

澳优旗下品牌NC深耕多元健康养护赛道

本报讯 记者牛安春 国民健康养生理念持续迭代升级,摒弃短期速成调理、深耕科学长效的根源养护,已成为都市人群的主流养生趋势。针对当代人作息紊乱、亚健康高发的普遍健康痛点,近日,澳优旗下澳洲药房级营养品牌 Nutrition Care (NC)携手李若彤,推出专属健康主题短片,依托品牌多年科研积淀,传递“专业营养、根源养护”的品牌理念,为都市人群解锁身心平衡的长效健康新方案。

理念同频契合 传递长效科学养护之道

本次品牌与李若彤的深度合作,核心源于双方高度契合的长期养护观。作为国民熟知的实力派演员,李若彤是大众公认的自律生活标杆,数十年坚持规律运动、严格管控饮食作息,始终秉持脚踏实地的温和调理理念,拒绝速成养生。常年拍戏奔波、作息紊乱的工作特性,让她饱受肠胃敏感问题困扰,深知不规律

饮食、外界刺激对身体状态的影响,因此格外注重日常肠胃维稳与内在养护。

在营养产品选择上,李若彤始终坚守专业、务实的原则,优先选择天然配方、拥有临床实证支撑、品牌积淀深厚的营养产品。这份重视科学、深耕长期养护的健康态度,与NC近五十年专注专业营养、以实证赋能产品的品牌初心不谋而合,成为双方达成合作的核心纽带。

此次健康主题短片,真实记录了李若彤居家、出差等全场景的养护日常,直观传递科学可持续的养生逻辑。针对当下大众盲目跟风养生、疏于长期调理的误区,她以自身自律经验示范:优质身心状态并非依赖短期调理,而是规律运动搭配温和、适配日常、有科研支撑的专业营养补给。片中她倾力推荐、随身常备的NC养胃片,以姜黄素天然草本为基底,复配谷氨酰胺、肌肽锌,实现胃部根源养护,且小巧便携,完美适配都市人多元生活场景,成为忙碌人群日常养胃的优选。短片依托李若彤通

透自律的公众形象,打破养生繁琐固化认知,让大众读懂内在维稳、专业营养补给的日常养护核心。

澳洲原生硬实力 全产业链筑牢专业营养根基

NC能够坚守“专业营养、根源养护”品牌理念,收获市场与消费者认可,依托于品牌深厚的自研自产硬实力。NC品牌创立于1978年,由临床医学博士伊恩·布莱特霍普创建,是行业少数实现研发、生产、质控、本土终端全链路自主把控的澳洲原生品牌,保障产品品质稳定可控。

在生产质控层面,NC拥有NCP、ADP两座澳洲现代化自有工厂,其中NCP工厂1998年便已斩获澳洲TGA认证资质,生产标准远超普通食品。品牌全系产品拥有80余项TGA功效认证,每款产品附带专属AUST L编码,可在TGA官网完整溯源原料、批次与检测数据,品

质透明可查。凭借严苛的品质体系,NC产品已进驻澳洲上百家连锁药房,成为当地家庭医生与执业药师的常规推荐营养产品。

极致的专业实力让NC斩获海内外双重市场口碑,旗下NC养胃粉连续三年稳居国内养胃粉剂产品销售额榜首,NC舒鼻益生菌登顶2025鼻敏感益生菌销量榜单,产品实力深受市场验证。依托澳优全球研发体系,NC持续深耕肠胃、护肝、舒敏、睡眠等多元健康赛道,不断迭代核心技术、打磨产品力,以扎实的科研积淀,夯实澳洲药房级营养品牌的核心竞争优势。

此次携手李若彤,是NC借力正向健康标杆,践行平衡长效科学养护理念的重要举措。未来,NC将依托全链路自研实力与严苛质控体系,坚守澳洲药房级营养定位,深耕多元健康养护赛道,把平衡长效的科学养护落到产品与服务之中,以专业温和的营养力量,陪伴当代都市人在忙碌生活中稳住长效健康好状态。

