

内蒙古现代畜牧业发展战略研究项目启动



□文/图 本报记者 封斌

3月23日,内蒙古现代畜牧业发展战略研究项目启动暨高端智库研讨会在呼和浩特召开。

会上,中国工程院赵春江院士、中国农业大学李德发院士、西北农林科技大学张涌院士、中国农业科学院姚斌院士,以及来自内蒙古农牧业科学院、内蒙古农牧厅奶业处、内蒙古大学、内蒙古农业大学等畜牧业发展领

域的专家学者与相关部门负责人,通过线上线下相结合的方式,围绕当前内蒙古现代畜牧业发展的战略方向,对项目研究的内容与关键问题进行了深入探讨与交流。

据记者了解,内蒙古现代畜牧业发展战略研究项目是中国工程院院地合作重点咨询研究项目。该项目由内蒙古科学技术厅战略研究中心管理,项目负责人为中国工程院赵春江院士,研发团队不仅由多名院士领衔,而

且吸收了畜牧业领域主要高校、科研院所、企事业单位的相关专家学者参与。

据介绍,项目将重点聚焦奶牛、肉牛、肉羊3大产业,调研政府管理部门、畜牧业龙头企业、种畜场、养殖大户4类主体,瞄准良种繁育、畜牧养殖、种养循环、屠宰加工、冷链物流、市场营销6大应用场景,围绕“剖析内蒙古畜牧业发展优势与发展现状、厘清内蒙古现代畜牧业发展的问题与需求、借鉴国内外现

代畜牧业产业典型发展经验、绘制至2035年内蒙古现代畜牧业发展路线图、提出内蒙古现代畜牧业发展路径与保障措施”五大任务开展为期一年的深入研究。通过科学系统的方法,形成系列咨询报告、决策要参等,为内蒙古现代畜牧业发展提供前瞻性、战略性、方向性指导,为内蒙古乃至全国把握畜牧业科技发展战略重点,形成以新质生产力为引领的现代化发展模式提供较高的参考价值。

卢敏放升任蒙牛集团副董事长 高飞接任总裁

□本报记者 杨丽霞

3月26日晚间,蒙牛乳业发布公告,按照集团战略安排,卢敏放升任副董事长,卸任本公司总裁并继续担任执行董事。原高级副总裁、常温事业部负责人高飞接任公司总裁,并担任执行董事。公告称,此次管理层调整是蒙牛集团董事会基于中长期战略考量的重要决定,释放出做大做强蒙牛的信号和信心。

战略领航 全面腾飞

2016年9月,卢敏放临危受命出任

蒙牛集团总裁。上任后,他全面加强企业经营管理,通过推行战略业务布局、加强公司治理能力建设、推动可持续发展等举措,带领蒙牛重回增长轨道。2016年至今,蒙牛业绩接连突破多个百亿大关,8年规模翻倍,全球排名稳居前十。

“得奶源者得天下”,近年来,卢敏放带领团队完成对现代牧业、中国圣牧等大型牧业集团的战略投资,为蒙牛重回增长奠定坚实基础。随着乳制品消费升级,卢敏放着力开辟新品类新赛道,率先布局鲜奶业务板块,创新推出“每日鲜语”品牌,打造了中国高端鲜奶新

标杆。与此同时,着眼中国奶酪市场重要战略机遇期,卢敏放主导收购奶酪龙头“妙可蓝多”,推动乳制品行业从“喝”到“吃”奶的迭代升级。

蒙牛在卢敏放带领下也在加速推进国际化进程,新西兰雅士利工厂、印尼优益C工厂陆续落成,战略性收购澳大利亚原料乳加工商Burra Foods、有机婴幼儿奶粉与食品品牌贝拉米、印尼第一大冰淇淋品牌艾雪,业务遍及东南亚、大洋洲、北美等区域的十余个国家和地区市场,完成了“中国牛”到“世界牛”的转变。

卢敏放带领管理团队提出了“点滴

营养绽放每个生命”的使命,“草原牛世界牛 全球至爱 营养二十亿消费者”的愿景,确立了“天生要强 与自己较劲”的蒙牛精神,明确了以“消费者第一 第一、异想才能天开、让牛人绽放、正直立本、诚信立事”的四个核心价值观,回答“我们从哪来,我们要到哪里去”这一终极命题,引领蒙牛稳步迈向百年发展愿景。

接续奋斗 赢战未来

接过蒙牛总裁帅印的高飞,自1999年蒙牛创立之初加入公司,在乳制品行业深耕多年,主导了蒙牛销售体系的开

拓和发展,在企业管理、品牌建设、人才培养、文化传承、创新发展等方面都拥有丰富经验。继牛根生、杨文俊、孙伊萍、卢敏放之后,高飞成为蒙牛第五任总裁。

高飞在蒙牛任职期间,成绩显著。2016年以来,高飞率先在常温事业部提出“冠军战略”,实现常温业绩逐年上升,液态奶连续五年实现了双位数增长,成为蒙牛当之无愧的“压舱石”。

