

产品设计方案
产品图示



小组成员：孙建臻、董倩、曹攀攀

班级：18 级食品加工技术一班

目录

一、产品描述	1
二、产品配方	1
三、产品工艺	2
四、产品评价	2
五、食品安全的控制方案	2
六、产品包装	3
七、市场潜力分析	3
八、小组分工	4

一、产品描述

本产品是由纯牛奶、蓝莓、白砂糖、菌粉等原料制作而成，制作过程分为两部分：一是自制酸奶部分以牛奶为原料，经过杀菌后再向牛奶中添加有益菌（发酵剂），经过发酵后在冷却罐装的一种牛奶制品，属于风味发酵乳，应符合 GB19302-2010 的相关标准。二是蓝莓酱制作部分主要以蓝莓为原料，蓝莓对半切开加一些糖，腌制 1 小时，再用小火熬制浓稠。最后采用瓶装的包装方式进行包装做成的美食。

二、产品配方

纯牛奶:750ml、蓝莓:150g、白砂糖: 10g、菌粉: 1g

以上材料能做出 280ml（4 瓶）蓝莓酸奶

三、产品工艺

首先是（低糖）酸奶的部分：

第 1 步准备好纯牛奶、菌粉和白糖；

第 2 步先用开水把用具烫 2 分钟，进行消毒杀菌；

第 3 步先加入一部分牛奶，放入白糖搅匀，也可以不放。加入适量的白糖，会使味道更（柔和）一些；

第 4 步把剩余的牛奶加入，搅拌均匀；

第 5 步加入一小包菌粉，并再次搅匀；

第 6 步将以上调制好的“低糖酸奶”分装至小瓶，然后放入酸奶机中，盖上盖子；

第 7 步接通电源，发酵 10 小时；

第 8 步酸奶发酵结束后取出。

其次是蓝莓酱制作部分：

蓝莓对半切开加一些糖，腌制 1 小时，再用小火熬制浓稠。

完成以上两部分之后：先取出一些（低糖）酸奶，加入适量蓝莓酱先搅拌均匀，接着加几勺在原味酸奶瓶中，用小勺子将混合部分的酸奶轻搅几下，做出渐变效果，再加一些装饰，美味又好看的蓝莓酸奶就做好啦。

四、产品评价

（1）色泽：均匀一致，上部呈深蓝色或紫罗兰色，下部呈乳白色；

（2）滋味、气味：酸甜，具有蓝莓特有的清淡香味；

（3）组织状态：呈均匀粘稠状，果肉细腻。

五、食品安全的控制方案

自制酸奶部分安全控制：

1、选无菌牛奶：采用无菌牛奶制做的酸奶紧密口感较好，因为其乳清蛋白经过了充分的变性。

2、发酵剂选择：可选益生菌较多的原味酸奶、与牛奶的比例为 1:4。若采用发酵剂，不宜选择大袋装的、容易被混入其他细菌，独立小袋装最佳。

3、容器要消毒：容器内也可能含有其他细菌影响酸奶的质量，所以一定要做好消毒杀菌工作，采用高温热烫即可。

4、冷藏调口感：酸奶一般经过 8 小时即可凝固发酵成熟，但不建议此时使用，将其搅匀再冷藏 12 小时后在食用口感最佳。

制作蓝莓酱部分安全控制：

1. 挑选蓝莓

自制蓝莓酱的第一步就是挑选好的蓝莓，我们在超市里买到的蓝莓大多都是进口蓝莓，这种蓝莓的口味比较淡，吃到嘴里既不够甜也不够酸。自制蓝莓酱的最佳选择要数大兴安岭的纯野生蓝莓，这种蓝莓的口感偏酸一些，加入白糖或蜂蜜后味道刚刚好。

2. 清洗蓝莓

要做出干净卫生的蓝莓酱，把蓝莓买回家以后要用正确的方法来清洗。先准备好一大盆清水，加入适量面粉或淀粉混合均匀，放入蓝莓浸泡 10 分钟左右，再用手轻轻搓洗蓝莓，最后捞出蓝莓冲洗干净待用。

