

蒙牛眼中的世界

“槐柳成阴雨洗尘，樱桃乳酪并尝新。”八百多年前陆游在诗中描述的场景，今天看来依然写意。人类美好生活离不开营养和美味，这是放之四海而皆准的道理。20年前，怀着对生产营养和美味乳制品的追求，蒙牛在内蒙古大草原诞生。今天，蒙牛不仅致力于为中国消费者提供高品质的乳制品，更放眼世界，倡导构建“全球乳业共同体”，让乳业在守护人类和地球共同健康的事业中发挥关键作用。



世界初心 服务美好生活的蒙牛使命

1999年的8月，牛根生先生在呼和浩特的一间53平米的出租房里创办了蒙牛。在中国乳制品行业里，蒙牛是后来者，是小学生，但蒙牛志存高远，心中有梦想。创业之初，蒙牛摒弃门户之见，积极推广饮奶，发出全民喝奶，但不一定喝蒙牛奶的倡议，率先喊出每天一斤奶，强壮中国人的口号。

蒙牛在行业内第一次引进了超高温灭菌与百利包无菌包装，解决了液态奶保存难题，扩大了运输半径，让常温奶成为全国各大商超、便利店、小商铺中一道靓丽风景线。蒙牛也迅速成长为中国乳业一支举足轻重的力量。

蒙牛创业的成功，源于用一杯牛奶服务美好生活的初心，更得益于草原中国、世界牛、发展蓝图的引领。成立后的十年时间里，蒙牛就实施了在香港上市，引入海外资本和国际战略股东等一系列行动。从股权结构、治理体系上，快速完成了民营初创公司向国际化成熟企业的蜕变，为挖掘海外市场、用好国际资源，实现企业高质量发展奠定了坚实基础。

世界品质 提供高质量产品的蒙牛追求

中国乳业起步晚、底子薄、市场大，要满足中国十几亿消费者的需求，让中国乳业弯道超车，实现跨越式发展，就必须积极布局全球优质资源，引进国外先进技术，让中国乳制品的品质快速提升到世界先进水平。

蒙牛积极倡导产品不妥协、质量不妥协、价值观不妥协、执行不妥协的工匠精神和对标全球最严标准，在奶源、生产、供应链、检测标准等方面实现全面提升。蒙牛积极引进欧洲、北美、大洋洲先进技术、先进经验和数字化解决方案，形成蒙牛特色的严格生产与检测体系。在蒙牛工厂，每一滴牛奶都要经过9道工序、36个监控点、105项检测指标，每天生成40万份检测报告，为舌尖上的安全提供可追溯保障。

此外，蒙牛在新西兰建立了专属牧场和工厂，在东欧、南美进行了资源布局，为向中国消费者提供高端产品开拓一流奶源。与此同时，蒙牛从丹麦引进

久经考验的牧场管理提升方案，并依据国情适当调整后在中国落地推广，带动中国原奶质量提升、帮助奶农增产增收。

世界品牌 走向世界舞台中央的蒙牛愿景

开放不仅仅是引进来，更要走出去。蒙牛坚信，只有在全球市场摸爬滚打，与老牌知名企业直接竞争，才能帮助中国乳业以更快的速度成长为国际一流水平。

新世纪之初，蒙牛从这座黄金码头启程，开始了出海征途。经过了十多年的打拼，蒙牛已经进入到了新加坡、加拿大、缅甸、马来西亚、柬埔寨、印尼、蒙古等海外十余个国家和地区市场。在印尼建设了当地生产、当地销售的液态奶工厂。如今，在香港喝一盒特仑苏，在马来西亚买一盒纯甄，在印尼尝一瓶优益C已经变成了现实。2018年，蒙牛实现海外市场销售额同比增长25%，连续3年双位数增长，让世界见识到中国乳业的发展潜力。

如果说布局国际资源，用国际资源满足国内市场需求，是蒙牛国际化起步布局的序章，那么实现品牌输出，以品牌国际影响力占领国际市场，则是浓墨重彩的核心篇章。赞助NBA、世界杯足球赛、签约梅西、牵手迪士尼乐园和环球影城，近年来蒙牛在品牌运作上重磅动作接连不断，以其国际化的视野、世界级的品质、天生要强、精神，在消费者心目中留下深刻印象。

