



十四五 蒙牛强开局 高增长更具强韧性

3月31日,蒙牛乳业(2319.HK)首次在呼和浩特中国乳业产业园召开年度业绩发布会。业绩公告显示,2021年,蒙牛收入达881.415亿元,同比增长15.9%,归母净利润为50.255亿元,同比增长42.6%。蒙牛旗下各品类均取得领先行业的高速增长,特仑苏、优益C、每日鲜语、随变等明星单品持续创造最佳销售记录。

2021年是十四五开局之年,也是再创建一个新蒙牛战略落地的第一年。蒙牛实现强开局,整体业绩呈现高增长、高质量、可持续的强大韧性,为实现五年目标打下坚实基础。蒙牛总裁卢敏放表示,蒙牛将站在保障国家粮食安全的高度,坚持生态优先、绿色发展,全力保障质量、提升品质、做优品牌,以全产业链高质量发展推进奶业振兴,助力国民经济行稳致远。



蒙牛总裁卢敏放在业绩发布会上讲话。



蒙牛牧场。



蒙牛武汉工厂。



蒙牛2021年度业绩发布会首次在呼和浩特中国乳业产业园召开。

以消费者第一第一第一为原点 持续扩大品牌影响力

公告显示,2021年蒙牛继续成为中国消费者首选乳品品牌之一。旗下常温、低温、冰品、鲜奶、奶粉、奶酪等主要业务均取得了可观增长,多个品类保持行业第一。分板块来看,包括常温、低温、鲜奶在内的蒙牛液态奶收入765.144亿元,同比增长12.9%,其中高端白奶特仑苏营收业绩超300亿,成为全球乳业第一大单品。冰淇淋收入42.402亿元,同比增长61%,奶粉业务收入49.491亿元。

强劲业绩增长来源于蒙牛对消费者需求的深刻洞察和持续创新。2021年,蒙牛各大品类推陈出新,不断满足消费者对营养改善、健康免疫、绿色环保的更高需求。特仑苏推出沙漠有机纯牛奶,优益C凭借自主研发菌种发布系列新品,原生高倍营养奶鲜菲乐(Fairlife)成功上市。同时,蒙牛也在不断创新消费者沟通方式,打造更加年轻化、有温度、负责

任的品牌形象。每日鲜语回收塑料瓶,打造出中国第一条废塑料再生环保路;随变冰淇淋首次签约虚拟偶像RICH-BOOM,凭借旺盛的年轻力屡屡出圈。在体育IP合作上,蒙牛坚持长期主义,再度携手国际足联成为世界杯全球官方赞助商。2022年伊始,蒙牛重奖中国女足,助力谷爱凌冰雪登顶,更创造了中国快消品行业体育营销经典案例,品牌力大幅提升,消费者认同显著增强。

以世界品质为标准 提升全球资源整合力

质量是最大的正直,强劲业绩增长背后,是蒙牛以全球最严标准为消费者打造一杯好奶的不懈努力。2021年,蒙牛在全球范围优化资源配置,从技术引进、品牌布局、标准升级、公司治理等维度打造世界品质。过去一年,蒙牛收购了东南亚冰淇淋领先品牌艾雪(Aice)稳步推进印尼等地业务拓展,不断加大大洋洲优质奶

源与领先产能协同,进一步加强全球资源配置能力。同时,蒙牛与可口可乐合资组建的“可牛”,将风靡北美的高端乳品和膜技术带到中国市场。中国乳业产业园八期项目顺利投产,为中国乳业抢占科研创新、智能制造、供应链交易、组织与人才四大高地。蒙牛持续推进的欧盟对标项目也在2021年取得突破性进展,多措并举对114

项原料指标、38项产品指标进行升级,实现主要品类品质达到欧盟标准,成为中国唯一一家经SGS通标公司认证的企业。在公司治理层面,蒙牛去年成功完成董事会成员变更。新任董事会组成更加多元,任期更加合理,体现了治理结构进一步完善,战略能力进一步加强,ESG管理更加优化,将为持续推进现代化公司治理、实现战略目标提供更好体系支撑。

以商业向善为指引 提升乳业国家队责任践行力

蒙牛的发展始终坚持社会效益与经济效益并重。2021年,蒙牛斩获中国食品行业MSCI ESG最高评级BBB,蝉联恒生可持续发展企业指数成分股,获评我国公益慈善领域政府最高奖中华慈善奖,位列国资委央企ESG先锋50指数第二名。更好的国家队履责模式,支撑了蒙牛的强劲业绩增长。蒙牛将产业链完整融入地方经济发展,探索出一条独具特色的乡村振兴模式。在全国布局的十大产业集群,直接

和间接带动全国150万农牧民增收致富。仅中国乳业产业园30万头奶源基地项目,每年就推动内蒙古超过220万吨青贮、苜蓿、燕麦等饲草产业发展,带动当地农牧民增加收入近9亿元。另一方面,为了不让贫困山区学生输在营养起跑线,蒙牛长期开展营养普惠工程,持续为欠发达地区学生捐赠学生奶。截至2021年,该工程已覆盖全国30个省市自治区,惠及学生2500万以上。面对各种突发性公共事件,蒙牛总是第一时间

伸出援手。在抗击新冠肺炎疫情行动中,在云南、青海、四川抗震救灾时,在河南暴雨灾害现场,都能看到蒙牛产品、捐赠物资和志愿者的身影。蒙牛积极响应国家双碳战略,承诺携全产业链降碳,率先实现碳中和。2021年,蒙牛荣获国家级绿色供应链管理企业称号,旗下22家工厂获评国家级绿色工厂,蒙牛乌兰布和沙漠绿洲有机牧场还入选了UNGC《企业碳中和路径图》优秀案例。

以共识共好共鸣 铸就强大文化内驱力

2021年,蒙牛以“消费者第一第一第一”为主线推进文化建设,打造贯穿全年的各类主题活动,让企业文化入脑入心,践行于行,将旺盛的组织力转化为强大生产力。创新是核心竞争力,蒙牛通过培育、引进内外部专业团队,打造研发创新

的主力军,还通过举办“创新大赛”“牛客松”等活动,宣贯“异想才能天开”的价值观,鼓励广大员工开展多领域自主创新。2021年12月,作为新时代企业文化的生动体现,蒙牛对使用了22年的LOGO进行焕新。新LOGO最大程度保留了原

有草原、母亲河、牛角等图文结构元素,延续消费者认知。同时,主要图形元素突破边框,扩大内涵,展现出“脚踏草原、放眼全球、仰望星空”的博大胸怀,体现了勇于超越自我、追求卓越的蒙牛,正向着“草原牛、世界牛,全球至爱,营养二十亿消费者”的愿景迈进。

以全产业链在线体系 提升数智化创新力

从新品研发,到智能制造,再到数智奶源智慧牧场建设,蒙牛的数字化转型升级,为其高质量发展注入了源源不断的数字化动力。2021年,蒙牛形成了一把“手”挂帅的数字化转型顶层设计,达成了一片天、一张图、N场仗的共识,规划了应用

场景化、能力服务化、数据融合化、技术组件化、资源共享化的数字化转型原则。数字化的升级应用,给蒙牛带来了丰硕成果。蒙牛全面推动智能工厂改造,通过对现有60多个工厂进行数字化升级,实现了供应链全面优化。蒙牛沈阳工

厂成功入选国家智能制造示范工厂名单,人机协同作业、产品质量优化和基于数字孪生的制造项目入选2021年度智能制造优秀场景。今天的蒙牛,正在全链路数智升级之路上矢志前行,并引领中国乳业加速进入数字化、智能化新时代。