



蒙牛:以科技创新铸强产业链韧性,助力“十五五”高质量开局

□蒙宣

3月5日,第十四届全国人民代表大会第四次会议在北京开幕。作为“十五五”开局之年,今年的两会备受瞩目。当天,政府工作报告指出,要坚持把发展的着力点放在实体经济上,因地制宜发展新质生产力,建设现代化产业体系。

会议期间,全国人大代表、蒙牛集团全球研发创新中心研发总监史玉东提出“推动产业链上游高质量发展”“加快乳制品精深加工”“以科技创新推进产业转型升级”“大力发展‘适老食品’”等八项建议,旨在以科技创新培育新质生产力,进一步强化全产业链韧性,实现行业“十五五”开好局、起好步。

加速培育“新质生产力” 推动产业向精深加工转型

当前,我国乳业处于从规模扩张向质量效益转型升级的关键期,存在科技创新驱动不足的短板,产业转型升级在品类多元化、供需均衡等方面仍面临挑战。

为此,史玉东在建议中指出,要以科技创新为核心驱动,加快培育乳业新质生产力,尤其是要加快推动乳制品精深加工发展,这既是调节原奶产能的“蓄水池”,也是打破乳原料长期依赖进口、提升产业链韧性的必经之路。

对此,他建议,一方面,要加强法规建设,优先解决产业发展亟需完善的法规标准,加快乳制品深加工相关标准制定修订,加快完善新型乳深加工产品的生产许可分类、质量标准和检测方法,为企业创新提供清晰指引;另一方面,要全链协同发力,将精深加工纳入国家相关发展规划,支持产业园区建设,引导龙头企业带动全链条数字化改造与融合发展。

一直以来,蒙牛持续加大研发投入,建成了拥有19000株菌株的菌种资源库,在益生菌研发及产业化应用方面取得重大突破,荣获“国家科学技术进步奖”。此外,蒙牛还成为首批自主研发母乳低聚糖(HMO)并获批产业化的本土企业,并推动功能营养成果登上国际顶级期刊《Cell》,在“安糖盾”等产品中成功转化。

同时,蒙牛积极践行将原奶“吃干榨尽”理念,推动产业向高附加值延伸。其首批深加工产品已完成测试,马斯卡彭奶酪率先上市,性能质量均达国标。2026年1月,农业农村部批复公布新一批企业重点实验室建设名单,由蒙牛牵头申报的“农业农村部乳制品精深加工重点实验室”成功入选。

强化产业链韧性 保障“奶瓶子”安全

乳业,是关系国计民生的重要产

业。但当前受宏观环境与行业周期叠加影响,国内奶产业深度调整,尤其是上游养殖端压力凸显,亟需国家强化保障措施,支持行业稳定健康发展。

对此,史玉东建议,一是要优化“粮改饲”补贴政策,推广“公司+合作社+农户”订单种植模式,推动优质饲草料供给本地化;二是强化良种繁育体系建设,鼓励科研院所与企业联合开展基因组选择技术攻关,以科技“突围”助力养殖技术突破;三是加快牧场数字化转型,通过普及数字化、信息化管理,提升牧场运营水平,助力牧场降本增效。

长期以来,蒙牛作为乳业“国家队”,着力以种源与饲料科技创新破解行业“卡脖子”问题,通过上游“种好草、养好牛”保障下游“产好奶”。在饲草端,蒙牛通过长期技术攻关,培育的首稽草品质已达到国际“优级”标准,部分高品质首稽甚至达到“特级”标准;在育种端,蒙牛持续加强奶牛优良品种培育,通过开展“中国百万奶牛基因改良计划”,建成国家级核心育种场2座,累计培育种公牛103头,核心群超4万头,助力我国奶牛育种技术实现从“跟跑”到“领跑”的跨越式升级。

“十四五”期间,蒙牛累计为牧场合作伙伴发放奶款1400亿元,提供各类扶持资金220亿元,并通过推广精准营养、本地化粗饲料替代、优质青贮保障、推进精益ROE改善等技术行动,助力合作

牧场公斤奶成本平均降低近0.2元,平均单产从16公斤提升至35公斤,全面实现“提质降本增收”。

守护“一老一少”

以精准营养助力健康中国

在迈入“十五五”开局之年的关键节点,面对人口结构演变与“健康中国”战略的纵深推进,消费者对乳制品的需求正从基础营养向精准营养转变。新形势下,精准满足“一老一少”及各代际人群的差异化营养需求,已成为乳业高质量发展必须回答的时代课题。

