

2025年12月26日,内蒙古味道·新“食”代——乳品创新风味推介会在呼和浩特召开。本次活动由内蒙古自治区商务厅、蒙牛乳业主办,呼和浩特市融媒体中心协办,中国乳制品工业协会等多家权威行业协会支持。大会以“品质升级、科技赋能、产业融合”为核心主题,汇聚政府、行业协会及产业链合作伙伴等多方力量,共同见证内蒙古乳业创新成果,为区域经济高质量发展注入强劲动能。

蒙牛携手“内蒙古味道”推动乳业创新

□文/图 本报记者 封斌 杜兆侠



推介会现场

品牌升维

从草原名片到国潮符号

推介会在气势恢宏的宣传片中拉开帷幕。蒙牛乳业执行总裁吴喜春在致辞中表示,蒙牛将始终以“草原牛,世界牛”的格局引领产业升级,为“内蒙古味道”品牌建设注入强劲动能。中国乳制品工业协会、全联烘焙业公会、内蒙古餐饮与饭店行业协会代表分别致辞,对蒙牛在产业创新中的引领作用给予高度评价。

作为内蒙古支柱产业的龙头企业,蒙牛乳业借助此次推介会,积极响应自治区“农畜产品加工千亿级产业”战略部署,着力创新深加工技术、深耕特

通渠道,推动乳制品与餐饮、烘焙、文旅等多领域深度融合,助力“内蒙古味道”从区域特色品牌升级为全国性品质生活符号。

产品矩阵

解锁“奶的N次方”无限可能

在产品推介环节,蒙牛各业务板块代表依次登台,全面呈现了针对不同渠道客户精心打造的创新产品矩阵。蒙牛奶立方带来的系列产品成为整场推介会的焦点,作为蒙牛“一体两翼”战略的重要组成部分,奶立方以精深加工为核心,致力于乳原料国产化、提供精准营养,布局四大消费领域、五个

应用场景、六大赛道30+细分产品。奶立方市场总监详细介绍了蒙牛在乳制品技术驱动创新精深加工上的努力和成绩,深刻诠释了蒙牛乳品专业、创造、服务的品牌内涵。重点推介的新国标稀奶油引领品质升级,精心研究配方与生产工艺助力创意灵感;马斯卡彭风味调制稀奶油质构稳定,配方醇净;奶基底产品矩阵旨在为客户提供精准解决方案,满足市场多元化的需求,充分展示了蒙牛乳原料在产品创新、应用创新、服务创新上的一系列完善的解决方案。

常温特通业务携系列产品重磅亮相,凭借便捷属性、稳定品质与多元适配性,为消费者打造全场景饮用新体验。低温特通业务带来了多款突出新鲜度与营养优势的屋顶包低温乳品,更契合餐饮、酒店、企业单位等渠道,服务更专业。鲜奶特通业务重磅推出了基于“全链全维7大标杆”体系打造的高端鲜奶新标杆产品,通过全产业链技术创新,将新鲜度、营养价值和品质品质推向新高度,充分彰显了蒙牛在鲜奶领域的领先优势。冰品特通业务携随变、冰+、绿色心情、蒂兰圣雪四大明星系列产品亮相,同时重点推介现制桶冰、现制奶浆等特色产品,确保每一口都细腻顺滑、奶香浓郁,为终端渠道提供差异化竞争力。奶卡项目部紧抓节庆礼赠市场机遇,创新推出奶卡礼盒新形式,

通过产品与情感价值的深度融合,为品牌与消费者建立更深层次的情感链接,持续丰富消费体验。

蒙牛全球研发创新中心高级工程师则深入解密了深加工系列产品的创新密码。蒙牛依托GOSS系统实现乳原料高效利用,打破核心原料进口依赖,已成功研发出多款创新产品。

战略签约

构建“乳业+”价值新生态

与此同时,本次推介会还举行了战略合作签约仪式。中粮内蒙古区域协同平台与丰镇市月饼行业协会达成战略合作,推动“草原奶味”与“非遗糕点”深度融合,打造地域特色新年礼消费场景。蒙牛相关业务部门与海鹏达成战略合作,共同开发新业务、拓展新市场,打造“乳业+烘焙”跨界合作的新

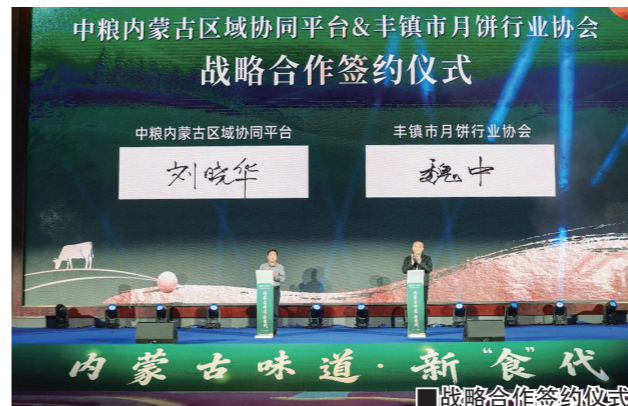
肇画未来

启航2026内蒙古味道新“食”代

大会最后,活动正式开启了“内蒙古味道”2026计划。该计划将进一步整合内蒙古优质农畜产品资源,推动产业融合升级,让“内蒙古味道”成为区域经济高质量发展的重要引擎。主办方诚挚邀请全国各省市、单位、行业协会、商贸平台、海外机构以及所有关注绿色健康未来的伙伴们,一起加入

“内蒙古味道”的行列,携手并进,以品牌之光展望未来,让更多的内蒙古珍馐走出草原,飘香四海,共创一个更加璀璨的“食”代!

