

# 《中国饮料故事·5：百年奶业》

半拿铁 No.10 独家解析



作者：62c59f5c4b51051a317a4ccd

1644年：皇家特供

“皇帝皇后共用100头奶牛”



“老年服之，可以还童”

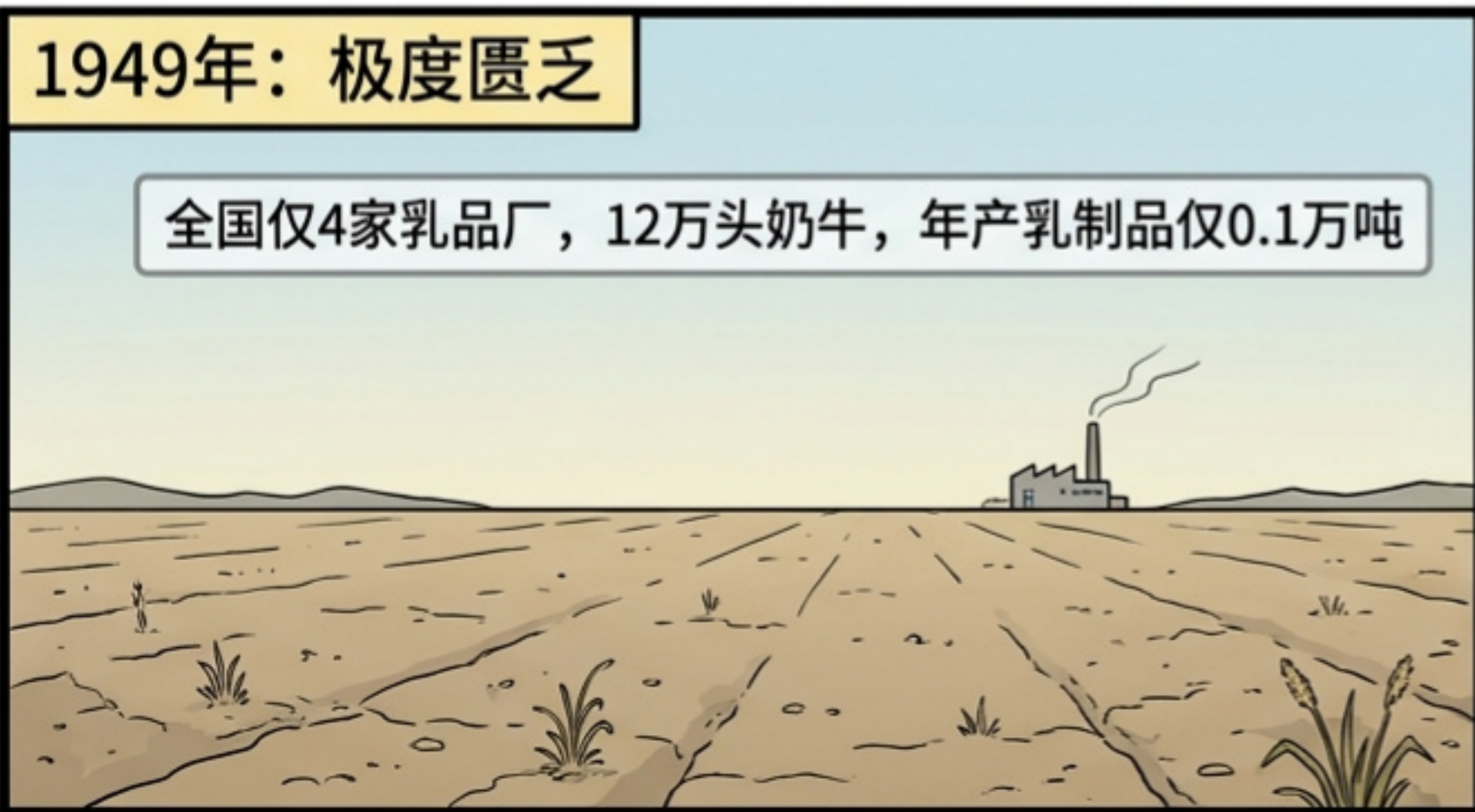
“老年服之，可以还童”



