



Tetra Pak News No.2 / 2017

利樂之友



目錄



利樂觀點

把握轉型 驅動未來

1

焦點關注

致贏升級市場 利樂與您共拓

2

特 寫

達拉自然探索營：「最美課堂」演繹環保轉型

12

讀者們，請看這裡！

2017年起，《利樂之友》將全面以數位形式發行，以更進一步節能減碳。希望能獲得您一如既往的關注與支持！

主編：利樂包裝股份有限公司

地址：33383 台灣桃園市龜山區樂善里文明三街四號

電話：+886 3 3283111

傳真：+886 3 3284214

本刊內容版權、公司商標及產品品牌均歸屬利樂公司所有，未經同意不得轉載。

把握轉型 驅動未來



身處以「消費升級」為市場熱詞的時代，不難發現無論買方市場還是賣方市場，都在不斷經歷轉型。「體驗至上」與「品質至上」的新生代消費觀正推動著產品的快速疊代，個性化、高端型的產品正逐步成為液態食品領域的消費重心；聚焦產業鏈，「一招勝天下」的形勢已不再，消費者的購買驅動因素已變得大不相同，生產商急需尋求新的市場突破口。身為液態食品業的可靠夥伴與一站式供應商，利樂認為，透過靈活把握市場轉型時代的「變」與「不變」，方能在商業變革中實現企業的永續價值，以及產品業務的華麗轉身。



利樂大中華區 總裁

殷長彬

轉型時代的「變」，意味著升級中的市場對於產品價值提出新的期許。以乳品這樣的支柱型產業為例，相關生產商正紛紛推出以「營養」、「健康」、「鮮活」為主打的新型高端產品，試圖搶佔市場的一席之地。本期的《焦點關注》就將以酸奶市場為窗口，呈現具有多年行業積澱的利樂，如何在產品內容更新、產品包裝方案衍生等領域多管齊下，實現品類拓展與品質升級，為客戶提供轉型升級、提質增效、補齊短板的多維度生產解決方案。



轉型時代也存在著「萬變不離其宗」的核心價值理念，利樂不變的「三大保護」承諾——「保護食品」、「保護人類」和「保護未來」，始終支持著客戶與自身的業務發展。本期《特寫》專欄，我們將邀您共同體驗達拉自然探索營的奇妙之旅，全方位體驗利樂在持續發展未來價值上的不斷踐行。

在利樂，每一份創新、每一步發展總是伴隨著對客戶需求的挖掘、對行業未來發展的前瞻。面對市場環境的轉型、消費需求的升級、生產運營能力的提升，我們始終與您攜手思考應對、共同成長，以系統化的解決方案、一站式的創新服務為您驅動未來，贏得更多價值。

致贏升級市場 利樂與您共拓



▶ 引言

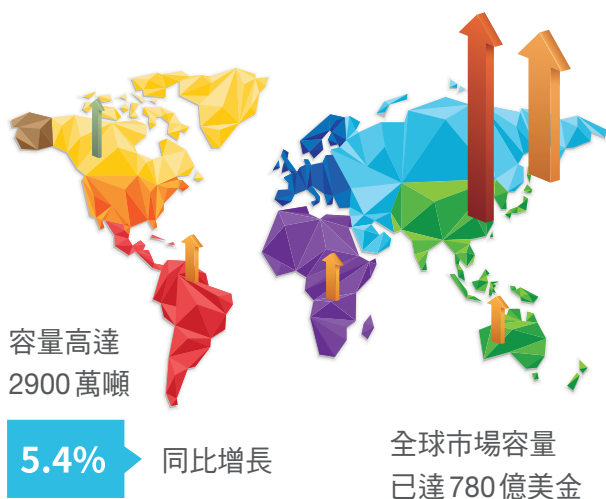
隨著大中華區液態食品市場的日趨成熟和經濟全球化進程的日益深入，全產業鏈的發展已經逐步進入「新常態」。行業結構面臨調整升級，行業集中度顯著提高，品牌附加效應提升；市場對於品質升級的需求量增大，產品創新速度不斷加快，疊代週期逐漸縮短。處於升級轉型的液態食品行業，無疑為液態食品生產商注入了一針調整催化劑，在帶來挑戰的同時，也為相關企業創造了建立優勢品牌與品類的絕佳機會。