本次推介会不仅是“内蒙古味道”品牌的一次成果展示,更是中国乳业乃至食品行业迈向高质量发展的重要里程碑。通过“品质升级、科技赋能、产业融合”三大核心路径,蒙牛以创新为引擎,以草原基因赋能全球视野,成功构建了从牧场到餐桌的全产业链价值生态。未来,随着“内蒙古味道”2026计划的深入推进,蒙牛将继续携手全球伙伴,以科技驱动产品革新,以文化赋能品牌内涵,让内蒙古的绿色珍馐成为世界餐桌的共享美味,共同书写中国乳业高质量发展的新篇章,为全球消费者带来更健康、更时尚、更可持续的新“食”代体验!



战略合作签约仪式



鲜奶制品引围观

连云港奶业寻路:从“原奶输出”到“全链升级”



江苏农垦乳业智能挤奶设备

当前,中国奶业正经历从规模扩张向质量效益转型的关键阶段,产业链整合与价值链提升成为区域奶业破局的核心命题。在这一背景下,连云港奶业呈现出一个鲜明而典型的样本:前端养殖实力突出——规模化率高达98%、智慧养殖技术领先、生鲜乳产量稳居江苏省第二;但中后端加工与品牌市场严重缺失,超过80%的原奶不得不作为原料外运,陷入“养强加弱、价值外流”的产业困局。

如何将优质的奶源优势转化为本地产业优势?如何从“输出原料”转向“输出品牌”甚至“输出模式”?这不仅是连云港奶业必须回答的发展之问,也是众多养殖大市共同面临的现实课题。

近日,《乳业时报》专访了连云港市畜牧兽医学会理事长单玉平。作为长期扎根一线的产业观察者与推动者,他系统剖析了连云港奶业的现状之困、结构之痛,并清晰地提出了以“智慧牧场+加工+品牌+循环”为核心的全产业链构建路径。在这场坦诚的对话中,我们试图寻找一个养殖大市的升级密码,以及其在未来中国奶业版图中的可能角色。

□文/图 本报记者 杜兆侠

《乳业时报》:连云港奶业目前在江苏省占有重要地位,尤其是规模化养殖比例高达98%。这样的产业格局是如何形成的?背后有哪些关键推动因素?

单玉平:连云港奶业规模化养殖比例达到98%,这一格局的形成主要得益于四方面因素:一是政策引导,省市两级长期推动畜牧业标准化、规模化发展,通过环保准入倒逼、良种推广等政策,加速中小散户退出,推动养殖向规模化、标准化集中。2021年连云港市政府办公室发布了《促进畜牧业高质量发展的实施意见》,明确将牛羊产业向特定县区集中。二是资源优势,连云港土地连片程度高,饲草资源和粪污消纳条件较好,特别是东辛农场等地块条件适宜建设大型牧场,为规模化发展提供了空间基础。三是大型国企主导,持续加大重资产投资,以江苏农垦乳业、依然牧业等为代表的资本和技术投入,先后投资12亿元建成国有标准化牧

场5座,目前奶牛存栏量达2万余头,年产生鲜乳10万余吨,为江苏省内最大的国有奶牛养殖和优质鲜奶供应基地。四是市场驱动,随着乳品企业对稳定优质奶源的需求提升,大型牧场模式成为必然选择。

《乳业时报》:连云港已形成“一核一次”的产业空间布局,核心区在徐圩新区,次核心区在灌南县。这种布局对奶业发展的协同效应和区域带动作用体现在哪些方面?

单玉平:“一核一次”布局是连云港奶业集群化发展的体现。核心区以徐圩新区(东辛农场)为中心,集聚了全市65%以上的奶牛存栏量,形成了技术示范、人才培训和供应链枢纽三大核心功能,稳定原奶供给,显著降低生产成本。灌南县作为次核心区,则辐射周边区域,带动了当地就业、物流和配套产业发展。这种布局有利于资源共享、疫病联防联控、技术协同推广,也降低了物流和管理成本,增强了区域产业韧性。

《乳业时报》:智慧养殖是连云港奶业的一大亮点,能否结合具体案例,谈谈智慧养殖如何提升生产效率和奶源品质?

单玉平:以依然牧业为例,其通过物联网、大数据和AI技术实现全程智能化管理。例如,SmartTMR精准饲喂系统每年可节约饲料成本10%以上;智能项圈实时监测牛只健康与发情,提升受孕率;环境智能调控保障奶牛舒适度,提高产奶量。这些技术使牧场奶牛日均产奶量提升3.2公斤,管理效率提升超20%,同时通过标准化流程降低了人为误差,确保了生鲜乳的稳定高品质,各项指标均达到并优于欧盟标准。

《乳业时报》:连云港在A2奶源、基因育种等方面已有突破,例如东旺奶牛与扬州大学的合作。这些科技突破对本地奶业迈向高端化、差异化发展有何意义?