“龙江好物”亮相2026 上海书展

本报讯 徐露 近日,2026上海书展暨“书香中国”上海周如约而至。今年,黑龙江首次以主宾省身份参展,不仅带来精品图书,更将“龙江好物”展销区搬进展会,让申城市民在翻页之间,邂逅北国黑土地的丰饶与清凉。

展馆外侧的阅界广场,“龙江好物”展销区内,马迭尔冰棍车前人头攒动。诞生于1906年的马迭尔,是哈尔滨的城市名片,也是中国冷饮的活化石。如今,百余种口味、超5万家零售网点,产品远销海外,老字号在守正创新中焕发新生。

书香之外,黑龙江创新推出“我在龙江有亩田”定制农业项目,让都市人足不出户认养黑土良田。从五常、响水、庆安、富锦四大地理标志产区的大米,到杂粮、果蔬、畜禽,品类齐全。用户通过“龙江农定制”小程序,可全程可视化追溯播种、生长、收割到配送全流程,真正实现“看得见的生长、摸得着的安心”。依托世界三大黑土带之一的天然禀赋,龙江粮食营养饱满,品质卓绝。这一模式将传统农耕与数字技术融合,精准匹配个性化需求,让“田园梦”照进现实。

黑龙江省级林业品牌“九珍十八品”展区同样热闹非凡。蓝莓、红松籽、黑木耳、猴头菇、白桦树汁、紫苏拿铁……样样天然健康,款款口感独特。该品牌已覆盖黑龙江省200家企业、599款产品,斩获11项国际设计大奖,其品牌综合实力更被联合国教科文组织授予“可持续发展教育与实践基地”。

本届上海书展上,黑龙江以主宾省之姿,将文化阅读与生活美学、生态保护与产业创新深度交织。这场跨越千里的相遇,不仅让北国黑土的魅力惊艳申城,更让“龙江好物”在更广阔的天地中扎根生长,成为讲好黑龙江故事、展示中国式现代化农业生态成果的生动窗口。

关于侵害商标权纠纷 的消除影响声明

古和生物科技南通有限公司、古历国际贸易(上海)有限公司、楠薪食品(上海)有限公司、哇塞食品(上海)有限公司就与三得利控股株式会社侵害商标权纠纷一案,发布本声明。

上海知识产权法院(2025)沪73民终1248号、上海市宝山区人民法院(2024)沪0113民初27674号民事判决书已发生法律效力,上述判决认定:

- 古和生物科技南通有限公司、古历国际贸易(上海)有限公司、楠薪食品(上海)有限公司、哇塞食品(上海)有限公司在饮料产品包装上使用的标识,改变了第313758号注册商标的显著特征,与三得利控股株式会社第162340号、第6813723号“三得利”商标构成近似,侵害了三得利控股株式会社的注册商标专用权;
- 上述涉案饮料产品的容器包装上使用“三得利”“三得利SDL”的产品名称,涉案产品条形码查询信息中使用“三得利”“三得利SDL”,涉案产品广告中使用“三得利”字样,上述行为亦构成商标侵权;
- 楠薪食品(上海)有限公司、哇塞食品(上海)有限公司销售前述侵权饮料产品,亦构成商标侵权。

前述行为已造成相关公众对商品来源产生混淆,对三得利控股株式会社的市场声誉造成不良影响。我方4家声明企业已严格遵照生效判决要求,全面停止全部侵权行为;楠薪食品(上海)有限公司、哇塞食品(上海)有限公司已销毁全部库存侵权产品。现特发布本声明,为三得利控股株式会社消除影响、澄清事实,避免市场混淆。

特此声明。

古和生物科技南通有限公司
古历国际贸易(上海)有限公司
楠薪食品(上海)有限公司
哇塞食品(上海)有限公司
2026年8月15日

君乐宝“简醇”全链自控成就“双第一”