如何在立足產品質量的同時，加入合適的創新元素，並採用靈活高效的主產及配套解決方案，來跑贏這一波升級大潮，成為不少業內人士思考話題，也成為了點燃利樂創新的引擎。從與客戶攜手拓展新興品類，到打造靈活高能的生產解決方案，再到多維創新的包裝組合，利樂始終關注整個升級市場的趨勢風向，由點及面，支持客戶真正贏得市場價值與消費者口碑。現在，就讓我們一起跟隨文字來探尋利樂在升級市場中的創新之路，看利樂如何助您實現永續價值。



Part 1

洞察市場與客戶共成長

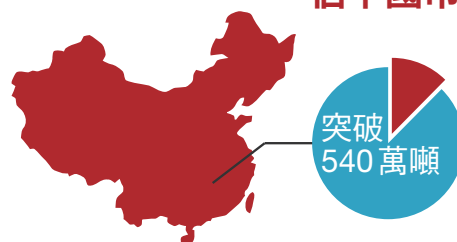


在利樂看來，當前消費升級已是大勢所趨，品質化、個性化，多元化的潮流驅動著諸多產品的轉型之路。

以酸奶品類為例，這一代表著健康生活方式的產品，在過去的幾年中取得了不俗的市場戰績。據利樂調查報告《從洞察到行為：掘金中國酸奶市場》顯示，**2016 年全球酸奶市場容量已達到 780 億美金，容量高達 2,900 萬噸，同比增長 5.4%**。其中，希臘酸奶品類迅速走紅，並在短短數年之間，成為千禧世代熱愛並倡導的一種健康生活代表產品，這恰恰強而有力的印證了新興市場的強勁增長態勢。

回看中國市場，利樂《Tetra Pak Compass 數據庫》顯示，**2016 年中國酸奶市場容量已突破 540 萬噸，占中國液態即飲乳品市場 21% 的比例，增速超過 20%**，位列中國液態即飲乳品品類增速之首。許多液態食品生產商早已嗅察到市場風向中蘊含的無限商機，紛紛將策略目光投向優酪乳這一熾手可熱的市場區隔。

佔中國市場的 21%



增速超過 20%



如何在眾家逐鹿中脫穎而出，是利樂想在客戶前頭的重要議題。就在地酸牛奶市場而言，把中國傳統美食智慧與源自西方的酸牛奶進行有機結合，是利樂攜手客戶共同開發的重要舉措。近期嶄露頭角的酒釀酸牛奶與大豆酸牛奶，正是這一中西結合的美好產物。