19世纪末：洋行与夸张广告

1949年：极度匮乏

全国仅4家乳品厂，12万头奶牛，年产乳制品仅0.1万吨



1980s：奶票时代

2张奶票 = 1辆28杠自行车

“七粒大白兔奶糖  
等于一杯牛奶！”



## 上海：光明乳业的诞生（1949）

“中国一片光明！  
请使用自己工厂  
的产品！”

益民食品一厂副厂长将  
不雅的“美女牌”冷饮  
改名为“光明牌”。

2002年全国市场份额第一。

## 北京：三元的早期探索（1949）

“每天一斤奶，强壮中国人！”

老红军带着西柏坡的3头奶牛进京。  
1998年收编双桥乳品厂，全国最  
早引进利乐包装（Tetra Pak）。



**郑俊怀**

**探路者**

出生于1950年。1980年任招待所所长。1993年成立伊利。

首创“吃油条，喝鲜奶”营销，月赚2万。



**牛根生**

**冰淇淋大王**

幼时50元被卖。1983年从洗瓶工干起。

发明爆款“苦咖啡”（年销3亿）。创立蒙牛。



**潘刚**

**液态奶推手**

1992年（22岁）以质检员身份加入伊利。

1999年接手仅占总收入5%（6000万）的液态奶部门，2003年将其做到46亿。

## The Confrontation

1999年：决裂与辞职。牛根生功高震主，被派往北大“进修”架空。

“事实上，客户派了两辆车...但这是客户的过失成了我的错误。我是伴随着伊利成长起来的...今天不得已而离开。”

## The Secret Birth

1999年1月：蒙牛秘密成立。为躲避伊利封杀，牛根生隐退幕后。

谁砸了蒙牛的招牌？  
向伊利学习，创内蒙古  
乳业第二品牌！

## 伊利（潘刚时代）

## 蒙牛（牛根生时代）



Beijing 2008



“我要的，改变我要的滋味！”  
(优酸乳)

2005年主营收入突破100亿，  
成为首家覆盖全国市场的乳企。

“航天员专用牛奶  
(2003)”

“酸酸甜甜就是我！  
(2005)”

仅用8年时间（2007年）  
达到全行业销售额第一。

## The Fall and Re-imprisonment



2004年：郑俊怀试图通过体外商贸公司挪用1500万进行MBO（管理层收购）。因侵吞国有资产被判6年。



2008年：提前出狱，加入黑龙江红星集团再次创业。



2018年：网络谣言传潘刚被带走，伊利市值单日蒸发130多亿。伊利发布实名举报信：“恳请彻查郑俊怀及其保护伞！”



2019年：法院撤销郑俊怀两次减刑，将其重新收监。

## Songer Industry Crisis

极度混乱的供应链。全国200多万个散户供奶，为提高蛋白质检测量，人为添加三聚氰胺。

连续14年销量第一的三鹿轰然倒塌。数十万儿童患上肾结石，引发全国“恐奶”。（注：三元与飞鹤未检出，飞鹤借此成为奶粉第一）。

强制行业洗牌。奶站被取缔，全面转向规模化、集中化的现代牧场。奶牛存栏量下降（840万降至615万），但单产大幅提升（3.76吨升至5.59吨）。

## 科学档案 1：你喝的到底是什么奶？

### 巴氏鲜奶 (Pasteurized Milk)



- 工艺：75-85°C 持续15-20秒杀菌。
- 特征：保质期仅7天，需全程冷链。营养/风味保留最好。
- 代表品牌：地方乳企（如：光明、三元）。

### 常温奶 / UHT (Ultra-High Temp)



- 工艺：137-145°C 加热4-15秒。
- 特征：保质期6-12个月，无需冷藏。破坏部分蛋白质与风味，但打破地域限制。
- 代表品牌：巨头（如：伊利、蒙牛）。

### 高温杀菌乳 (ESL)



- 工艺：介于两者之间的杀菌温度。
- 特征：保质期15-25天。口感优于常温奶，运输优于巴氏奶（2020年新入目录）。
- 代表品牌：悦鲜活（君乐宝）。

## 科学档案 2：常温酸奶与乳酸菌的真相

CFU（菌落形成单位）达  $10^8$ 。含海量活性乳酸菌，需全程冷链。



发酵型  
(养乐多)