高飞带领团队打造高端品牌“特仑苏”,成功开辟了国内高端奶制品市场,特仑苏已成为年销售额突破300多亿元

的世界乳业第一大单品。此外,高飞还指挥了俄罗斯世界杯和卡塔尔世界杯蒙牛营销战役,创造了众多行业经典案例,全面提升了蒙牛品牌价值。特别值得一提的是,在蒙牛推进数字化转型过程中,高飞主导建成的宁夏全数智化超级工厂,实现了“百人产值百亿”的全球最高人效比,打造了行业最先进的智能制造示范标杆。

继往开来再出发。随着蒙牛管理层的调整,未来将如何穿越行业周期,持续提升盈利能力,坚定做大做强,业内对蒙牛的发展也充满了期待。

现代牧业:2023年营收134.58亿元,原奶产量259万吨

□本报记者 封斌

3月26日,现代牧业发布2023年全年业绩:销售收入实现134.58亿元(人民币,下同),同比增长9.5%;原奶产量达259万吨;成乳牛年化单产提升至12.6吨。

在面对市场回暖缓慢、饲料成本持续高位及奶价下跌等诸多挑战与压力,

现代牧业聚焦成本领先策略,实现了年内每头成乳牛平均年化单产及总产奶量双双创历史新高,畜群规模及原料奶销售收入也取得明显增长。

牛群规模稳健扩大,原奶产量突破历史。截至2023年12月底,在国内13个省份和自治区布局牧场,奶牛存栏量超45万头,较2022年同期增长11.2%。单产和总产双提升。成乳牛年化单产

达12.6吨,同比提高3.3%,处于行业领先水平。原奶产量实现历史性的突破,达259万吨,同比增长9.5%。规模和产量稳步扩大,加大特色奶布局,为可持续发展夯实基础。

在做强核心业务的基础上,全力推动产业链纵深发展。现代牧业于去年成功收购数字平台公司爱养牛的同时又发展粮源科技、现代饲料、现代草业

及蒙元种业等新业务。据记者了解,目前,粮源科技领跑行业;爱养牛成为国内奶产业链电商第一平台;现代草业可控土地资源超100万亩;现代饲料跃居奶牛饲料行业全国前二;蒙元种业自主研发“现代1号”基因组液相芯片填补国内空白。

聚焦成本领先,优化饲料配方,提高产量摊薄成本,加强管理挖潜节流。

在饲料成本上涨的情况下,公斤奶销售成本下降至2.92元,同比下降1.7%,实现行业引领。自由现金流大幅提升。连续3年获得标普BBB投资级信用评级,评级展望为稳定。

在“绿色”上谋转型,在“数智”上求发展。现代牧业持续实施“绿色引领2030”企业战略,以SAP为核心,集成ERP、OA、SRM等外围全业务链条系统,

开启“数字养牛”新时代。2024年3月,现代牧业“FRESH”可持续发展战略新鲜发布,包括五大战略支柱和15个重要议题,明确了未来绿色发展方向和目标。

未来,现代牧业将坚定执行成本领先策略,聚焦牧业做强、饲草做大、平台高效、育种做精,全面推进绿色转型和数字智能创新,发展新质生产力,为实现中国奶业高质量发展贡献现代力量。

蒙牛2023年财报:逆势领跑!以新质生产力推动高质量发展



□本报记者 杜兆侠

3月27日,蒙牛乳业在香港召开2023年全年业绩发布会。蒙牛集团副董事长卢敏放、总裁高飞共同出席。2023年,蒙牛实现全年收入986.2亿元,同比增长6.5%,经营利润为61.7亿元,同比增长13.8%,经营利润率持续同比提升40个基点至6.3%,以高质量增长继续领跑行业。

核心业务逆势增长 渠道优化成效显著

2023年,面对外部环境挑战,蒙牛坚持高质量增长战略,积极强化业务基本盘、优化业务结构、精细化运营管理,实现收入稳健增长,经营利润率持续提升。液态奶市场份额持续扩张,特仑苏市场份额优势持续扩大;低温酸奶业务聚焦美味、营养、功能三大赛道升级创新,实现逆势正增长,连续十九年稳居市场份额第一;鲜奶增速领跑行业,每日鲜语以4.0g乳蛋白升级品质,夯实高端鲜奶标杆地位。

