,实现企业成长与社会价值的双赢。”



■快鹿牛奶现代化生产车间。