酒釀



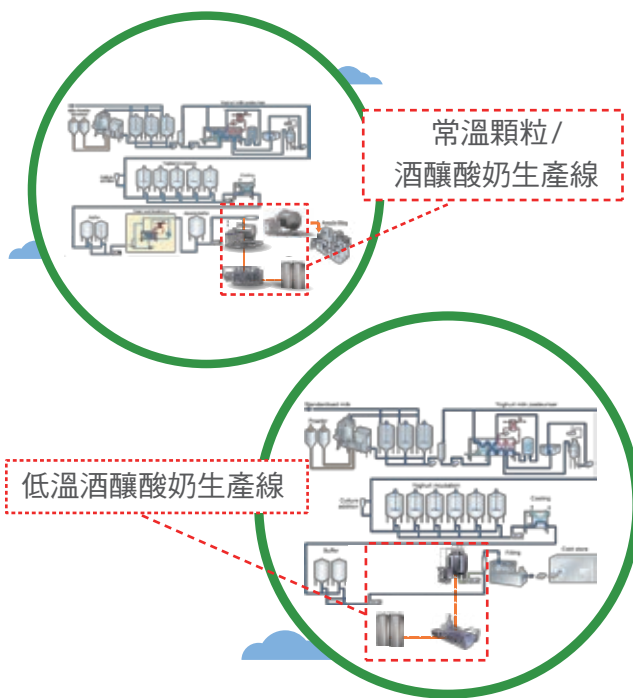
酸牛奶

顧名思義，酒釀酸奶的產品概念集合了中式傳統酒釀的醇香與西式傳統發酵乳製品的美味於一身，不僅勾起了消費者味蕾上的童年記憶，更因為它是有酒精味的非酒精飲料，還能適用於宴席聚會等多種飲用場合，這樣的產品定位正符合當下的健康概念風潮，無疑將有巨大的市場前景。

針對現有的常溫酸奶客戶，若有把現有生產線升級成常溫顆粒酸奶線的需求，利樂可以為客戶提供升級服務，使得常溫酒釀酸奶可在常溫顆粒酸奶線上生產，豐富產品品類。同時，針對我們的低溫酸奶客戶，利樂同樣可以提供低溫酒釀酸奶生產線，使得低溫酒釀的口感更優。輔以利樂先進的熱交換技術，為廠商提供富有競爭力的生產設施與技術支援，保證產品的品質與口感。

與此同時，大豆酸奶的出現不僅為酸奶市場拓展了品類的多樣性，也為增速有所回落的中國豆奶市場增添了亮點。

近年來，由於豆奶的易獲得與易替代特性，加之其在消費者的心目中價值不高，市場宣傳力與創新性不足等多重因素的共同作用，使得大豆類飲品的增速放緩。因此，利樂研發團隊攜手客戶，將豆奶的植物蛋白與酸奶中的益生菌有機結合，推出大豆酸奶這一獨特的產品概念，在其健康綠色概念基礎之上，為消費者提供更多風味選擇，迎合差異化的消費需求，使原有豆奶的產品價值被大大提升，消費場景也由此更加多元化。



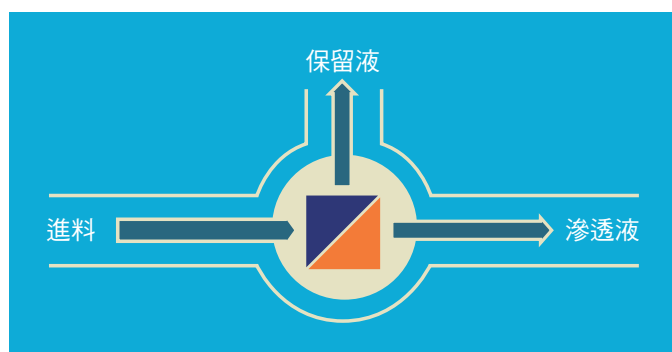
Part 2

靈活生產賦予產品靈魂

關鍵詞

「濾」出卓越新意

隨著市場競爭加劇以及消費者對於生活品質追求的不斷提升，食品製造商愈發重視新品類的開發，同時也對相關設備的靈活化、高速化、精確度等方面提出了更高要求。敏銳的市場意識使得利樂在產品研發方面，給予了客戶有力的支持，旨在協助客戶及時推出受消費者歡迎的產品。



利樂發現，如今的酸奶消費者在選購產品時，蛋白與乳脂等營養元素成為了他們更為關注的因素，如何兼顧產品的口味與營養，成了利樂助力客戶研發酸奶產品時的重要方向。在利樂看來，想打造一款質地醇厚、口感飽滿的高品質酸奶產品，離不開一項重要的加工技術—膜過濾技術。

簡單來說，膜過濾技術就是通過具有一定孔徑的過濾膜來分離分子量大小不同的物質，從而將液體中不同的成分分開。可透過膜的稱為滲透液，不能通過膜的稱為保留液。常見的過濾膜按孔徑由大到小依次分為微濾(MF)、超濾(UF)、納濾(NF)、反滲透(RO)四種過濾技術。相比其他過濾技術，利樂在膜過濾技術應用領域的專注造就了其生產流程自動化及產品質量穩定可控等優勢。除此之外，在產品的可持續使用年限上，利樂過濾器(薄膜)優勢更為突出，最長使用時間可達10年，其過濾過程不間斷，固定時間內產量更高。