蒙牛持续推动RTM渠道变革,在夯实线下传统渠道深度分销优势的同时,积极开拓线上新零售渠道,通过新场景、新渠道,实现对消费者的有效触达,推动业务增长。其中,常温液态奶线上销售市场份额保持第一,新零售会员体量稳步增长总量超7400万人,并通过数字化工具强化下沉市场掌控力,年内已覆盖乡镇超2.6万个,覆盖乡镇网点超80万家。

大单品持续领跑 品牌引领品类创新

蒙牛各产品线挖掘市场需求,聚焦营养、功能、美味、场景等细分赛道加大品类创新,持续探索潜在蓝海市场。

营养品类创新方面,全面提升产品品质,上市鲜奶迅速占领鲜奶赛道。每日鲜语鲜牛奶推出行业首款4.0娟姗鲜牛奶,稳居高端鲜奶市场份额第一。功能品类创新方面,蒙牛精准洞察消费者痛点,重磅推出蒙牛母品牌0乳糖牛奶。紧抓银发经济新趋势,蒙牛悠瑞高端产品聚焦更适老中老年人的乳清蛋白,提供符合中老年人需求的营养解决方案。

美味品类创新方面,全力打造“每日鲜酪”高端品牌,定位“好吃到舔勺的酪酸奶”,桂花马蹄酪、森林牛油果酪等深受消费者喜爱,上市即霸榜多个电商平台。

场景品类创新方面,冰淇淋业务积极推动产品组合升级,突破季节性限制,拓展消费场景。蒙牛奶酪及妙可蓝多聚焦年龄和场景,持续从“儿童零食”拓展至“成人零食”领域,期内上市蒙牛首款自产淡奶油、国内乳企首创发酵黄油等产品,成功打造面向零售消费者和商业用户的双轮发展模式,继续夯实国内奶酪市占率第一地位。

新业务蓬勃发展 海外市场持续突破

2023年,蒙牛在加大品类创新的同时,围绕特定消费人群,积极探索新业务,从“0到1”成功打磨出高潜新品。

在婴配营养领域,蒙牛推出目前唯一应用中国自研HMO与MLCT两大创新成分的配方奶粉——端唯恩恩4段配方奶粉。在运动营养领域,蒙牛积极顺应运动健身人群“减脂增肌”核心诉求,推出中国首款液体蛋白营养补剂——迈胜运动蛋白饮,助力提升竞技表现和运动后恢复。

在国内市场稳扎稳打的同时,蒙牛“出海”步伐也在加快。年内,蒙牛冰淇淋业务在东南亚市场如破竹,旗下艾雪保持强劲增长,利润率大幅提升,位居印尼市场份额第一,并正式进入越南、泰国、老挝、柬埔寨等市场,深受当地消费者喜爱。

更营养更智慧更绿色 打造行业标杆

2023年,秉承“消费者第一第一第一”核心价值观,蒙牛围绕“营养、智慧、绿色”的三大领先战略方向,持续打造行业标杆。

蒙牛打造的全球乳业首座全数智化工厂在宁夏投产,实现全球最高年度人效比,即100人创造100万吨年产量、100亿元年产值。蒙牛发布全球首个营养健康领域模型——MENGNIU.GPT,打造数智化营养健康管理平台“WOW健康+”,以AI营养师为家庭提供个性化、长周期、多成员的陪伴型健康服务。

同时,蒙牛稳步推进GREEN可持续发展战略及“双碳”战略,率先发布《动物福利政策》等可持续发展政策文件,提出“2030年零毁林”承诺。截至目前,蒙牛旗下圣牧草业累计在乌兰布和沙漠种树9700万棵,绿化沙漠200多平方公里。在上游,打造了一批绿色牧场,2023年实现减碳超过18万吨。在中游,累计建设了30座国家级绿色工厂,云南曲靖工厂成为中国乳业首座获得国际国内双认证的零碳工厂,连续两年实现碳中和。

蒙牛可持续发展获得各界高度认可。MSCI ESG评级升至AA级,成为中国唯一一家取得AA评级的综合型乳制品企业,获评2023福布斯中国年度最佳雇主和最佳ESG实践雇主,并被标普全球评为“行业最佳进步企业”。

第十五届中国奶业大会暨2024中国奶业展览会
The 15th Dairy Conference of China & 2024 China Dairy Exhibition

汇聚江城 智享奶业

主办单位:中国奶业协会

2024年6月 武汉国际博览中心

规格高·规模大·影响广·凝聚力强·全球知名品牌奶业专业展

10万^{平米} | 600家^{展商} | 6万人次^{专业观众} | 20场^{技术论坛}

从种植、养殖、加工到消费、物流、贸易,覆盖全产业链、供应链的奶业盛会!

展览咨询电话/Tel
010-62673064 / 62673667 / 13810426592
E-mail: dacexpo@vip.126.com
http://www.dac.org.cn http://expo.dac.org.cn

中国奶业协会公众号 中国奶业展览会管理系统