

回溯2024 见证24小时鲜牛乳如何领“鲜”

新希望琴牌乳业坚定“鲜战略”高质量发展

乳业，作为一个永远走在大众消费前列的细分行业，在这样一个“卷中卷”赛道上，品牌如何能在其中脱颖而出，被消费者看见？

作为有着70年品牌历史的新希望琴牌乳业，旗下“鲜活品质”的代表产品——24小时鲜牛乳的成功之路，绝非偶然之风所至，而是其深耕市场、持续创新的必然结果。这一品牌不仅将自身从一款爆款产品升华为一个长红的品牌符号，更是在低温鲜奶领域内树立“极”品质质的新标杆，成为健康新生活的代名词。其背后的驱动力，远不止于捕捉市场风口的敏锐，更在于对技术创新和产品优化的不懈追求。

面对消费者日益多样化和个性化的需求，新希望琴牌24小时鲜牛乳没有止步于提供新鲜的基本保障，而是深入洞察，不断满足消费者“既要新鲜，还要更多”的超配期望。这种对消费者需求的精准把握和积极响应，使得24小时鲜牛乳在市场中脱颖而出，实现了从单纯强化新鲜认知到全面塑造鲜活生活方式的深刻转变。

值得一提的是，24小时鲜牛乳首次树立了“极”质价值观。这一价值观不仅体现在对产品品质的极致追求上，更渗透到了品牌文化、营销策略乃至消费者体验的每一个环节，形成了一种独特的品牌魅力。这种对极致的追求，不仅打造了品牌的竞争壁垒，也为消费者带来了前所未有的高品质体验。

全民加奶“新鲜”加码

牛奶，作为大众日常生活的必需品，可提供优质蛋白质和丰富的营养元素，是钙、蛋白质及其他营养物质良好来源。作为一项日常生活中不可忽视的必需品，很多人不了解每日人体对牛奶的最佳摄入量是多少。据统计，近年来，我国大多数居民对牛奶的实际摄入量远低于推荐量。

为深入推进国民营养计划和健康中国合理膳食行动，促进形成合理的居民膳食结构，4月26日，国民营养健康指导委员会办公室发布《关于印发“减油、增豆、加奶”核心信息的通知》。

该《通知》表明，2024年要围绕“合理膳食、健康生活”主题，奶及奶制品营养丰富，可提供优质蛋白质，是钙的良好来源。鼓励大众充足摄入奶及奶制品有益于人体健康，尤其有利于肌肉和骨骼健康。同时，建议每人每天摄入300~500ml液态奶或相当量的奶制品。新希望琴牌乳业积极响应国家有关部门号召，大力推进“加奶”行动，于5月中旬开启“全民加奶计划”。不仅在日常线上对外宣传中增加了“加奶”的科普短视频、新媒体图文等重点传播，线下，新希望琴牌乳业还在市内及周边多个社区开展了消费者体验活动，在欢乐的互动中，加强消费者“喝好奶、喝对奶”和“加奶”意识，为消费者带来了新鲜、营养的乳制品，提倡了鲜活、健康的生活方式。

今年7月，新希望琴牌乳业持续推进“全民加奶计划”，全城揭幕“全民加奶日”活动，在青岛市区内大型商超、连锁终端及新希望琴牌旗下75家直营形象店全面开展“24小时鲜牛乳480ml”补贴，直接让利于消费者。这一举措，不仅仅是“全民加奶计划”的生动体现，更拉动了现阶段鲜奶的消费增长。据悉，该活动将持续至年底，让更多消费者通过“加奶”养成长期饮用鲜奶的习惯。

“极”质认知渗透全民生活

以产品为主线，复盘新希望琴牌24小时鲜牛乳12年间从1.0到4.0阶段的发展脉络，不难看出品牌从“极”质追求角度出发，不断延伸至与大众的情感链接、生活方式共创。

从品牌层面，1.0阶段确认“以时间定义新鲜”核心差异化战略，24小时鲜牛乳从诞生之初就在行业内首创并引爆了“只卖当天”的理念；2.0阶段奶源升级，采用通过“国家优质乳工程”的特级奶源作为24小时鲜牛乳的奶源，“不只新鲜”，还有更多活性营养；3.0阶段，品牌将“极”质精神贯彻到底，打造“极”质产品；4.0阶段，通过全域联动提倡“鲜活生活方式”，将“鲜”渗透全民生活。

从产品层面，24小时鲜牛乳通过全产业链的工艺升级，从24小时鲜牛乳基础款升级至24小时黄金营养乳，让其免疫球蛋白含量提升至约普通鲜奶（对比本公司95℃杀菌鲜奶）的15倍，作为2024年新品上市的24小时铂金全优乳，更是凭借约20倍免疫球蛋白含量刷新品牌鲜奶营养价值标杆。在“极”质新鲜追求下，24小时鲜牛乳在探索“鲜活营养”边界的道路上持续前进，以涵盖高中低不同