就近年來為眾多消費所追捧的希臘酸奶而言，不少客戶就運用到利樂超濾技術來生產出兼顧營養與口感的希臘酸奶產品。通過該超濾技術生產出的酸奶製品現已在美國上市，成為了美國市場的暢銷產品。

利樂在膜過濾技術應用領域經驗豐富，共有130多名專業員工，其中部分擁有超過25年的膜過濾技術及乳品行業經驗，並有數位研發、銷售、工程和工廠調試領域的全球頂級行業專家。放眼全球，利樂的膜過濾系統在各地區的數百家工廠高效運行。我們提供整套膜過濾系統，從獨立單元到完整的新建乳品廠，一應俱全。在本土化進程上，利樂在地化的過濾團隊在2003年正式把過濾技術引進中國與香港，目前已擁有數年的成功經驗，未來將繼續深耕本土市場。

關鍵詞

提升好品質

直面消費升級大潮，利樂希望在堅守「保護好品質」的基礎上，為客戶帶來「提升好品質」的卓越效果。在新品類不斷湧現的今天，利樂發現濃稠型、乾物質含量較高的發酵類產品正逐漸獲得消費者的熱情與口碑。利樂噴嘴式分離機 Q517 的引入，為想要拓展這一新興市場的客戶提供了靈活生產的技術解決方案。

噴嘴式分離機 Q517 利用轉鼓高速旋轉產生的離心力，把進料(可以是發酵後的脫脂奶、標準化奶或原奶)分離成濃縮產品與乳清兩相，濃縮產品通過轉鼓周邊均勻分布的噴嘴連續噴出。Q517 最大的特點在於它的 PX 滑動轉鼓底部設計，實現了自動排渣排堵功能，可以徹底清洗噴嘴和轉鼓內部，縮短在線清洗時間。同時，得益於此 PX 設計，Q517 無需配置轉鼓中間立軸的冷卻水系統，節省了水和能源的消耗。此外，Q517 獨特的噴嘴設計，其噴嘴與轉鼓是金屬與金屬接觸，無需 O-RING 密封和螺紋擰緊，免去了耗材更換的需求，大大地降低了生產和維護成本。



利樂噴嘴式分離機 Q517

在高度的生產靈活性方面，利樂 Q517 只需在同一台機器上透過更換不同的噴嘴來實現不同的產能，可以滿足客戶根據不同市場需求調整產能的需求。同時，最終產品產能固定不變的情況下，可藉由調節進料流量，達到最終產品不同的乾物質含量要求，滿足客戶最終產品不同組分配方的需求。

利樂噴嘴式分離機 Q517 的適用性十分廣泛，無論是希臘酸奶、冰島酸奶還是夸克、奶油奶酪等濃縮型發酵乳產品的生產都可以運用到該機器。目前，Q517 全球裝機量大約 30 餘台。若想進一步瞭解該機器及濃縮酸奶，夸克等工藝，利樂可為客戶提供參觀國外生產現場的機會，協助客戶實地瞭解利樂噴嘴式分離機的實際使用情況及其整個生產流程，並提供一站式的配套服務。



Part 3

創新包裝賦予產品生命

關鍵詞

「冠」領商機，無往不利

在利樂看來，符合市場需求的創新包裝解決方案，方能為好品質的產品賦予生命。因此，如何為客戶品牌提供真正多樣化選擇的包裝方案，從而助力客戶及時把握新商機，始終是我們孜孜以求的目標。如今，利樂一共擁有229種包裝及7,000種包裝組合，提供著全球最全面系統的包裝解決方案。從載入史冊的利樂傳統包無菌包裝，到靈活多樣的利樂冠無菌包裝系列，每一次創新的包裝方案，都是在堅守利樂「保護好品質」的初心，也是利樂在創新包裝之路上的一顆顆閃亮之星。



