

依靠丰富的产品业态和完备的供应链,带动田间好物变成消费爆款——

## 多家通企发力“小众奶”新赛道



君聪马蹄乳系列产品。

佳之味燕麦奶生产车间。

生椰拿铁、燕麦咖啡、马蹄奶茶……连日来,我市各大咖啡、饮品店纷纷上新。其中,以燕麦奶等植物基乳饮为基底的新品成了主流。

植物基乳饮是以豆类、坚果、谷物等农产品为原料,经现代工艺转化的乳状饮品。它一头连着田间地头的种植户,一头连着咖啡厅、奶茶店的消费场景,凭借低脂、轻负担、高膳食纤维等健康标签,精准切中了当下消费者追求天然与功能性的双重需求。

在这波健康饮品浪潮中,南通一批企业聚焦“小众奶”细分赛道,用技术革新激活农产品价值,用产业链协同打通供需两端,不仅实现了从传统植脂末到植物基新品的转身,更让“南通造”跻身头部饮品品牌的供应链清单。

### 从田间到饮品 马蹄乳走进咖啡厅

处暑过后的咖啡店里总透着股清甜。知名咖啡品牌“M Stand”上新的时令“马蹄拿铁”,据其描述为,马蹄水灵的清甜,交织意式浓缩的坚果风味,尾韵浮现马蹄的爽口回甘;擅长多元化复调咖啡的Peekoo咖啡则推出了马蹄系列——马蹄悠悠拿铁、桂花醉马蹄拿铁,前者比常规拿铁多了植物奶的轻盈,后者融入了秋季桂花主题,谷物的绵密与咖啡的醇厚在杯底交融。

“拿到手能明显闻到马蹄香味,随之而来是薄荷感及咖啡味,很特别。”选半糖或三分糖,清甜马蹄加坚果风味咖啡的搭配,意料之外很适配……这些让上海、苏州食客频频在社交平台夸赞的“时令饮”,基底里藏着“南通密码”。

“过去马蹄多是当水果生吃,或是做甜品配料,谁能想到它能变成‘奶底’?”江苏君聪食品科技有限公司副总经理董育林的语里藏着惊喜,“马蹄是很好的蛋白替代物,而由其制作而成的马蹄乳系列饮品则含有非常丰富的膳食纤维和植物蛋白基。”

《本草纲目》记载,马蹄有降火、清暑的功效,对于乳糖不耐受的消费者来说,马蹄乳系列饮品能够起到很好的替代作用。2023年,君聪从其间寻得灵感,首次将马

蹄纳入植物基品类,推出首款马蹄乳产品作为植物奶系列中的新成员。

清洗去皮、打浆过滤、调配均质、UHT超高温瞬时杀菌、无菌利乐灌装……在君聪茶咖饮品智造工厂车间里,数字化屏幕上实时跳动着温度、湿度、杀菌时长等数据。车间配备了瑞典利乐、德国GEA、美国SPX等全自动化设备生产线,建立了完整的数字化模块管理。

“从研发到量产,我们花了8个月调试工艺。”董育林说,公司另行建设的多功能柔性试验室中试生产线能够实现“3天出样品、6天出标准成品”,单日产能可达3吨、成品车间单日产能可达300吨。

2024年,君聪还与扬州大学食品科学与工程学院签署产学研合作协议,在优势互补、互惠互利、共同发展的基础上建立全面的产学研合作关系。“在植物基这个概念上,中国拥有很多原材料,我们希望把马蹄乳系列产品打造成一个产业生态链,推动上下游产业协同发展,让市场能够真正了解这款来自东方的植物基饮品。”董育林说。

### 头部企业转型 全链条升级迈入新赛道

相比于豆奶、坚果奶等其他植物奶而言,细分品类如燕麦奶在咖啡馆等场景的使用率已经遥遥领先。

在佳禾食品工业股份有限公司的生产基地之一——南通佳之味食品有限公司,藏着两条看似矛盾的生产线:一条是2022年初建成并投入使用的年产12万吨的植脂末生产线,曾让多家知名食品工业企业用上平价配料;另一条是2023年投用的燕麦奶生产线,如今正将内蒙古乌兰察布的优质燕麦,变成大润发、盒马货架上的饮品。

粉末油脂是以葡萄糖浆、食用植物油、乳粉为主要原料,通过喷雾干燥等技术工艺制成的粉末型食品配料。由于其能增香提味、提升食品口感,粉末油脂不仅被用作奶茶、咖啡制品和速溶片剂等饮品的配料,还常用于蛋糕、饼干等烘焙食品。