本报讯 记者石巍 发自河北 近日,君乐宝乳业集团开启从实验室到舌尖的全链条溯源直播,不仅直面“为什么中国每卖出2份0蔗糖酸奶,就有1份是简醇”的市场之问,更向公众揭示了简醇拿下低温酸奶与0蔗糖酸奶“双第一”背后的全产业链实力。

君乐宝“简醇”酸奶鲜活口感的秘密,首先藏在对奶源的极致把控中。在君乐宝自有牧场,每头奶牛从出生起就拥有专属“身份证”,牛舍维持24小时恒温通风、定时消杀,定制

TMR营养餐及喂养记录实现全程可追溯。在全自动转盘式挤奶设备上,奶牛每天“上班”40分钟,在科学管理中健康产奶。君乐宝乳业坚信,善待每头奶牛,就是善待每位消费者的健康。从挤奶到生产全流程自主把控,君乐宝以长期主义将每个不确定的环节化为严格稳定的标准,其原奶核心指标已全面优于国标。

酸奶的灵魂藏在看不见的菌种里。在君乐宝科学营养研究院的菌种资源库(JMCC)中,科研团队从传统发酵食品与自然生态中采

集、分离、保藏了上千株本土特色乳酸菌。面对国外长达数十年的菌种技术与发酵剂垄断,君乐宝下定决心要把“卡脖子”的手变成“握在手”的底气。依托耗资5亿元打造的科研平台,君乐宝已累计储备1300余株自主菌株,其中45株获国家发明专利。以拥有国家发明专利的副干酪乳酪杆菌N1115为代表的明星菌株,正是在自主创新的坚守中脱颖而出。每一株菌都要闯过菌群分析、宏基因检测等重重考验,研发团队历经千余次实验调试,才找到纯净奶

香与微酸回甘的黄金平衡,解决了0蔗糖酸奶口感酸涩的行业痛点。

走进君乐宝集团的酸奶工厂,仿佛进入一座为酸奶打造的“无菌方舟”。在洁净生产线上,生鲜乳经脱气、均质、巴氏杀菌后,植入君乐宝专属菌种,并在40~42℃下恒温发酵,菌群在精密的温控中静静生长、产酸、凝乳,每一秒都不容偏差。这场“不简单”的闯关之旅,把“繁复”的认真留给了君乐宝自己,把“简单”的健康生活带给了消费者。

打造示范基地 公益助力云南茶产业升级

改变中国茶的消费结构,成为影响中国茶产业发展的重要力量之后,新茶饮正在为上游茶产业带来更多积极影响。作为新茶饮行业的开创者与推动者,喜茶展开茶特调研发探索的同时,还不断关注产业上游,在普洱落地公益举措,积极推动当地茶产业的长远、良性发展。

云南普洱市思茅区核心茶区,是喜茶甄选茶园所在地,也是茶特调首款定制茶底雪毫茶王原料产地。喜茶长期深度布局普洱产区,经实际调研发现,普洱产区当前存在标准化与机械化能力不足的问题,采摘效率低、劳动强度高。伴随产业老龄化、空心化加剧,茶园标准化与机械化能力,已成为影响普洱茶产业可持续发展及喜茶上游原料稳定与品质可控的重要因素。

2025年11月起,喜茶联合中国乡村发展基金会开展的“灵感采摘者——新茶饮上游农人关爱计划”,在普洱推进“11亩核心示范基地+100亩连片辐射区”建设,全流程、系统化探索当地茶产业升级路径。项目通过标准化种植、机械化采摘及基础设施优化,形成可复制的上游能力建设,从源头提升供应链稳定性与品质上限。

目前,机械设备更新、道路硬化、操作培训、茶园修整等改造已落地。机械化采摘预计将助力茶农提升生产效率40%,缓解采茶季“用工荒”。

此前,该公益计划已为普洱、建水两地900名上游农人发放定制关怀包。未来,喜茶还将与中国乡村发展基金会不断深入产业上游,围绕上游农人的劳动保障、技能提升、疾病救助、家庭关怀等各方面,以及为果农、茶农子女提供美育支持等切实的形式,展开更多公益行动。