超過35億包
複合成長率10.7%



面對品類繁多的液態食品市場，利樂冠系列包裝可謂是「萬能型選手」，據利樂數據統計庫Compass 2016的數據顯示，利樂冠包裝覆蓋的品類十分廣泛，從白奶、果汁、茶飲料這樣的支柱型領域，到飲用型酸奶、嬰幼兒配方奶、凝固型酸奶這樣潛力巨大的市場區隔，利樂冠都有著不俗表現，尤其是近年來在飲用型酸奶領域，利樂冠的成長態勢十分迅速。**截止到2016年，利樂冠在全球銷量已超過35億包，過去5年的年均複合成長率達到10.7%。**

迅速的成長率與廣泛的品類覆蓋率，來自於客戶對利樂冠包裝的肯定。**截止到2016年，全球在運行的利樂冠充填線有190條，目前已有約77家跨國客戶選用利樂冠包裝**，所有的飲料和乳品品類都有利樂冠成功應用的案例。而在大中華區，利樂冠也已逐步成為各地區超商貨架上的常客，尤其是在主打健康概念的飲用型發酵乳市場，湧現出諸多搭配利樂冠包裝的新興產品。

充填線190條
77家跨國客戶

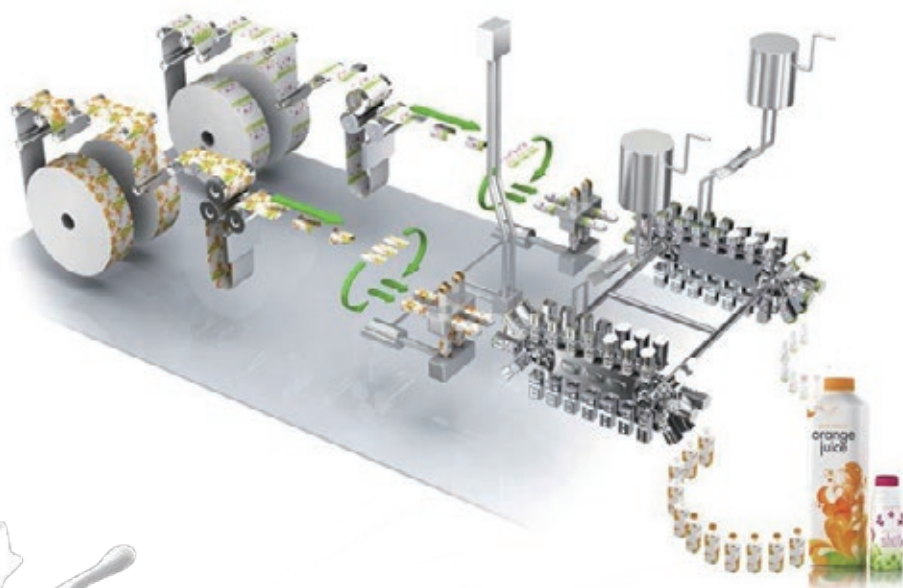




從生產商角度來看，要滿足市場對於利樂冠的需求，勢必需要靈活高效、把創新落到實處的生產線。因此，利樂研發團隊締造的利樂 TT/3 充填機就為客戶提供了無數種方式，以實現產品的創新與差異化，並應對不斷變化的市場。

在產能方面，利樂 TT/3 充填機能夠生產多種不同的利樂冠包裝組合，其雙線同機的充填方式，可以同時在兩條生產線上生產不一樣的產品，不一樣的瓶型或者不一樣的容量，也可以根據產能調整為單邊生產，並可以在一邊進行清洗的同時另一邊繼續生產，現場操作人員可以選擇任意一側的控制面板來操作整台設備。該系統的靈活高效還體現在每小時 9,000 包的充填速度上，在生產過程中，該系統在同等包裝形式、不同容量之間快速切換僅需 5 分鐘。同時，該系統還配備旋蓋或者揭蓋兩種開啟方式，滿足了不同生產商的個性化需求。對於目前市場上深受消費者歡迎的大果粒產品，利樂 TT/3 充填機也有著獨特優勢，其獨特的底部充填方式，使得灌注大尺寸果粒成為可能，有效幫助客戶拓寬生產品類。