时间倒回2021年,佳禾刚登陆上交所时,公司粉末油脂业务占比超80%,统一、

香飘飘等B端市场都是其核心客户。但随着新茶饮行业健康风潮袭来,消费者对反式脂肪酸的担忧,让不少中高端茶饮品牌转向真牛乳、植物奶。“不能在存量市场里‘内卷’,要去增量市场找机会。”

而植物基尤其是燕麦奶,正是那个“增量窗口”。

转型的第一步是扎根原料端。佳禾食品在乌兰察布建立燕麦合作基地,从69种燕麦品种中筛选出更适合中国人体的裸燕麦,这里的燕麦膳食纤维含量比普通品种高。

“原料好,产品才好。”南通佳之味食品有限公司质量部经理郭湘洋介绍,为了提升全谷物饮品的顺滑口感,公司自研了酶解、脱渣、浓缩一体化技术,“既能保留燕麦的β-葡聚糖,又能让口感像牛奶一样顺滑,保证全谷物营养可以被更多人喜爱和摄入。”

在南通佳之味的数字化车间里,生产线正将燕麦浆转化为淡乳白色的液体,经过无菌灌装后,这些燕麦奶将被送往全国。“随着消费者对燕麦的接受程度越来越高,我们燕麦奶的销量及市占率在进一步提升和扩大。”郭湘洋介绍。

但对佳禾食品来说,转型不只是换产品,更是全链条升级。当前,佳禾食品的产品卡玛玛牛乳茶、金猫咖啡等,一经上市就深受消费者欢迎。

### 从华东到全国 “南通造”闯出大市场

当消费者不再争论“植物奶能否替代动物奶”,而是追问“植物奶还能玩出什么新花样”时,一场由国货品牌主导的变革正悄然发生。

“在老品牌的革新与国外品牌的大众化之间,还存在着很大的市场空间。”思瑞(江苏)健康科技有限公司创始人张自豪说,“我们希望‘植物标签’能顺应植物基的趋势,传递一种健康、环保的生活方式和理念。”

从2020年成立开始,“植物标签”就不断根据市场需求推出新品。譬如,开心果奶是根据小时候记忆中的味道研发而来;而黑芝麻植物奶针对的是发量焦虑,精准

抓住了消费者的心理需求。

当前,“植物标签”已入驻5000多家精品咖啡店,B端与包括Tim Hortons、M Stand咖啡、Seesaw Coffee、老寨咖啡、KOI在内的咖啡、茶饮品牌达成合作,并入驻5000多家精品咖啡店。C端产品已经铺到了盒马、全家、罗森等累计近2万个销售点。

“植物标签”的“出圈”不是孤例。在南通,一条从原料端到消费端的植物基供应链正在成形。

君聪的马蹄乳从如东出发,不仅走进了M Stand、Peekoo等咖啡品牌,还带着“需求定制”亮相上海国际酒店及餐饮业博览会、中国国际烘焙展等顶级展会,订单从华东辐射到华南、华北。

佳禾的一部分燕麦奶则从海门启程,进入了咖啡店,成为燕麦拿铁的基底;一部分走进盒马、大润发的冷柜,供消费者在家自制饮品;还有一部分贴上海外品牌标签,出口新加坡等东南亚市场。

这些“南通造”能走出华东,靠的是丰富的产品业态和完备的供应链带来的双重底气。

以佳禾为例,如今,佳禾的B端业务在稳住了头部茶饮客户的基础上,C端品牌非常受燕麦奶、卡玛玛牛乳茶也走进了学校、社区,上半年销售额同比翻倍。未来,一方面向头部茶饮客户推广健康类、符合市场需求的产品,另一方面,公司会扩大茶饮外其他市场包括国内工业以及外贸业务,并不断研发椰子原浆等新产品。

据悉,去年12月,中国农业科学院油料作物研究所联合相关企业建立了我国首个植物奶感官、营养成分、理化指标、稳定性、安全性与消化吸收特性评价方法体系。这意味着,未来,植物奶评价方法标准制定,促进植物奶向安全健康美味升级有了重要支撑,植物奶的市场也会越来越大。

而放眼南通,从马蹄田到生产线再到饮品杯,“小众奶”赛道里似乎也藏着农业转型的“大逻辑”:用技术激活农产品价值,用供应链打通供需两端,如此才能加速让田间好物变成消费爆款,在“植物奶”赛道上跑出“加速度”。

