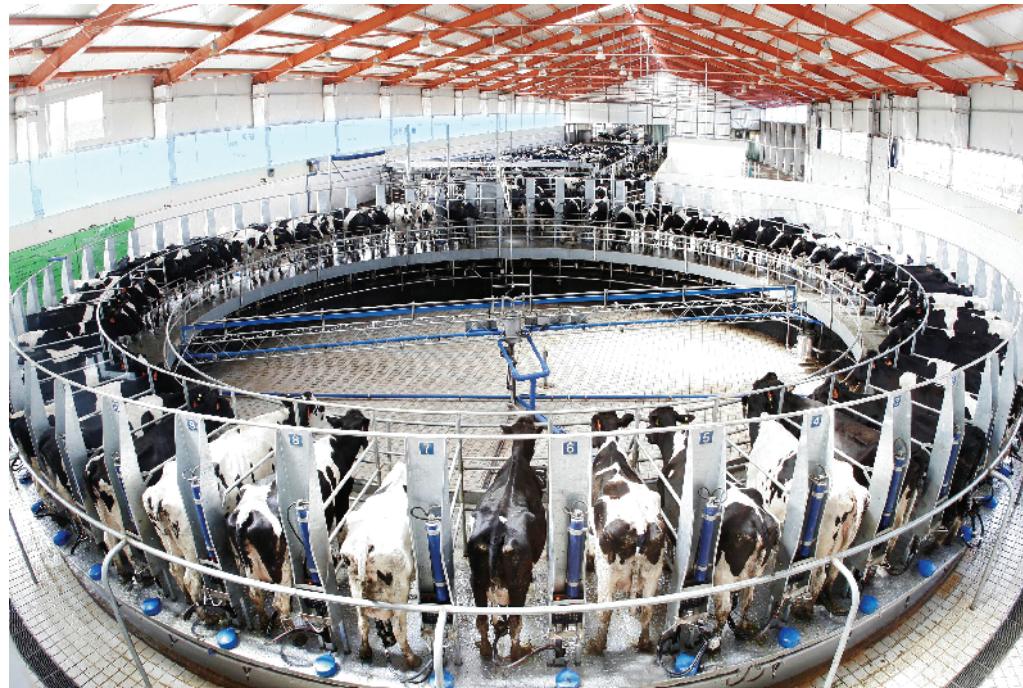


特别报道

一杯好奶从牧场到餐桌 背后是数字化的乳业新基建

随着实体经济加速数字化转型升级，疫情之下中国经济展示了韧性和潜力，“新基建”成为了经济发展中的重点。面对疫情“大考”，企业提升数字化水平成为赋能经济高质量发展的路径。蒙牛作为中国乳业代表，被认为是传统行业向数字化蜕变的典型。面对疫情，蒙牛把数字化作为重要的“战疫武器”，赋能乳业新基建，不仅自身实现全产业链的升级，而且用责任心和行动力守护了行业的稳健前行。



■图为现代化智能化的转盘式挤奶设备。

从源头到工厂 打造乳业领域最强工业互联网

不久前，国家发改委首次明确“新基建”范围，包括信息基础设施、融合基础设施和创新基础设施。乳业作为国民经济中涉及到第一、第二和第三产业的重要行业，在“新基建”中也将实现高质量发展再上台阶。

融合基础设施是新基建的核心要点之一，中国乳业的新基建即要求有关企业打通产业链的各个环节，通过数字化建设，打造智慧供应链。蒙牛的数字化工作已经深入各个环节，后台的生产管理、质量管理，到前端的供应链的调度等，在智慧供应系统中有条不紊地运行。通过软件硬件的完美结合，将整个产业链纳入同一套系统，并不断地智能优化，建设完善的数字供应链系统，提振了抗风险能力，实现了企业管理的提效。

工业互联网是“新基建”的重点范围之一，而牧场和工厂的数字化就是乳业主要的实践领域。

据悉，蒙牛自2019年开始，已经开始运行数字化牧场，提供数字奶源，将过去精益管理模型的经验，嵌入平台管理分析，为牧场管理提供更全面的数据支撑。而且蒙牛集成对行业所有主流硬件设备，为牧场信息化数字化管理提供最简易的平台，从而实现了轻松管理牧场。

在蒙牛的智慧牧场，人工智能技术赋能传统奶牛场精准饲喂、疾病监测、育种管理等各项环节。智能实时监测网络根据每头奶牛的不同生长周期进行精细化分群，摄像头结合AI算法无接触式对牛进行体况评分，智能项圈分析

奶牛运动步数。这使得800多个牧场的100万头奶牛都有了“云管家”，为奶源的安全提供了更加科学健康的保障。通过协同平台，为牧场提供线上及时帮扶，做到不利信息及时预警、行业资讯及时同步等，为牧场运营提供更好的支持，让牧场管理更放心更安全，提振了公司的核心竞争力。

蒙牛的智慧工厂则引入全球领先的乳品加工设备和加工工艺，建立全生产流程数字化质量管理体系，从而形成供应链管理数据生态圈。进一步做到了透明化生产、数据化管理、一键式追溯，从奶源、生产、物流、销售到消费者沟通，建立全产业链的4Q质量管理体系，提升对完美产品的全过程质量管控及安全保障。