利樂冠 TT/3 充填機



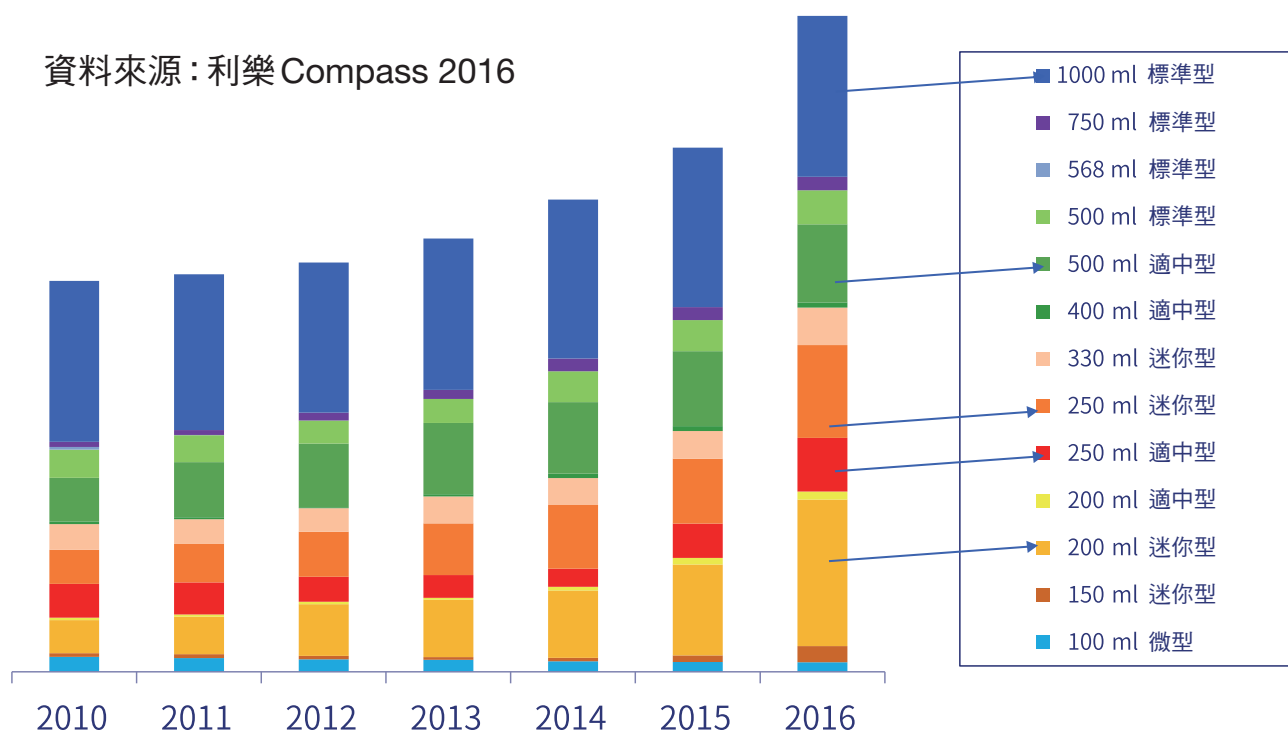
關鍵詞

靈活多維，想你所想

無論對於利樂自身還是客戶，雄厚全觀的大數據都是判斷市場、邁向未來時不可或缺的重要參照。在液態食品包裝領域，利樂發現，1公升裝的標準型已成為當今主流，而隨著在途飲用需求的逐漸增多，市場對於200-500ml個人裝（迷你/適中型）的需求也逐漸增多。

針對市場區隔的層出不窮，利樂冠包裝系列就為客戶及消費者提供了各式各樣的不同包裝組合。其中包含四種不同的底部樣式（標準型、適中型、迷你型及微型），容量範圍下至100毫升的個人裝，上至1000毫升的家庭號。無論是行色匆匆、習慣邊走邊飲的上班族與運動人群，還是全家齊聚時的分享場合，利樂冠都可以為不同消費族群提供適合不同場景的包裝方案。