“奶及奶制品营养丰富,对青少年生长发育健康十分重要。国家‘学生饮用奶计划’作为一项民生工程,有助于提升学生体质,应进一步加大普及力度。”史玉东说。

为进一步提升青少年营养健康素质,他建议,将学生奶推广纳入“健康中国”战略重点民生项目,完善中小学生膳食指导及评估体系,定期发布学生营养健康白皮书。同时,进一步推动“学生饮用奶计划”与“农村义务教育学生营养改善计划”等,对留守儿童及低收入家庭实行饮奶全免费政策,并将其纳入乡村振兴项目。

据了解,蒙牛从2002年开始在行业内率先开展“牛奶助学行动”,2017年,将其拓展为“蒙牛营养普惠计划”,2021年再度升级为“蒙牛营养普惠工程”。



至今,该项目累计捐赠10亿元,覆盖28个省、自治区、直辖市,惠及学生2500万人以上,持续为我国儿童青少年营养健康保驾护航。

针对老年群体,史玉东表示,随着我国人口老龄化的加速,加快发展种类更多、功效更丰富、营养更精准的“适老食品”也是落实“健康中国”、助力老年营养改善的重要举措。

针对老年群体营养保障问题,他建议,由相关部委牵头建立老年人营养试点示范项目,开展相关政策研究,摸底调研银发群体营养需求与适老食品供给状况,并针对当下老年人营养需求痛

点,建立适老食品标准体系,促进适老食品产业健康发展,为银发群体营养健康谋福祉。

蒙牛提出的八项建议,既是直击当前产业痛点的“破题之钥”,也是其响应国家“十五五”健康优先发展战略,以产业高质量发展助力“健康中国”的生动体现。面向未来,蒙牛将坚决扛起乳业“国家队”的使命担当,以科技创新持续培育新质生产力,全面布局基础营养、功能营养、医学营养等领域,持续用高品质产品和服务满足人民群众对美好生活的需要,为中国式现代化建设积极贡献蒙牛力量。

天润乳业调整高管薪酬

近日,天润乳业发布公告称,为进一步健全公司高级管理人员激励约束机制,促进其与公司更好实现利益绑定,根据《公司法》《上市公司治理准则》等有关法律法规及《公司章程》的规定,结合公司实际情况,在原薪酬方案基础上对高级管理人员的薪酬结构等进行调整,调整后的薪酬方案从2026年1月1日开始执行。

根据该方案,在天润乳业担任管理职务的高级管理人员,根据其任职岗位领取相应的薪酬;同时担任多个管理岗位的,就高发放,不再重复领取岗位薪酬。其薪酬的具体构成为:薪酬总额=基本薪酬+任期激励。

天润乳业表示,基本薪酬的设计和标准主要根据岗位价值、重要性、工作强度、承担责任等因素综合制定。基

本薪酬标准为总经理75万元/年;副总经理、财务总监、董事会秘书、总工程师及其他高级管理人员:60万元/年。基本薪酬中,50%为固定薪酬,按月发放;另50%为绩效薪酬,于相应定期报告披露后两个月内依据考核情况确定发放。其中,总经理的绩效薪酬全部为年度绩效薪酬,除总经理外的其余高级管理人员的绩效薪酬分为40%季

度绩效薪酬和60%年度绩效薪酬两部分。

任期激励是在公司年度财务报表经审计并披露后,若公司完成年度目标利润总额的100%以上,将从超额完成的利润总额中计提10%—15%作为当年任期激励,在每届董事会三年任期届满后,依据高级管理人员任期内考核情况予以分配发放。

公告显示,上述薪酬均为税前金额,应缴纳的个人所得税由天润乳业统一代扣代缴。相关人员因换届、改选、任期内辞职等原因离任的,薪酬按其实际任期计算并予以发放。

绩效薪酬、任期激励主要以企业经营业绩目标完成情况,结合个人业绩贡献等因素综合考核确定,并经薪酬与考核委员会审核后发放。

除上述薪酬方案以外,天润乳业可以根据经营情况和市场情况,针对高级管理人员采取中长期激励措施,包括股权激励、员工持股计划等,具体方案根据相关法律、法规视公司经营情况另行确定。公司高级管理人员享受的职工福利津贴按照公司内部有关管理制度执行。

(天润乳业公告、新乳业)