价位的产品矩阵，满足消费者日益细分和多样化的乳品需求。

作为区域乳业新鲜势力代表，新希望琴牌乳业坚持极致的价值主张，以新鲜营养的优质产品、个性化的消费体验、积极鲜活的品牌态度，致力成为“新鲜一代”的选择。

为了将24小时鲜牛乳“极”质新鲜的产品力直观地呈现在消费者眼前，新希望琴牌乳业更是连续多年牵手中国南北极科考队，以“极”质精神护航“中国极地科考”。

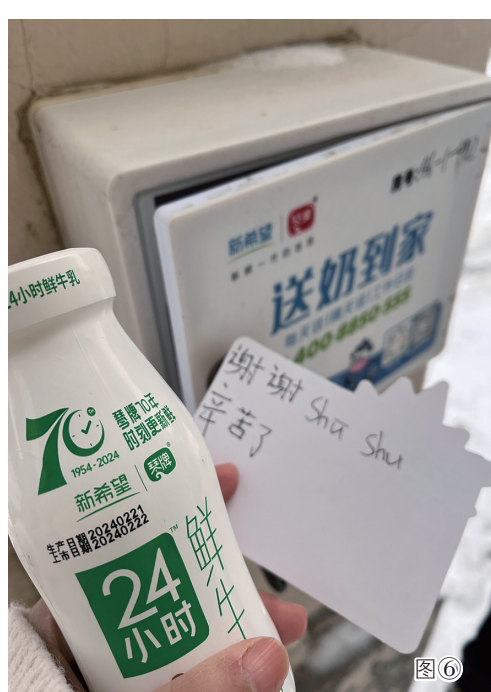
从“喝上奶”到“喝好奶”

随着新消费时代的来临，牛奶行业正经历着一场深刻的迭代升级。这一变革不仅体现在产品种类的多样化上，更深刻地反映

在消费者需求与偏好的转变之中。从过去的“喝上奶”这一基本需求，到如今追求“喝好奶”，国民的消费观念已悄然升级，“更健康、更高品质”成为新的消费风向标。

6月24日，据国家发改委官网，国家发展改革委、农业农村部、商务部、文旅部、国家市场监督管理总局等五部门近日联合印发了《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》的通知，特别提到了促进制定乳制品产业相关标准、鼓励用生鲜乳生产液态奶等措施，以培育和壮大消费新增长点，促进消费稳定增长。

在近日召开的2024中国国际乳制品行业大会上，商务部对外贸易司副司长李娜表示，中国的乳制品企业不断加大技术研发投入，生鲜乳的质量安全水平持续提高。此



- 图1新希望琴牌乳业智能工厂。
- 图2琴牌牛奶携手2024年青岛马拉松。
- 图3“鲜价值”推广走进社区活动。
- 图424小时牛奶盒创意手工课走进学校。
- 图524小时鲜牛乳品牌主张“新鲜只卖上市当天”。
- 图6琴牌牛奶送奶到家，服务到家。
- 图724小时鲜牛乳系列产品。

外，中国乳制品的消费潜力加快释放。2023年中国乳制品人均年消费量折合生鲜乳41.3公斤，虽然只有全球平均水平的1/3，但是比2012年已经增长33%。

在这一背景下，鲜牛奶以其保质期短、活性营养物质更为丰富的特点，逐渐成为了市场上的明星产品，深受消费者青睐。相较于传统长保质期牛奶，鲜牛奶在保留了更多原生营养的同时，也因其新鲜度更高，满足了现代消费者对健康生活的更高追求。越来越多的家庭开始将鲜牛奶纳入日常饮食，享受这份来自大自然的纯净馈赠。

此外，随着冷链物流技术不断进步，鲜牛奶的配送范围也在不断扩大，使得更多地区的消费者能够轻松享受到这份新鲜与健康。这一趋势不仅推动了牛奶行业的持续

创新与发展，也进一步促进了国民健康水平的提升，让“喝好奶”成为了一种新的生活方式，引领着健康消费的新潮流。

在此背景下，新希望琴牌乳业鲜奶订购配送业务持续增长，通过数字化赋能生产及供应链，实现了订单提前3小时下单、每天0点灌装、8点即能将产品送至用户手中的“极致”新鲜体验，从产品服务层面打破了牛奶行业的时效天花板。

让鲜奶“生活化”