資料來源：利樂 Compass 2016



除了靈活多維的容量組合，能為消費者提供貼心飲用體驗的還有各式各樣的利樂冠頂蓋和開口。研究表明，除了重量輕、節省空間之外，利樂冠在開啟、傾倒及飲用時極易持握的特點，是利樂冠深受消費者歡迎的重要原因。

利樂冠最受客戶歡迎的開口形式一共有6種，包括了兩種旋蓋與四種揭蓋方案。

旋蓋



埃菲爾
一步開蓋

卡特拉
兩步開蓋

揭蓋



薩羅曼
Saroma

休倫
Huron

洛卡
Lokka

貝加爾
Bajkal

在旋蓋開口形式中，利樂創新的「一步開蓋」在近年來正成為市場亮點。以搭載「一步式」開蓋產品—利樂冠埃菲爾 Eifel O38 型包裝為例，其開蓋的直徑為38毫米，並帶有阻隔密封圈，密封的同時還可以保證瓶子未被開啟，確保瓶內食品的安全，而且易於反覆開啟，適用於冷藏的乳品和果汁產品。據利樂 Compass 2016 資料顯示，過去三年內，利樂全球一步開蓋的客戶過去三年增加了23家，更有市場調查顯示，在中國，約有69%的飲用型酸奶顧客偏好一步開蓋。目前在歐洲市場，利樂冠「一步開蓋」設計已成為諸多產品的選擇，例如芬蘭 Valio 斯慕希酸奶，不僅用 Smoothie 的好口感讓消費者愛上這個品類，同時採用了利樂 TT200 迷你型容量搭配一步開蓋，讓消費者無論是在途飲用亦或是在家享用，都十分便利。



利樂冠在頂蓋方面的另一大創新方案—可分離頂蓋設計，完美融合了便捷與環保。搭載頂蓋分離設計的利樂冠包裝，在頂部有一個預撕線，可以方便消費者在飲用完畢以後分離頂蓋，消費者只需用大拇指一壓就可以將塑料瓶冠與紙質瓶身相分離，在不影響包裝保護性能的基礎上，方便瓶冠與瓶身的分類回收處理。憑藉這一兼具創新與可持續性的巧思設計，該包裝獲得了2015年度的「世界之星大獎」(World Star Award)，並獲得了評委的大加讚賞。此外，利樂新研發的 Saroma 開蓋方式同樣也可以實現頂部分離，它創新地將吸管飲用和開蓋飲用兩種功能整合在一個開蓋上，真正做到了人性化的設計。



在利樂冠揭蓋解決方案中，洛卡 Lokka 易撕一口瓶可謂是「小身材大能量」型的選手。利樂冠一口瓶的身材十分迷你，採用了 100 毫升微型裝，適用於 TT/3 XHMicro 充填設備，因此在系統成本方面具有競爭力。易於撕開的開蓋方式，加以玲瓏小巧的身材，使得洛卡 Lokka 易撕一口瓶成為了一款差異化顯著的包裝，具有讓人眼睛一亮的貨架競爭力。同時，它也是一些日常健康飲品的最佳載體，十分符合當



下健康概念頻出的消費市場，有效助力客戶創新。例如日本市場上的養樂多產品，採用了養樂多專利，這樣的益生菌產品搭配利樂冠洛卡一口瓶包裝方案，能讓消費者體驗便捷養生兩不誤的生活方式，同時也有助提升消費者對產品的粘性。

結語

六十多年來，創新始終是利樂發展的原動力，無論是市場需求的驅動，還是領先一步的企業意識，都讓利樂成為客戶值得信賴與共同成長的忠實夥伴。面對新概念新品類層出不窮的升級市場，利樂一如既往地著眼消費者趨勢、聚焦行業在成本、差異化產品等方面的需求。未來，利樂與客戶的攜手之路將越走越寬，在保持創新力的同時、以靈活生產方案與多元化新品來幫助客戶保留傳統優勢，並拓展新興市場，一起贏得更美好的明天。