总投资6亿元!飞鹤宁夏乳品项目预计6月投产

近日,位于宁夏灵武市的飞鹤(宁夏)智能化乳品加工项目建设现场一片繁忙,塔吊有序运转,焊花闪烁其间,工人们穿梭忙碌,各司其职,全力推进项目建设。记者了解到,目前该项目单体建筑已全部封顶,正集中开展内部装修与设备安装工作,预计今年6月建成并投入试生产。

为何选择宁夏?飞鹤(宁夏)智能化乳品加工项目生产经理赵鑫给出答案:灵武市地处国际公认

“黄金奶源带”,区域内奶牛规模养殖场集聚,奶源关键品质指标优于欧盟标准,为高端奶粉生产提供顶级原料保障,这也是企业落子此地的核心原因。“项目占地面积达15万平方米,一期计划总投资6亿元,将建设日处理鲜奶1000吨的智能化乳品加工生产线,涵盖现代化综合乳品智能加工生产车间、仓储、冷库、检测中心、动力中心及微生物实验室等功能区域,全方位满

足高端乳品生产及检测需求。”

作为飞鹤在全国布局的最大深加工基地,该项目建设坚持高标准、高起点,生产车间严格按照GMP(良好生产规范)标准和EHEDG(卫生工程标准)设计,打造10万级国际标准化净化车间,同时集成国内外先进的乳品加工设备,规模化生产乳铁蛋白、脱盐乳清粉等高端原料,着力破解国内乳业关键原料“卡脖子”难题,推动关

键原料实现国产替代,提升国产乳业核心竞争力。

“我们将依托宁夏优质奶源基地,推动‘养殖-加工-销售’一体化发展,不断提升当地乳业附加值,助力西北乳品产业集群建设。”赵鑫表示,项目建成后,预计年销售收入超30亿元,同时可直接带动300人就业,不仅有力推动灵武地区乳品产业链提质升级,还能拉动当地运输、包装、零售、能源等相关

产业协同发展,进一步增加就业岗位和地方税收,优化区域产业结构,对促进当地社会效益、经济效益提升及社会稳定发挥积极作用。

“我们还将与宁夏本土规模化牧场建立深度合作合作关系,通过标准化奶源管控和先进加工工艺,实现‘从牧场到工厂’的全程品质追溯,让消费者喝上更安心、更优质的乳制品。”赵鑫表示。

(银川新闻网)

又一合成生物研发生产基地项目在呼和浩特开工

□武子喧

近日,合生远景(内蒙古)生物科技有限公司母乳低聚糖(HMOs)研发及生产基地项目,在呼和浩特经济技术开发区举行了开工仪式。

天津合生生物科技有限公司自2023年8月成立以来,始终专注

于母乳低聚糖的研发与产业化,目前已开发了多款具备商业化前景的合成生物学产品。该公司掌握益生菌元结合、功能性食品、特医食品、食品营养与慢病干预等相关产品的研发能力,并完成了从产品研发生产到下游应用的全链条技术覆盖。

此次在内蒙古成立的合生远

景(内蒙古)生物科技有限公司,将建设成为集HMOs研发、生产、应用于一体的综合性基地,总投资2.5亿元,占地面积68.8亩,致力于打造我国北方乃至全国重要的HMOs制造中心。

天津合生生物科技有限公司董事长刘斌介绍,在基地建设方面,公司将严格遵循国家标准,

融合GMP管理规范打造高标准厂房。在产能规划方面,计划于2026年6月建成年产20吨的产业化研发及生产示范线,2029年前实现千吨级产能全面达产,形成规模化、集约化的核心生产能力。

更值得一提的是,基地以“黑灯工厂”模式智能运营,全流程自动化可追溯,同步推进国际质量认

证,保障产品安全与品质。“通过全程无人化操作和智能化管理,最大限度保障产品品质稳定,树立生物科技领域‘生物智造’的新标杆。”刘斌表示,项目落地将进一步增强高端营养原料自主供给,带动产业链协同发展,为健康中国与世界生物产业高质量发展注入新动能。

(孔文燮)

甘肃农垦庄园股份 外贸喜迎“开门红”

近日,庄园股份外贸业务迎来新春良好开局:继两批高品质牛奶顺利出口东南亚市场并收获良好反馈后,客户追加订单热情高涨,订单总量显著提升,成功实现一季度外贸“开门红”。此次外贸业务的新突破,不仅为庄园股份全年国际化发展奏响昂扬序曲,更标志着“庄园牧场”品牌正稳步走进全球消费者的视野。