长期以来，24小时鲜牛乳以“生活化”为核心思路，通过“鲜活生活”体验全面落地到消费者生活场景，真正从消费者在具体场景下的情绪诉求以及交互体验两大关键点出发，让品牌核心差异“新鲜只卖上市当天”深入人心。

2024年初，为焕新品牌形象，突破产品鲜活界限，新希望琴牌乳业召开品牌升级暨铂金24小时发布会，揭晓了品牌新形象，“24小时铂金全优乳”新品正式上市。不仅邀请品牌挚友出席新品发布会，持续点燃新品热度，同时围绕“时刻更新鲜”的主题，从新的形象到新的产品，焕新品牌面貌，为青岛鲜活的健康生活持续赋能。作为“新鲜只卖当天”的24小时优质乳的新成员，新希望琴牌“24小时铂金全优乳”继承了24小时品牌“极”质新鲜的理念，并在此基础上进行全面升级，以“极”质标准，为鲜奶赋予了“极”质营养的铂金品质，满足消费者对“极”质新鲜

的更高需求。2024年春季，新希望琴牌乳业在开学季特意为学生和家长准备了24小时鲜牛乳。相较于常温奶，低温巴氏杀菌的鲜牛奶保留了更多的活性营养物质，如免疫球蛋白、乳铁蛋白，这些活性营养物质可以提高身体免疫力，给孩子24小时全天候的守护，极“质”助力孩子赢在起跑线。

在岛城一年一度的樱花季，新希望琴牌第四届樱花节闻风而来，全方位地向消费者传播“新鲜”生活理念。

5月，在一路领“鲜”的道路上，为帮助广大市民更好地补充营养，传递“鲜活营养”的品牌理念和饮奶观，新希望琴牌乳业肩负起舌尖上的安全保障，“鲜活”助力2024青岛马拉松，以“新鲜”的品牌价值串联生活场景，让生活处处充满“新鲜”。

9月，鲜奶节开幕，24小时鲜牛乳全城覆盖社区梯媒，在消费者的日常生活中多次传递新鲜价值。

在和消费者“双向奔赴”的过程中，新希望琴牌乳业以“生活+场景”的双重营销，实现了广泛覆盖多场景、多人群，有体验、有感知“鲜活生活方式”传播。24小时鲜牛乳在2024年打出了一套高效且精准的“组合拳”，不仅满足了大众对“鲜活生活方式”的高阶诉求，也让品牌实现从人群到城市“以点带面”的层层破圈。

一路坚持“鲜战略”

作为青岛本土最大的乳制品龙头企业，新希望琴牌乳业发挥本土乳企优势，以“新鲜”“营养”“鲜活”著称，从源头、工艺、到冷链运输层层严控，以丰富的活性营养和高蛋白含量，为广大消费者的身体健康提供有力保障。

成立于1954年的新希望琴牌乳业，与城市发展共同进步，在超越半个世纪的发展中，曾荣获山东省首家、中国第八家“中国优质乳工程”认证企业，2018青岛上合峰会食材供应商，第十四届全国学生运动会唯一乳制品赞助商，国家常、低温学生奶定点生产企业，山东省著名商标，第七届青岛市市长质量奖提名奖，“青岛老字号”等殊荣。从一个小小的国营奶厂，发展成为一个产值超10亿元，年整体产能超过25万吨的现代化综合乳制品企业，新希望琴牌牛奶已经陪伴了岛城人民足足70年。

不仅如此，新希望琴牌乳业始终坚守绿色低碳发展理念。今年以来，青岛市城市管理局携手新希望琴牌乳业先后4次走进校园，通过“环保小卫士们，开‘盒’！”——青岛市“垃圾分类进校园 牛奶盒创意手工课”活动，点亮了百余名学生及其家庭的垃圾分类意识，赋予牛奶盒新的“生命”和意义。新希望琴牌乳业期望以此活动为契机，将垃圾分类的理念传递给更多消费者，倡导绿色、健康、鲜活的生活方式。

回溯2024，作为高品质和高标准的时代，越来越多消费者愿意把能量投入到真正改善自己和他人生活质量的事情上。因此品牌在和消费者分享生活方式、价值观时，不必费力地给大众灌输强硬的价值理念，而是通过真实存在的生活方式去吸引，新希望琴牌乳业“24小时鲜牛乳”正是如此。

未来，新希望琴牌乳业将秉持“五好”标准，积极打造优质乳产业链，不断推动技术和工艺升级，以“极”质营养刷新鲜奶营养价值新标杆，在推广“本地鲜奶更新鲜”的“鲜活理念”的同时，不断为消费者提供新鲜、营养、健康的产品，为振兴民族乳业，助力健康中国战略作出更大贡献。

张欣然