



“认养一头牛”创始人徐晓波：

# “只为用户养好牛”

即将上市的认养一头牛，外界对它印象最深的是让其成功出圈的“认养模式”。

作为认养一头牛的创始人，徐晓波最初设定认养模式的初衷是，想让用户了解这杯奶是怎么来的，于是就将公司名称叫做“认养一头牛”。那时恰逢自媒体兴起，传播方式的巨大变化给认养一头牛带来了巨大机会，公司抓住了第一波自媒体流量红利，迅速触达消费者。

如今，除了“乳业”，徐晓波发现了更适合做认养模式的品类——牛肉。

## 愿意“放权”

同事们发来的直播截图，让徐晓波忍不住打开了抖音，此时东方甄选的董宇辉老师一边推荐认养一头牛的牛奶，一边结合认养一头牛的英文翻译 Adopt a cow，“说着‘Adopt’和‘Raise’两个英文单词的用法。”

徐晓波很少看短视频或直播带货等内容，他觉得自己并不是这类受众人群，但他依旧认同这些新渠道存在的价值。而东方甄选的直播，打破了他过去对直播带货的固有印象，他觉得很有内容。

2021年，东方甄选还没有太多流量时，认养一头牛团队就已经与其接触。当初与东方甄选合作，也没想过有一天会火。早在认养一头牛创立初期，团队凭借对新渠道、新市场敏锐的洞察力抓到了一次又一次流量红利。徐晓波说：“年轻人的玩法还是要年轻人去研究，我负责养好牛。”

除了直播业务，在很多事情上，徐晓波都愿意“放权”。他在管理上更倾向于把握大方向，更细节的东西会找专业的人去做。“我基本上不会去参与团队的事情，或者指责他们，让团队按照我的思路来。”绝不搞一言堂，是他对自己提出的要求。在制定大的战略前，他通常会征求团队的意见，大家基本上觉得志同道合了，才会去做。

大道至简，在徐晓波眼中，认养一头牛这家公司无论是文化、基因、价值观，还是业务、组织、战略，都很简单，凡事他喜欢遵从简单的逻辑。“我不喜欢把公司做成家长式或者家族式的公司。”

## 深耕线上渠道

徐晓波创办认养一头牛的故事被外界

熟知。2012年，徐晓波在给孩子挑选奶粉的过程中，开始思考如何可以买到一杯放心奶。他突然意识到，这或许是一个很大的机会。如果能够让消费者信任，让消费者相信产品的安全性，何愁没有销路？

一个创业想法的雏形渐渐出现，徐晓波想做一种能让消费者放心的乳制品，而这种安全是可以被消费者看到的。怎么做？可以从源头、从原材料做起。

坚定想法后，徐晓波从2012-2014年间，走过七个国家100多个牧场，累计跨国飞行427个小时，学习全国各地优秀牧场的管理经验。2014年，徐晓波斥资4.6亿元建立起公司首座现代化牧场，并从澳洲引进6000头荷斯坦奶牛。

在决定进入乳业行业时，徐晓波身边没有一个人看好。这个行业既有蒙牛、伊利双寡头，也有光明、三元等地方乳企，早已是一片红海。“九死一生呗，一个时代总会有一个时代的品牌。”房地产创业积累的财富，让他早期构建牧场和畜养奶牛时更加从容和淡定，不需要依靠外部融资。所以，他没有资本的压力，能够耐心地等待3-5年，去构建自己的护城河。

2016年，自媒体兴起，信息传播方式发生了翻天覆地的变化，人人都是自媒体，让信息触达变得更加高效直接，于是，徐晓波想，是否应该做一个产品，能够与用户深度互动起来，让用户能够看见一杯好牛奶的诞生，于是，通过在自有公众号上直播养牛，让消费者24小时观看奶牛成长，认养一头牛逐渐被用户熟知。早期的营销手段，提升了认养一头牛整体营销效率和触达用户的效率。

认养一头牛还会邀请用户去专属牧场进行溯源，与用户一起共创产品。为了加强与用户的互动，认养一头牛上线了养牛小游戏。同时，认养一头牛还会与当下用户喜爱的品牌进行联名，比如康师傅、奥利奥、喜茶等。徐晓波认为，认养一头牛品牌的崛起和新渠道的风口、红利密不可分。同时，也得益于杭州这片能够孕育新零售、新消费品牌的沃土。

但短期内，从自身实际情况考虑，徐晓波依旧选择深耕线上渠道。他认为，未来线下零售商超，包括夫妻老婆店等零售商业模式还会发生翻天覆地的变化。而对于认养一头牛来说，线上是他们所擅长的。

## 探索品牌肉牛业务

2021年之前，认养一头牛的战略定位为“只为一杯好牛奶”，如今，认养一头牛的定位变成了“只为用户养好牛”。因为除了“乳业”之外，认养一头牛也开始探索品牌肉牛业务，基于过去牧场管理经验及供应链优势实现“奶牛+肉牛”业务双轮驱动。

创业之初，徐晓波就意识到，农业创业需要做好长期战斗的准备。如今，回过头来再看，他不再将认养一头牛看作是一家乳业品牌，而是将之定义为大型工业化、科技化的农业产业，他追求的是产业的规模化、机械化和标准化。

现阶段，徐晓波尤为重视对遗传改良、科技的投入。为此，他多年来一直重视在胚胎生物技术方面的投入，认养一头牛的康宏牧场如今已经被农业农村部遴选为“国家奶牛核心育种基地”。“这就相当于农业中的芯片。”徐晓波称，这种技术能够通过科技手段，培育生产性能优良的奶牛个体，推动畜牧业产业升级。

除此之外，不断布局上下游产业供应链，也是徐晓波非常重视的业务。从2014年开始建设第一座牧场至今，认养一头牛已经拥有七座现代化牧场、一座乳制品加工厂。2022年，认养一头牛第二座加工厂日处理生鲜乳600吨，乳制品加工项目落地河北省衡水故城。

自2016年成立后，认养一头牛逐渐被资本市场所关注，接连融资两轮。2021年4月，公司获得A轮融资，12月又获得B轮融资。



此外，公司已完成上市辅导备案，计划在A股上市。

至于未来认养一头牛能够发展到多大的规模，徐晓波称，希望用户能够认为这家企业是靠谱的。“食品行业就是良心行业，这些基础做得不扎实，消费者能够一天让你回到解放前。”

据《中国企业家》

中国邮政报刊发行  
China Post Newspapers & Periodicals Distribution

随心订阅  
“邮”享生活



关注“中国邮政微邮局”微信公众号

·报刊在线阅读网址 BK.11185.cn  
·客户订阅电话 11185  
·全国邮政营业网点  
·合作服务电话 010-68859199

中国邮政报刊发行  
China Post Newspapers & Periodicals Distribution

随心订阅  
“邮”享生活



扫码订阅《吉林农村报》

·报刊在线阅读网址 BK.11185.cn  
·客户订阅电话 11185  
·全国邮政营业网点  
·合作服务电话 010-68859199

## 本版合作媒体

# 文摘旬刊

全国各地邮政局所均可订阅

邮发代号：11-51

全年定价：96元

电话：0431-88601001

地址：长春市高新区火炬路1518号