不久前，全球品牌价值评估权威机构Brand Finance发布2019年全球品牌价值500强榜单，蒙牛与76家中国品牌一同上榜，在全球乳制品品牌中位居第三。

大道至简，实干为要。作为中国乳业的标杆企业，蒙牛用世界级的奶源、世界的技术、世界的标准，打造世界品质的产品，行走在打造世界知名乳业品牌的大道上。展望下一个20年，蒙牛必将更加勇毅担当推动构建全球乳业共同体，奋发进取站上世界乳业舞台的中央，真正实现从Global for China到Global for Global的跨越。（喻晓 吴倩）



蒙牛2019年营养普惠计划启动。



1999年，蒙牛首座生产基地建立。



蒙牛成为2018 FIFA世界杯全球官方赞助商。



2017年3月24日，北京环球度假区与蒙牛集团双方正式宣布成为战略合作伙伴，蒙牛成为北京环球度假区官方乳制品及冰淇淋家庭供应商。

感谢内蒙古大草原

8月8日，是蒙牛集团的20岁生日。20年前，蒙牛在内蒙古出生，20年来蒙牛在内蒙古成长。在这片北疆沃土地上，蒙牛创造出辉煌的乳业奇迹。蒙牛和她的4万名员工对于草原故乡有特殊的情感，这其中更有创业的艰难、成功的喜悦、成长的激动，而最多的是感恩。

近些年，蒙牛在接受国外媒体访问的时候，经常被问到“中国为什么会有蒙牛”？其实，这也是很多蒙牛人经常对自己的发问。

答案有很多，是机遇、是眼界、是精神、是气魄，而一切之初，是血脉。1999年，当以牛根生先生为代表的创始团队，用“蒙”字和“牛”字命名了这家起步于53平米民房的小公司的时候，蒙牛的血脉里就烙上了深深的内蒙古印记。无论她跑得有多快、走得多远，这始终是一头来自大草原的牛。

20年过去了，今天的蒙牛已经是一个年销售额近700亿元，跻身全球乳业十强的中国乳业巨头，每天为超过8000万消费者提供健康安全的乳制品。从股本结构上看，她已经不是一家民营企业。2004年，蒙牛股票成功登陆香港联交所。2009年以来，蒙牛引入中粮集团、法国达能集团和丹麦阿拉福益集团和三大战略股东，成为了一家具有国际背景的中国公司。

蒙牛为什么能够在激烈的市场竞争中生存下来，从上千家中国乳制品企业中脱颖而出，在20年里跑出火箭般速度？我们最大的资本，就是蓝天白云、牛成群的内蒙古大草原；我们最大的底气，就是自治区领导的关怀、自治区人民的关爱。壮大起来的蒙牛，自然懂得“吃水不忘挖井人”的道理。在过去的20年里，蒙牛在内蒙古累计贡献税收139亿元，累计投资额超40亿元，为大草原的经济腾飞贡献了一份力量。

近年来，党和国家领导人高度重视扶贫开发工作，提出了精准扶贫、精准脱贫等重大战略思想，自治区领导也对推进精准扶贫做出了一系列指示。作为内蒙古龙头企业之一，蒙牛积极响应号召，争做精准扶贫攻坚战尖兵。2018年一年，蒙牛在内蒙古地区的日收奶量达3600余吨，直接和间接扶助了超过40多万农牧民致富。蒙牛还积极采取接人代养的方式，帮助牧民提高养殖水平。牧场主大学、奶牛金钥匙等技术服务项目，为全区农牧民奶牛养殖水平的升级提供了强有力

的技术支持。仅2018年一年，我们就邀请体系专家100余位参与技术培训，覆盖数百家牧场，平均单产提升2公斤，平均公斤奶成本降低0.2元，累计为牧场提升效益数亿元。此外，蒙牛还在自治区推出了蒙牛爱心井，大型民生工程。近6年时间里，我们在全区打出72眼深水爱心井，受益农牧民达20万人次。

20年前，蒙牛在成立之初喊出的第一个口号是“为内蒙古喝彩”。20年间，蒙牛用自己的行动做到了“为内蒙古添彩”。未来，当接力棒交到我们手中的时候，我们要做的是“让内蒙古更精彩”。内蒙古拥有得天独厚的乳业资源，而牛奶则是强民族的源动力。利用好区位优势，大力发展乳业，将中国乳业建设得更加繁荣，既符合健康强国、基本国策，又能带动全区农牧业水平更快更好发展。

在扎实打造世界品质、不断打造内蒙古制造的闪亮名片同时，蒙牛也开启了自己国际化的征程。如果说过去20年，是世界知名乳业完成他们全球布局的时代，那么未来20年甚至更远，将是蒙牛作为中国乳业走向世界的时代。

