

# 乳豆仙

## 品牌全案

### 【品牌简介】

乳豆仙，商标注册于 2020 年，是南宁淮南王豆奶有限责任公司旗下孵化的新项目。公司拥有深耕 22 年豆奶行业经验与背景，携手华南农业大学食品学院专家团队，与华南农业大学双品牌运作，致力于新式豆乳饮品的探索与研发，为客户提供好喝、健康、无负担的豆乳饮品。

**华农素酸奶是乳豆仙第一款招牌产品。**乳豆仙专为国人定制，立志于做中国最好的素酸奶，成为全球素酸奶领导品牌。研发团队采用华农专利发酵技术发酵酸奶，相比市面上牛乳发酵技术，该技术更适合植物酸奶发酵，可以更好释放植物营养价值和风味，口感更佳，做到了真正好喝的“0 乳糖”植物酸奶，更适合国人肠胃。乳豆仙深刻洞悉市场需求，始终坚持用简单、健康的原料，拒绝有害添加，好喝更健康，是国民酸奶的更优选。

### 【品牌文化】

#### 品牌定位

专注于高端低温素酸奶

#### 品牌是 slogan

豆乳 0 负担，就喝乳豆仙

#### 品牌初心

做中国最好的素酸奶

#### 品牌使命

为客户提供美味健康的豆食体验

## 品牌愿景

成为全球素酸奶领导品牌

## 品牌背书

华南农业大学联合出品

## 品牌精神

健康、元气、自信、分享

## 【产品优势】

### 纯净

纯植物基酸奶，原料只有纯豆浆粉、纯椰子粉、晶炼黑糖及华农专利菌种，纯净简单

### 普适

纯植物基发酵，0乳糖，低升糖，0添加，无论是乳糖不耐受，还是三高人群、健身减脂，以及素食者，都适合饮用

### 好喝

口感清甜，绵软细腻，无豆腥味，豆香十足，好喝到让你念念不忘

### 品质

严选东北非转基因大豆粉，华农专利发酵技术，坚守初心“做中国最好的素酸奶”

## 【品牌优势】

1、“后酸奶时代”，消费者健康意识已经提升，消费需求层层迭代，即进入细分性的酸奶市场，对于植物基食品的认识加深且兴趣增强，素酸奶迎来最佳的发展机会。

2、与动物酸奶相比，华农素酸奶采用植物发酵，真正的0乳糖，乳糖不耐受人群也能喝，并且口感清爽不油腻，成为产品的一个“吸粉点”。

3、为了给消费者提供更优质优价的选择，乳豆仙采用“消费合作社”的全新商业模式，帮助用户直接触达品牌，减少中间环节，很好地解决了成本和便利性问题，让用户低价也能享受品质生活。

### 【品牌故事】（V5 版本没动）

乳豆仙是南宁淮南王豆奶有限责任公司旗下孵化的新项目，依托22年深耕豆奶行业的经验与背景，以“为客户提供美味健康的豆食体验”为使命。乳豆仙立志于做中国最好的素酸奶，成为全球素酸奶领导品牌。王伟作为乳豆仙的创始人之一，也是素酸奶这款产品的狂热爱好者，对产品的要求可谓是追求极致，他始终认为，植物酸奶不仅产品品质要好，更要好喝。

#### 灵感起源：自身肠胃调理

创始人王伟很少喝市面上的牛奶包括普通酸奶，因为他患有轻度乳糖不耐受症和慢性肠胃病，在饮食方面格外小心，否则肠胃就要受罪。听医生说酸奶富含益生菌，喝酸奶可以调理肠胃，于是，创始人就购买过各大品牌的酸奶来喝，但还是会有肠胃不舒服症状，究其原因，就是牛奶酸奶里面含有“乳糖”。于是，王伟又要在市面上搜罗了一批不含乳糖的“植物酸奶”来试，结果味道令人失望——简直太难喝了，令人难以坚持下去！问题即是商机，凭着王伟敏锐的商业嗅觉，加上自身未被满足的痛点与需求，他坚信，好喝健康的植物酸奶一定是个巨大的蓝海商机。

## 偶然契机：发现可能性

乳豆仙肩负着总部将在粤港澳大湾区拓展商业版图的使命，2021年，乳豆仙成功把研发中心设立在华南农业大学，并与华农食品学院联合设立研究院，实现了真正的“强强联合”。在一次偶然的与华农食品学院专家教授交流探讨中，一位专家教授不经意的一句话点亮了王伟心中希望的火苗——他们团队发现了一两株适合于大豆植物基发酵的菌株菌种！言者无意听者有心，这不正是他一直在寻找的植物酸奶的答案吗？王伟激动万分，马上提出与团队联合研发素酸奶的可能性，双方一拍即合。

## 潜心研发：素酸奶成功诞生

经过一番调研，创始人发现，中国还有数亿人口都和他一样有“乳糖不耐受”症状，摄入乳糖后容易出现不同程度的肠胃不适问题。这就意味着还有数亿人口的需求与痛点未得到很好的满足。所有的商业价值都是取决于为社会解决了什么问题，解决的问题越大，商业价值也越大。于是，带着要解决乳糖不耐受这个需求与痛点，带着这个神圣的使命，创始人王伟带领着公司研发团队，与华南农业大学食品学院的专家团队，经历300多个日子披星戴月的研发，几百人上千次的口感测试，终于研发出一款非常好喝的素酸奶。

一款全新口感的素酸奶在乳豆仙华农体验店惊艳上市，消费者一致惊呼——“好喝”！这让整个公司团队感到振奋。然而，也有不少抗糖的年轻爱美女生表达了顾虑：含糖量高吗？

公司团队马上意识到，糖的摄入容易让现在的年轻人产生变胖焦虑，这又让一部分人望而却步。要做就做到极致，这一直是创始人的产品理念。为了做一杯中国最好的素酸奶，公司不惜成本，继而采用了既能保持糖的口感，又

不会长胖，还能稳定血压的“晶炼黑糖”（低升糖）替代白砂糖。又历经不计其数的反复测试，终于在 2022 年 9 月，一款可谓是植物酸奶界天花板级别的产品——纯植物基发酵、0 乳糖、低升糖、富含益生菌、好喝不发胖的“素酸奶”，就这么成功诞生了！

### **成本困扰：如何平衡品质与价格？**

现在的商业环境，酒香也怕巷子深，追求产品的极致同时，也一定是带来了更高额的产品成本，产品是开发出来了，如何卖？成本高就必然导致价格要高。如果走传统销售渠道，中间环节多，成本很难打下来。如何破局？创始人又陷入了深深的思考中.....

### **破局——消费合作社**

消费合作社模式是否能够带来新的转机？秉承着“让消费者花更少的钱，买到更优质的商品，同时享受更便捷的服务”的美好愿景，公司又开始了一个新的商业模式的尝试：希望能够以消费合作社模式，共建一个美好生活的分享平台，一个与消费者共建共享的社区生活平台！素酸奶也许只是一个桥梁，以后会链接更多优质产品资源。我们相信，在未来，将会有更多热爱生活追求生活品质的人加入消费合作社，共同打造一个优质优价的消费“理想国”！