達拉自然探索營： 「最美課堂」演繹環保轉型

「保護好品質」是利樂的品牌承諾。多年來，利樂不僅致力於確保安全的食品隨處可得，更始終關注人類發展、致力與環境和諧共生，與中國政府一起攜手應對新的機遇與挑戰，並透過產品研發和技術服務來支持客戶未來業務的可持續增長。利樂始終關注整個價值鏈中的環保績效，試圖以最優營運方式保護地球的未來，這也體現在利樂三大品牌承諾「保護食品、保護人類、保護未來」之中。

可持續發展是利樂一貫堅持的經營理念，繼2016年4月由利樂捐贈的創新環保裝置—達拉木馬正式亮相中國上海國際旅遊度假區之後，2017年，利樂中國與申迪集團再度聯手打造達拉自然探索營，藉由趣味體驗課程，以及身體力行的探索與體驗，讓孩子們親近大自然，進而選擇低碳環保的生活方式。本次達拉自然探索營的落成，不僅僅是利樂中國與申迪集團在倡導環保理念方面的全新舉措，更是進一步實現了從硬體捐贈到軟體培養的全面升級，體現了從為公眾培養環保意識到自主參與環保體驗行動上教育模式的新轉變。

從去年環保裝置的捐贈到今年達拉自然探索營的開幕，利樂不斷以創新的形式，由淺入深，積極參與到公眾的環保教育中來。在社會各方的合作下，達拉自然探索營利用園區內的自然資源，為孩子們打造了一個接觸自然、走進綠色、喚起行動的戶外「最美課堂」。小朋友不僅可以在景色宜人的園區裡快樂玩耍，還可體驗包括「野營訓練、五感搜索、野鳥課堂、生機野餐、濕地演習、創意手工」等主題的趣味課程，在嬉戲中提高動手能力，習得環保小知識。

達拉自然探索營中的「秘密城堡」





小朋友充分發揮動手能力，
助廢棄紙包裝踏上再生之旅

在利樂看來，達拉自然探索營是利樂在「保護未來」這一領域的進階行動，而探索營的開展本身就是一個提倡減量化、可循環的環保教育體驗。活動期間的休息室、達拉木馬地標、昆蟲城堡等活動地的材料都是取自園區內可循環利用的原料，把資源利用做到最有效的重覆利用。

上海國際旅遊度假區管委會主管孫才國表示：「利樂長久以來堅持的可持續經營理念與上海國際旅遊度假區的綠色發展定位不謀而合，這為雙方保持良好的合作奠定了堅實的基礎。此次達拉自然探索營的開幕，也為今後政府支持企業進行公益傳播合作實踐了有益嘗試。通過潤物細無聲地體驗式教育，向孩子和公眾傳遞綠色、健康的環保科教資訊，對強化公眾環保理念將發揮重要作用。」

「在野區中喚起孩子們對大自然的好奇心，身體力行中接受人與自然和諧相處的環保理念，這對於引導公眾重視生態系統維護，有序利用資源，以及規範垃圾分類等具有積極的探索意義，並且已經成為全球推動可持續發展理念的主流模式之一。希望達拉自然探索營的嘗試，能夠開啟中國企業與政府協作推動可持續發展理念的有益嘗試。」世界自然基金會(WWF)上海專案主任任文偉這樣說道。

多年來，利樂始終遵循「可循環、減量化、可再生」的環保理念，並將其貫穿於環保行動中。從2008年北京奧運會期間，利樂響應中國政府對「綠色奧運」期間車輛減排的規定，整改車輛，組織綠色車隊；到2010年世博期間利樂攜手上海世博會事務協調局與《新民晚報》聯合發起的「綠色世博·『椅』我為榮」牛奶飲料紙包裝回收行動；再到2016年與申迪集團簽署可持續協定，捐贈了由438萬個牛奶飲料紙包裝再生而成的達拉木馬，以及2017年達拉自然探索營的落成，作為一家致力於環保的負責任企業，利樂的初心始終在延續。