活性乳酸菌含量 = 0。无发酵过程，仅为“调出齁出酸奶味的饮料”。



调配型  
(优酸乳 / 酸酸乳)



活性乳酸菌含量 = 0。保质期长达5个月，营养值与冷藏酸奶不同，主要为“喝个味”。

常温酸奶  
(莫斯利安 / 安慕希)

### 科学档案 3：乳业国标与鲜奶联盟的拉锯战

2010年食品安全国家标准：细菌上限由10万大幅放宽至200万/毫升；蛋白质下限由2.95g降至2.8g/100g（远低于欧美）。

2015年“农垦乳业联盟”成立（光明、三元、完达山等12家企业）。

被炮轰为“全球最低标准”，专家称此举更有利于常温奶的生产与收购。

拒绝国标，自定严规：蛋白质 $\geq 3.0\text{g}$ ，细菌 $\leq 10\text{万/毫升}$ 。以“高标准生鲜乳”对抗常温奶巨头。

# 资本迷局：蒙牛的后牛根生时代



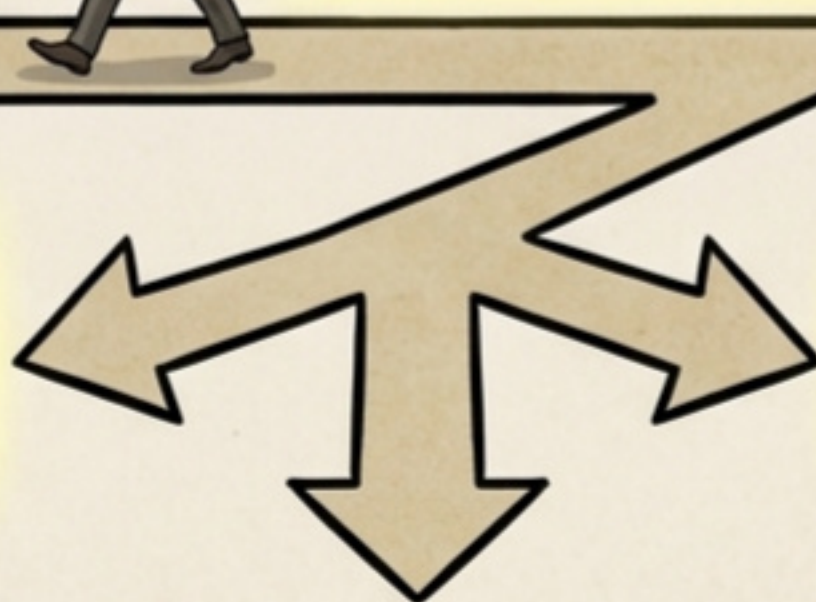
2008-2009：CFO公关灾难导致股价暴跌至6港元。  
中粮（COFCO）注资61亿港元入局。