本报记者 王颖 卢兆欣

## 我市农机推广骨干力量赴镇江 参加师资能力提升教研活动

本报讯(通讯员曹亮)3日至6日,我市农机推广骨干力量赴镇江,参加全省农机教育培训和推广师资能力提升教研活动,提升农机教育培训与推广师资能力。

活动中,来自中国科学院、南京农业大学、农业农村部南京农业机械化研究所等单位的专家,围绕人工智能与智能农机装备前沿应用、粮油作物提产技术、农机推广实践、机收减损等内容,进行了生动讲解。参会人员还前往江苏沃得农业机械有限公司开展现场观摩,近距离了解农机装备的技术创新与产业应用,进一步推动农机装备与农业生产需求的精准对接。

参训人员表示,将以此次活动为契机,把学习成果转化为实际行动,在智能农机推广、粮油增产提质、机收减损等领域持续深耕,为推动南通农业机械化高质量发展、助力农业现代化建设贡献力量。

## 甜蜜果实串起红火日子 “阳光玫瑰”迎来收获旺季

本报讯(通讯员如东宣)近日,如东优质葡萄品种“阳光玫瑰”迎来收获旺季。在如东沐园春家庭农场的葡萄大棚内,套着纸袋的“阳光玫瑰”挂满枝头。

“我们种植的‘阳光玫瑰’果肉脆嫩多汁、甜度浓郁,并带有独特的玫瑰香气,销路很好,最远销往俄罗斯等地。”在采摘现场,农场负责人冒继红介绍。

一串串甜蜜的果实挂满葡萄架,也串起了村民们红火的日子。“从栽苗我们就在农场里跟着干,如今整整两年了。”63岁的韦小红一边包装着葡萄,一边介绍,“在农场里干活,一年能挣四五万元,还能照顾家庭,比外出打工强多了。”像她这样在家门口就业的村民,农场里还有不少。

近年来,为了让“阳光玫瑰”走得更远、身价更高,徐庄村主动破解销售难题,主动引入电商物流体系,并积极拓展抖音直播等新型销售渠道,大大缩短了葡萄从枝头到舌尖的时间。

“接下来,我们将继续加大农业产业扶持力度,引进更多先进的种植技术和管理经验,不断提升葡萄的品质和产量。”徐庄村村干部李凡说。

## 通州举办两期培训班 推广家禽科学养殖新技术

本报讯(通讯员通安宣)5日,通州区畜牧兽医站联合农林综合执法大队、江苏生基禽业有限公司,举办了为期两天的家禽科学养殖技术培训班,进一步普及推广家禽科学养殖新技术、新模式,提升家禽养殖从业人员的专业技术水平、疫病防控能力及安全生产意识,促进家禽产业提质增效与转型升级。

培训着重围绕养殖相关法律法规、家禽养殖业面临的新形势、家禽精细化饲养管理、现代化肉种鸡养殖场实地参观等四个方面展开,以畜产品质量安全、养殖环节生产安全、家禽养殖降本增效、江苏生基禽业肉种鸡自动化智能化养殖模式推介等为重点,着力提升通州区家禽科学养殖技术、疫病防控、安全生产及设施化升级改造水平,推动家禽养殖业降本增效,增强养殖户主体抵御市场风险的能力,稳定畜产品有效供给,保障畜产品质量安全,促进家禽业持续健康发展。

通州区畜牧兽医站相关负责人表示,今后将继续根据产业需求和养殖户主体需要,组织开展更多形式的科技培训与服务活动,为通州区畜牧业高质量发展提供坚实的技术支撑。

## 双季生态养虾亩产超2万元—— 昔日荒塘变身“聚宝盆”



杨池平观察对虾长势。

近日,走进启东市海复镇桃洪村,黄海公路北侧有片32亩的水塘。外观看,这4个水塘与普通沟河并无多大区别。然而提及产出,承包水面的杨氏三兄弟中的老二杨池平欣喜地介绍:“双季低密度生态养虾,每亩年产约1400斤,产值超两万元,净收入约15000元。”

说起眼前这片塘,杨池平感慨良多。16年前,黄海公路穿村而过,村北原先半荒芜的4条脏乱水沟,因公路取土被拓展成长百余米、宽40多米的大水塘。于是,当年56岁、原先在上海郊区包塘养鱼的杨池平以每亩水面400元/年、塘周边生产用地每亩1050元/年的租金,包下这片总计32亩的水面及10多亩用地。

杨池平喊来哥哥与弟弟,在此摆开淡水养殖“龙门阵”。只是,到了年底,杨池平发现自己在上海积累10多年的“养鱼经”并不灵验:池塘远离市区,高产鱼难以鲜活上市。之后,兄弟三人又陆续尝试鱼蟹、鱼虾混养及罗非鱼养殖,但均未获满意收入。