3. 煮制过程中注意问题 ①煮蓝莓酱的锅要用能耐酸的锅，如不锈钢锅、搪瓷锅或砂锅等，搅拌用的勺子最好用木勺、不锈钢勺或耐高温的硅胶刮刀。②把蓝莓捏碎或煮的时候都要注意防护，因为蓝莓汁溅到衣服上很难洗掉的。③小火煮制并不停搅拌是制作所有果酱都必须遵守的黄金法则。

酸奶机安全控制：

1. 第一次使用酸奶机，要先清洁，用开水烫洗，进行杀菌消毒，以确保酸奶制作过程中无

病菌，但需要注意的是，不要用消毒液消毒，因为如果消毒液清洗不干净，会杀死乳酸菌，影响发酵。2、使用前先检查电压是否相符，电源线是否有损坏，电源插头是否接触良好。酸奶机摆放位置要正确，不宜摆放在离易燃物太近的地方，最好也不要靠近水源。3、酸奶机运行过程中，不要用湿手插拔电源插头，否则容易触电。4、酸奶机每次使用完，都要清洗干净，并用干布擦干，放进包装盒中或干净的地方保存好，以备下次使用。若是酸奶机发生故障，非电器专业人员不要自行拆卸修理，以免造成更严重的损坏。

六、产品包装

1、由于玻璃包装材料适合自动灌装生产线的生产，国内的玻璃瓶自动灌装技术和设备发展也较成熟，采用玻璃酸奶瓶包装酸奶和牛奶等在国内有一定的生产优势；

2、玻璃包装材料

能够较容易的进行颜色和透明度的改变，尤其是看酸奶和牛奶类包装；

3、玻璃包装材料安全卫生、有良好的耐腐蚀能力和耐酸蚀能力，适合进行酸性物质的包装；

4、玻璃包装材料具有良好的阻隔性能，可以很好的阻止氧气等气体对内装物的侵袭，同时可以阻止内装物的可挥发性成分向大气中挥发；

5、玻璃包装材料可以反复多次使用，可以降低包装成本。

七、市场潜力分析

（一）市场情况

随着消费者收入递增，酸奶市场高端化产品增长迅速。酸奶市场高端化产品销售额增长速度高达28%，而大众化酸奶产品销售额仅为7%。未来可预计高端化酸奶发展前景可期。包装形式新颖，饮用设计更加人性化，而且系列产品采用明亮鲜艳的包装风格，命名和设计贴合口味主题，年轻时尚形象吸引眼球。销售主体是年轻人：他/她们乐于接受新鲜事物，充满好奇心，他/她们懂的犒赏自己，有时尚健康的饮食观念，他/她们拥有浪漫细胞，向往浪漫生活，懂得创造浪漫氛围等等，新生代大学生，青春妩媚、阳光开朗，富有挑战性，我们找到集中的人群。

（二）校园渠道的运作思路

1. 导入校内店（超市、奶站、便利店、水吧、餐饮店等）

2. 自动刷脸售货机

3. 陈列：自建品牌陈列柜、渠道自有陈列柜

4. 动销：充分利用互联网的力量、发挥高校社团的作用、寻找意见领袖、用熟悉大学生的方式“说话”、创意活动、促销活动等。

（三）蓝莓酸奶的优点

1. 可以提高大脑的活力，因为蓝莓酸奶里面富含丰富的类黄酮，能够缓解脑部的疲劳症状，蓝莓有助于心脏的健康，

2. 还可以降低血糖，预防癌症，甚至是防止膀胱炎的产生，对于爱美的女性来说，经常喝蓝莓酸奶，不仅不会导致身体发胖，还可以散热，帮助减小腹部脂肪，防止便秘，强壮骨骼，是非常好的一种减肥食物；

3. 可有效的促进血液循环，防止一系列的动脉硬化疾病，经常和蓝莓酸奶，能够促进体内的代谢功能，对于肌肤的保湿，肌肤的代谢，防止肌肤干燥，具有非常好的作用。

八、小组分工

分工情况	组员姓名
资料搜集和产品设计	孙建臻、董倩、曹攀攀
PPT 制作和产品设计方案	曹攀攀
产品视频制作剪辑	董倩
汇报视频剪辑	孙建臻