在蒙牛的4万多名员工中，有近三成人数的家乡就在内蒙古。为了事业，他们中的许多人离开故土，只有春节回到家乡才能吃上一顿母亲包的饺子。在外打拼的岁月里，当遇到挫折、遭遇不公、思念家乡的时候，他们最爱唱一支歌是：我也是高原的孩子啊，心里有一首歌，歌里是我父亲的草原，母亲的河。

今天，在蒙牛20岁生日里，我们要带着感恩的心，再度唱起这首歌。未来，在打造世界牛、的征途中，我们要一直唱着这首歌，为我们的草原、我们的小河，为我们的父老乡亲、我们美丽的故乡赢得更多的荣誉、贡献更大的力量。（林苗 陈海宁）



而今天的蒙牛，更拥有了国际化的股东治理结构、国际化的牧场管理标准、国际化的研发体系、国际化的生产布局与管理合作、国际化的人才团队。近年来，蒙牛稳健进行国际化布局，我们引进了充沛的投资，引进了先进的技术，我们在新西兰和印度尼西亚建立了工厂，在全球黄金奶源带中布局奶源，我们的产品已经远销新加坡、马来西亚、缅甸、柬埔寨、印尼、蒙古、加拿大等一带一路沿线10多个国家和地区。稳定的质量、创新的产品，为一个中国品牌的世界之路打下了坚实的基础。

走向世界的蒙牛，不仅输出产品，也要传递文化。自治区主席布小林曾这样向外国友人介绍内蒙古，内蒙古草原天高地阔，身在其中，心会飞翔。草原上的人从小仰望星空，崇尚自由勇敢、开放包容、诚信友善。作为一家来自内蒙古的企业，我们有义务向全世界传递这份内蒙古独有的气质，让全世界更多人爱上这片中国北疆的美丽草原。

在蒙牛的4万多名员工中，有近三成人数的家乡就在内蒙古。为了事业，他们中的许多人离开故土，只有春节回到家乡才能吃上一顿母亲包的饺子。在外打拼的岁月里，当遇到挫折、遭遇不公、思念家乡的时候，他们最爱唱一支歌是：我也是高原的孩子啊，心里有一首歌，歌里是我父亲的草原，母亲的河。

今天，在蒙牛20岁生日里，我们要带着感恩的心，再度唱起这首歌。未来，在打造世界牛、的征途中，我们要一直唱着这首歌，为我们的草原、我们的小河，为我们的父老乡亲、我们美丽的故乡赢得更多的荣誉、贡献更大的力量。（林苗 陈海宁）

蒙牛二十年赋

□成吉

己卯岁秋，恰世纪交叠，蒙牛初诞。适逢乳业纷争，江南江北烽火正急，蒙牛如出生牛犊之豪气干云，四年跻身三甲，八年拔得头筹，傲视群雄，风头无两。而今回头望，二十载筚路蓝缕，五洲内胸有成竹，寰球乳业风云动，四海皆为剑所指。吾辈蒙牛人幸甚至哉，故为之赋。

凡创业之大成者，必励精图治，奋发图强。合抱之木，生于毫厘，九层之台，起于累土。蒙牛初起，忧奶源之乏，叹市场之困顿，感荆棘之丛生，唯振臂一呼，群雄毕至，栉风沐雨，凝心聚力。二十载蒙牛之气韵叠生，生生不息，四万内蒙牛人劈波斩浪，孜孜不已。

凡乳业之责任，下惠及民生，上关乎国计，或为大国崛起之本，或为百姓健康之要，千钧重负，非砥柱中流者不能为也。蒙牛二十载新品迭出，所不变者，唯品质之初心也，所坚守者，唯德行之高洁也。君子自强，犹十年饮冰，热难浇凉，良企自持，如临深履薄，取义怀仁。

风烈则雷霆，雷激则风怒，大浪淘沙，唯快者不破，唯变者长青。科技创新、产品升级、数字化转型，二十载凡益之道，谓之与时俱进。君子知而致于行，蒙牛历春秋、过万山，犹允文允武，气贯长虹。

二十载悠悠岁月，蒙牛砥砺实干，二十载披荆斩棘，蒙牛厚德载道。召建全球乳业命运共同体，构建世界蒙牛价值链。大国乳业之崛起，还看蒙牛今朝璨。

- 1. 蒙牛富源牧业托县牧场。
- 2. 2005年，蒙牛奶酪特仑苏和特仑苏下线。
- 3. 蒙牛规模化牧场先进的转盘挤奶。
- 4. 蒙牛六期总部基地。