助力复工复产 诠释责任担当

蒙牛紧紧抓牢经济责任、社会责任主线，实现企业高质量发展，助力中国乳业振兴，打造世界级的中国乳业品牌。

20多年前，蒙牛怀揣着做强中国乳业、守护国民健康的责任感，在内蒙古大草原诞生。多年来，企业快速成长壮大，跻身全球乳业十强。中国乳业从曾经的“小作坊”式经营，迈入了集约化牧场、智能化工厂的现代化时代，相比不少传统乳业强国实现了“弯道超车”。

坚守质量，是蒙牛责任的基础。“奶以安为要”，我们处处贯彻“不妥协”的理念，把保障食品安全、提升产品品质作为一切工作的重中之重。不断创新，是蒙牛责任的驱动。我们积极响应国家新基建号召，建设数字牧场、打造智能工厂、构建智慧物流、用大数据赋能销售，成为全国乃至全球乳业数字化转型的引领者。产业共赢，是蒙牛责任的抓手。作为“强乳兴农”倡议的提出者，我们一直着力构建和完善奶牛养殖和乳品加工之间的利益联结

机制，推动实现共担风险、共享成果、共同发展。蒙牛更积极承担起行业“国家队”的社会责任，走生态优先、绿色发展之路，在绿色包装、节能减排、牧业治沙等方面创造出一系列经典案例。

疫情防控中，蒙牛积极响应国家号召，快速复工复产，保障全国乳品市场供应和价格稳定。先后投入7.4亿元，为抗疫一线工作者、患者提供营养支持，在武汉捐建“中华慈善总会疫情防控应急物资中心”，将牛奶等捐赠物资送到全国1万多家医院。此外，还筹备了30亿元免息资金和全年100亿元的金融授信，帮助广大奶农共渡难关。

责任与担当是用金钱买不来的无价财富，并将转化为推动企业高质量发展的不竭动力。蒙牛人将用产品与服务满足人民日益增长的美好生活需要，用营养和创新让健康与快乐代代相传，用责任与担当打造真正具有世界影响力的中国乳业品牌。（本段发表于5月11日人民日报。）

■蒙牛集团总裁、国际乳品联合会董事卢敏放。

贯穿产业每个环节

真正实现大数据为业务赋能

在“新基建”的大潮下，大数据的价值和作用进一步凸显。蒙牛对大数据的运用同样体现在从源头到消费终端的每一个环节上，实现了数据对业务的真正赋能。

在奶源环节，每一头牛都有完整的健康信息数据库，通过对数据的采集、共享、分析，形成专门的科学饲养解决方案。

在生产环节，先进的质量管理系统包括26个模块、82个管理要素，通过全封闭监控生产、全流程动态检验技术，实现对每一个生产细节和流程的严格监管，在蒙牛的每一杯奶背后，都有170M大数据和40万条质量监测数据，蒙牛也因此拥有了全球最先进的质量检测系统。

而在消费端，蒙牛数字化营销和CRM会员营销等项目，通过大数据分析与挖掘、人群管理与洞察能力，建立完善基础标签管理、人群分组与画像等功能模块，由此激活了数据、增强了数据应用，让全球8000万消费者都能与蒙牛产品进行多层次的互动。

通过大数据支撑，持续加大消费者洞察，改进研发创新产品，建立起产品、品牌与消费者之间的紧密连接，加强互动性、社交性的消费体验。这就让蒙牛在推动中国乳业振兴的过程中，从传统的业务增长模式逐渐升级成数字驱动的模式，为企业在面对包括疫情在内的各类不确定因素时具有保持持续稳定增长的“免疫力”。

推行“硬核”自主研发

为乳业发展注入数字动力

“新基建”时代，各行各业都在加强加快自主研发力度，以“硬核”科技的力量推动经济发展。中国乳业迈向数字化，同样需要不断加强基础型创新研发，建立属于自己的核心竞争力。

蒙牛很早就注意到基础研发工作的重要性，在早期阶段，蒙牛建成了世界领先水平的“高科技研究院暨高智能化生产基地”，汇聚国内外乳品业技术大咖，结合蒙牛自身原有的一流研发部门，形成了一条“1+1>2”完整研发产业链。

同时蒙牛还组建了专业的牛乳研究、微生物研究、加工工艺研究、产品开发、包装研究、消费者感官研究团队，研发资源网络覆盖全球60余家科研机构。截至目前，蒙牛已申请创新研发专利超2500项。

在营养研究领域，蒙牛成立了专门的营养研究院，不仅发布了拥有自主知识产权的活性益生菌M8，多项科研成果还在中国乳业协会年会上获得了“技术发明特等奖”等九项大奖。蒙牛总裁卢敏放则表示，营养研究院每年还将持续增加经费投入，吸引全球顶级人才进行基础研发的创新。

用心打造科技牛奶，通过数据整合、筛查及专利研发，蒙牛在消费升级大潮中

拉近与消费者距离，成为全球8000万消费者的首选。作为世界乳业十强，蒙牛正不断加强自身的“硬核”科技竞争力，为乳业发展注入“数字动力”，推动中国经济转型升级，助力经济高质量发展。

（陈思陶）