础延展的“怪香的”“酸嘢”等6款新品,通过更适合呈现茶底风味的不同产品结构,带来全新的灵感特调体验。

作为最早系统推出茶特调产品体系的品牌,喜茶还将其进一步带向海外市场:今年3月,“雪毫茶王芭乐”在美国上架一个月后便出现售罄,成为喜茶在海外的又一款爆款产品;5月,“金观音香柚”进一步登陆海外市场,并在澳大利亚等多个市场上新后一周内短暂售罄;6月,纽约teabar首次推出“茶王芭乐梨”“山青柚子苹果”等8款茶特调产品,开业首日就吸引本地消费者排队五个小时。

这也意味着茶特调不再只是中国市场的产品品类,而开始进入全球市场的消费场景,持续扩大茶特调在国内外市场中的产品认知与行业讨论度。从芝士茶、时令水果茶、超级植物茶到千目抹茶,喜茶在行业内开创了多个新品类,茶特调也再次验证了喜茶持续创造新品类、开辟新方向的差异化能力。

深入13个产区、自研11款茶底 持续提升茶叶工艺

茶特调作为产品结构相对简单,能够不断推出受到消费者喜爱的产品,离不开在研发上的灵感,以及喜茶在茶叶供应链上的长期积累。作为新茶饮的开创者,自2012年起,喜茶不仅仅将真茶引入行业,还定制研发出了金凤、绿妍、嫣红、四季春等首批应用于新茶饮产品的定制茶叶,如今已是其特有的经典茶底。十几年的发展历程中,喜茶陆续引入白芽奇兰、鸭屎香单丛等超60款传统名优茶,并在不断升级茶叶配方、自研全新茶底。

在茶叶供应链方面,喜茶持续深入不同产区进行筛选,在产地选择上打破传统认知,引

入不同区域的风味特征。如今,喜茶使用的茶底,已覆盖云南普洱、广西横州、福建南平武夷山区等13个产区,也包括一些过去较少被大规模应用的小众茶种和区域资源。比如,喜茶就以“雪域·牦牛乳恰安莫”“龙井·芝士糯糯”“江边里·芝芝柑普”等人气新品,带来藏茶、龙井、青柑普洱及英德红茶在新茶饮中的研发应用。

为了更好地适配茶特调的产品灵感,真正呈现更加丰富的风味,在茶特调的茶底选择、引入上,喜茶还建立了一套从上游产地到产品研发的“全定制”操作方式,茶特调所使用的每一款茶底,都是基于茶的风味层次呈现,围绕具体产品去反向选择和定制的。在加工工艺上,也通过跨品类工艺处理改变茶叶原有风味结构,结合拼配技术自研定制茶底,进一步提升茶的层次与复杂度。

过去一年,喜茶已推出雪毫茶王、花香奇兰、碎银子、白露栀子、山青乌龙、岩兰乌龙、金韵乌龙、樱花青乌龙、梅里香、栀子毛峰、岩瑞香等11款茶特调定制茶底。

以梅里香为例,用梅占和金牡丹两种红茶拼配,在传统红茶萎凋、揉捻、解块、发酵和干燥等工艺中,创新引入乌龙茶特有的摇青工艺,激活茶叶内部的芳香物质,让其清雅梅果香气更立体持久,茶汤口感也更醇厚、顺滑。在传统清香型乌龙茶制作中,需要确保杀青程度彻底去除茶叶的“青草味”,而山青乌龙则跳出这一传统工艺思路,通过降低做青和杀青程度保留这一风味特色,经过反复测试打造出茶底极具辨识度的草香气与兰花香。

未来,喜茶将持续升级茶叶原料品质、工艺,通过不断拓展创新边界、体系化的研发思路,持续推动茶特调品类探索,为消费者提供更多具有差异化的新茶饮产品选择。



贵州贵酒
GUIZHOUGUIJIU

贵州贵酒

封藏酒

—以时光

酿珍贵—



中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960



广告

责编:孟渤钧 美编:纪磊