单玉平:东旺奶牛通过基因组检测筛选A2型奶牛,并与扬州大学合作建立特色奶源群体,标志着连云港奶业从“量”向“质”的转型。A2奶源具有更好的消化适应性,契合高端健康消费趋势。这些突破正在推动连云港奶业从规模优势向技术优势、再向品质与品牌优势升级,为本土品牌打造提供稀缺资源支撑,帮助连云港奶业跳出同质化竞争,形成差异化优势,是产业迈向价值链高端的关键一步。

《乳业时报》:连云港奶业存在“养强加弱”的结构性矛盾,加工能力严重不足,导致80%以上原奶外运。这种产业链不足对本地奶业的可持续发展带来了哪些具体影响?

单玉平:产业链不足导致两大问题:一是利润外流,本地仅能获取养殖环节的微薄利润,难以形成完整的价值闭环。二是养殖端抗风险能力弱化,缺乏本地加工“缓冲器”,一旦生鲜乳价格波动或外部收购收紧,风险会直接传导至牧场,容易出现“增产不增收,甚至越产越亏”的局面。

《乳业时报》:在目前大宗农产品价格波动明显的背景下,连云港本地牧场如何应对成本压力?是否有推进饲草本地化的具体计划?

单玉平:我们正从三方面发力应对:一是推广精准营养技术,优化日粮配方,提高饲料转化率。二是推动“粮改饲”,在灌南、东辛等地建设青贮玉米

等饲草基地,提升本地供给率。三是探索农副产物饲料化利用,如秸秆、菌菇棒等。全力支持饲草本地化种植,力争到2030年将优质饲草本地化供给率提升至60%以上。

《乳业时报》:连云港奶业在品牌建设方面较为薄弱,消费者对“连云港产好奶”认知度低。您认为品牌缺失的核心原因是什么?是否有打造区域公用品牌的打算?

单玉平:品牌缺失的核心在于长期以原料输出为主,终端产品意识和市场运营能力弱。加工环节的薄弱导致品牌承载主体缺失,同时企业之间未能形成合力。当前连云港正积极筹划打造区域性公用品牌,尝试使用“连天下”品牌体系,或创建“连云港鲜奶”等子品牌,突出“智慧牧场、新鲜直达、A2蛋白”三大卖点,通过统一标准、协同推广提升市场认知。

《乳业时报》:种养结合模式在连云港已有成功实践,如江苏农垦乳业、依然牧业的生态循环模式。下一步是否计划在全市推广?

单玉平:依然牧业的“饲草种植——奶牛养殖——粪污——沼气——发电——还田”模式已实现生态与经济双赢。我们计划将其作为样板,在全市规模化牧场推广。通过技术指导、资金补贴等方式,支持牧场配套建设沼气和有机肥加工设施,并与周边种植户签订粪肥消纳协议,构建“以养带种、以种促养”的循环农业体系。

《乳业时报》:连云港要构建“智慧牧场+加工+品牌”的全产业链模式。在加工环节短板方面,连云港是否有具体的

招商或培育计划?

单玉平:我们实施“双轮驱动”策略:一方面瞄准国内前十强乳企开展精准招商,提供土地、税收等配套政策。另一方面重点培育本土企业,支持三元双宝开展技改扩能,全力扶持江苏农垦乳业建设高标准加工厂,新增低温酸奶、奶酪等高附加值生产线。力争到2028年将本地加工率提升至50%以上。

《乳业时报》:在品牌建设方面,您认为“连天下”区域公用品牌是否适用于奶业?如何通过品牌讲述连云港奶业的“科技故事”和“新鲜故事”?

单玉平:“连天下”品牌具有地域公信力,适用于奶业品类。我们将通过“科技故事”突出智慧养殖、A2奶源等优势,通过VR牧场体验、科普宣传等形式让消费者感知;通过“新鲜故事”强调本地加工、冷链直达,依托社区配送、电商平台缩短供应链,让“连云港鲜奶”成为新鲜、优质的代名词。

《乳业时报》:展望未来3—5年,您希望连云港奶业实现怎样的转型?是否有可能从“输出原料”转向“输出品牌”甚至“输出模式”?

单玉平:未来3—5年,我希望连云港奶业完成从“规模扩张”到“质量效益”的转型,构建起涵盖智慧养殖、精深加工、绿色循环、品牌营销的全产业链体系。我们不仅要实现从“输出原料”到“输出产品”“输出品牌”的跨越,更要将“连云港模式”——即智慧牧场引领、种养循环协同、全链整合发展的经验,总结提炼为可复制的样板,向全省乃至全国同类地区输出,真正成为奶业高质量发展的示范者。



单玉平(中)查看饲草原料品质



单玉平查看牛只情况



单玉平(右三)在牧场调研