2011-2016：牛根生辞职。职业  
经理人接手，重心转向疯狂并购  
（雅士利、现代牧业、圣牧）。



卖出：抛售君乐宝  
（其2021年营收飙升  
至200亿）。

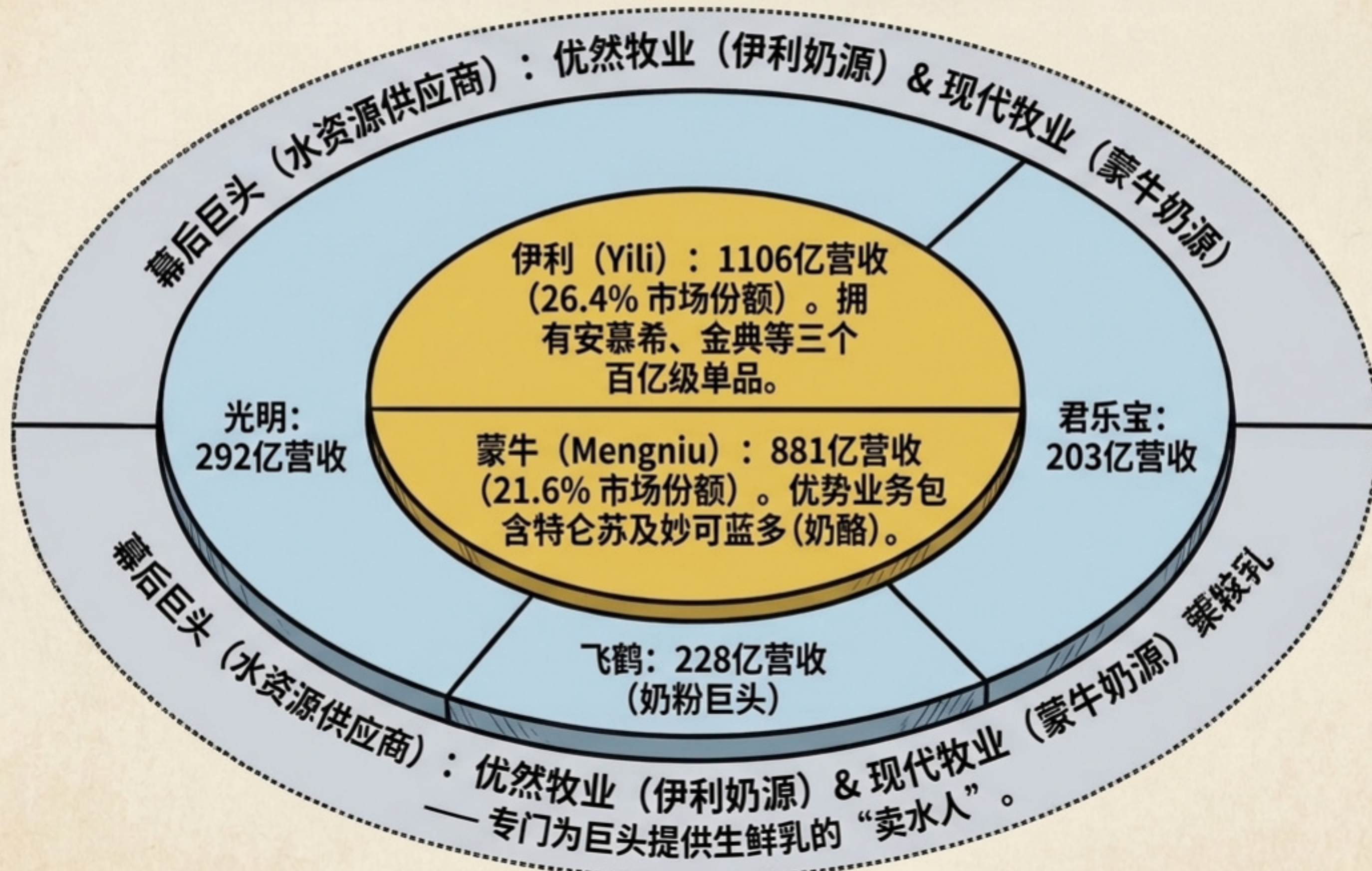


买入：收购贝拉米  
（当时营收仅5亿）。



**2021资产负债率高达57%。失去精神领袖  
的蒙牛，逐渐在总营收上落后于伊利。**

## 现存格局：谁是真正的巨头？（2021年数据）



# 终极指南：如何科学喝奶？（依据《中国居民膳食指南 2022》）



**核心法则：认准蛋白质含量！**  
(优秀标准：>3.0g/100ml)



✓ **纯牛奶**：每天 1.5 袋（约300ml）



✓ **酸奶**：每天 3 袋（约300g）



✓ **奶酪**：每天 3 片（约50g）



**乳糖不耐受者**：可选择“舒化奶/新养道”（采用技术将乳糖提前分解为半乳糖和葡萄糖）。



一天一斤奶，强壮中国人。  
从皇帝的特供、粮票的稀缺，到资本的博弈、科技的重塑。  
一杯牛奶里，装下的不仅是蛋白质，更是中国百年经济与社会的沉浮演进。

剧终