山穷水尽时,杨池平从温室高密度对虾养殖模式中受到启发:何不利用大水面,入夏以低密度生态养殖方式,生产品相、质量、口感俱佳的优质对虾?杨池平说:“10年前,业界少有人开展池塘生态养虾,加上低密度、零用药,故优质对虾供不应求。”就此,杨氏兄弟尝到一只“独药”的甜头,池塘效益猛增两三倍。

优质对虾吃香没几年,市场开始出现同质化竞争,于是兄弟三人再寻良策,终于从引进而低密度养殖中找到突破口。“突破传统养殖时,变全年单季为双季。”杨池平说,虽然池塘单季亩产下降至700斤左右,但双季对虾早在7月底、晚在11月初上市,填补了市场空白,双季总产仍增加七成,“今年8月初,对虾塘口批发价卖到17元一斤。”

一只“双季虾”,激活一口塘。最近四五年里,杨氏三兄弟的这片虾塘除延续对虾高产丰收纪录,还变成了全镇水面保洁的榜样。

本报记者 陆薇 本报通讯员 杨有德 姜斌 杨谷生

如东海青粮食种植家庭农场主王海青:

## 让“科技之花”开遍希望的田野



“嗡嗡……”上周,在如东海青粮食种植家庭农场的千亩稻田上空,无人植保机穿梭盘旋,农药化作雾帘,均匀覆盖每片稻叶。“这是收割前最后一场病虫害防治。”农场主王海青站在稻田旁介绍。

王海青是一名退伍军人,1999年从部队归乡后,凭借在部队掌握的农机驾驶技术,他果断购买了大型农机,承包了周边地区的稻麦收割工作。不仅如此,他还积极组织带领周围的农机手开展跨省作业,足迹遍布大江南北。在不断的实践中,他积累了丰富的农业经验,也深刻感受到了现代农业的巨大潜力。

2017年,王海青成立了如东海青粮食种植家庭农场,实行粮食种植、农机作业、粮食加工销售一体化的农业产销模式。“刚开始,农场只流转了300多亩土地,但我一直坚信精细化管理是农业发展的关键。”王海青回忆道。随着经营经验的不断丰富和

市场的逐步拓展,农场的规模逐渐扩大,如今已达1000亩。

“村里的劳动力年纪越来越大,用工难成了最头疼的问题。”王海青深知,要解决这个问题,必须依靠机械化。于是,他先后购入各类农机具40多台(套),提高农场智能化水平,“科技实实在在地改善了农业生产过程,以前农忙的时候,大家都累得直不起腰,现在有了这些先进的农机,轻松多了,效率还高。”王海青笑着说,如今通过先进的“天眼”诊断技术,无人机可以根据水稻的生长状况,智能调节田间施肥用量。

为了不断提升农场效益和稻麦品质,王海青积极与专业院校和科研机构对接,全域实施安全绿色稻米种植栽培。他与南京农业大学紧密合作,共同开展水稻机插侧深缓混一次性施肥技术的研究与应用。“机插缓混一次性施肥技术的最大特点,就

是一生只施一次肥,相较于以往多施了三次肥,并且在插秧机进行水稻插秧时,施肥可以同步完成。”王海青是最早示范应用该项技术的农户之一,他说,施用的缓混肥犹如不同节点的定时器,能在水稻生长的关键阶段分期释放,节约成本投入约20%。

在农场的水稻田埂上,生长着一簇一簇的植物。“这可不是普通的杂草,而是一种绿色防控新技术——‘香根草’防虫技术。”王海青介绍,香根草能够散发特殊气味,将水稻螟虫雌蛾诱离主田块,这种植物诱捕器配合赤眼蜂进行“以虫治虫”生物防治,农药施用量大幅下降。

在水稻品种选择上,王海青选用了南农“宁香粳9号”这一优质水稻品种。2016年,他又投入100多万元建设大米生产线,打造自有品牌“南荡河”。如今,农场通过线上网店和线下饭店、企业供货等多种渠道,将优质大米推向市场。同时,王海青还前后共投资20多万元新建粮食保鲜库,让库存大米仍具新鲜口感,进一步提升了产品的市场竞争力。

在王海青的示范引领下,越来越多村民看到了专业化种植的广阔前景,纷纷跟着他走上了这条致富路。“现在我的‘徒弟’真不少,如东、如皋的都来了!”王海青自豪地说,农场作为国家级农民培训基地,会定

期举办各类农业技术培训班,邀请专家学者为农民授课,传授先进的种植技术和管理经验。“科技之花”开遍希望的田野,农民种植积极性大幅提升。 本报记者 陆薇



王海青查看稻田情况。