近年来,庄园股份依托祁连山寒旱奶源带自有牧场的纯净奶源、全产业链品控体系及国际先进生产工艺,凭借产品硬实力,不断在国际市场中赢得口碑。面对日益激烈的全球竞争,公司以稳定品质和灵活应变能力促成客户复购增量,充分彰显了企业扎实的发展根基与市场竞争力。

(翟子清)

公司新闻

骑士乳业2025年度 实现营收13.22亿元

2月27日,骑士乳业披露2025年度业绩公告称,2025年实现营业收入为13.22亿元,上年同期为12.97亿元,同比上升1.93%;实现归属于上市公司股东的净利润为5059万元,同比增长757.49%。骑士乳业表示,业绩变动的主要原因为,报告期内,公司募投项目顺利结项投产,公司生鲜乳销售量增加,营业收入、净利润随之增加。报告期内,受市场因素影响,生物性资产处置价格较上年度增加,报告期内生物性资产处置损失减少。2025年投资损失较上年度大幅减少。

(孔文燮)

甘肃农垦庄园股份 外贸喜迎“开门红”

近日,庄园股份外贸业务迎来新春良好开局:继两批高品质牛奶顺利出口东南亚市场并收获良好反馈后,客户追加订单热情高涨,订单总量显著提升,成功实现一季度外贸“开门红”。此次外贸业务的新突破,不仅为庄园股份全年国际化发展奏响昂扬序曲,更标志着“庄园牧场”品牌正稳步走进全球消费者的视野。

近年来,庄园股份依托祁连山寒旱奶源带自有牧场的纯净奶源、全产业链品控体系及国际先进生产工艺,凭借产品硬实力,不断在国际市场中赢得口碑。面对日益激烈的全球竞争,公司以稳定品质和灵活应变能力促成客户复购增量,充分彰显了企业扎实的发展根基与市场竞争力。

(翟子清)

现制酸奶赛道 迎新旧迭代

□孟佳俊

近期,一批主打颜值与手作的现制酸奶品牌在杭州加速拓店。从杭州中心负二层的“楼下酸奶”,到李若桃手作酸奶,这些单价多在20元左右的“漂亮酸奶”正逐步改写市场格局。

与传统酸奶店不同,新锐品牌用做糖水的思路打造产品,将视觉美学与食材层次深度融合。楼下

酸奶推出的酸奶冰沙、酸奶碗等品类,价格在16元到30元之间,主力产品稳定在20元上下。产品命名富有诗意,如“三丹心盏流心甜柿香草籽伯爵脆皮碗”,搭配渐变分层色彩和新鲜果片,视觉清新雅致,深受年轻人喜爱。

手作与健康成为这批品牌的核心竞争力。李若桃手作酸奶铺每家门店都没有可视化蒸煮区,主打“现蒸白糯米+酸奶”的组合,原叶白糯

米酸奶、开心(KXIN)果白糯米酸奶等产品在社交平台收获大量好评。“喝起来是水果酸奶冰沙,里面的白糯米很惊喜,米香浓郁,软糯带嚼劲。”酸奶爱好者王女士说。

与新品牌火热形成对比的是,不少老牌网红现制酸奶品牌正面临经营压力。现制酸奶上一轮快速发展在2023年,茉酸奶、Blueglass等品牌凭借较高定价吸引大量资本入局,到2023年底全国门店

超2.3万家。但仅过两年,行业格局明显变化。

“成也健康,败也健康。”茶饮从业者卡卡表示,随着行业发展,部分老牌品牌的“伪健康”问题逐渐暴露——有品牌被爆原料名不副实,一杯宣称“低脂健康”的酸奶奶昔热量堪比一碗米饭。高价隐患也日益凸显,在消费理性化趋势下,较高客单价让不少人消费意愿降低。此前定位高端的Blueglass、

茉酸奶等品牌也开始下调定价,行业进入出清阶段。

业内人士指出,现制酸奶赛道的迭代既是行业发展的必然趋势,也为整个行业敲响警钟。品牌要长久立足,不能只靠单一特色和噱头,健康理念要真实可追溯,定价需贴合市场需求,产品更要走出同质化内卷。“现制酸奶行业并未降温,只是告别了虚火旺盛阶段,迎来更理性的发展期。”