

# 打好三大攻坚战 服务圣农大发展

## 光泽县鸾凤派出所持续提升服务为圣农集团创造良好营商环境

□ 陈志鸿

福建光泽县鸾凤派出所立足公安职能，主动对接服务圣农集团，打好“流动人口管理、周边治安治理、护航运输安全”三大攻坚战，持续提升服务的实效性，努力为集团创造良好的发展环境，硬核护航集团跨越式发展。

### 源头把控，强化流动人口动态管理

圣农集团总部及多个宰杀厂、种肉鸡饲养场和食品厂和物流公司等配套生产单位坐落在鸾凤乡。近年来，随着集团的快速发展，外省籍员工及依托集团发展服务业的外地人不断增多，2020年鸾凤乡流动人口达10862人，占光泽县流动人口59%。针对集团周边流动人口多、治安隐患大的情况，鸾凤派出所将公安触角延伸至集团，零距离服务，为集团保驾护航。以“警企共建”为抓手，以流动人口管理为突破口，突出以证管人，以房管人、以业管人方式，进行全范围、全过程管理。圣农集团工会黄雅琴深有感触地说：“圣农集团总部周边的外来人员非常多，管理起来存在一定的困难。鸾凤乡派出所协助圣农进行了



圣农集团总部全景图

一系列的维稳工作，非常感谢他们”。

### 预警预防，深化周边治安管理能力

鸾凤派出所定期走访圣农集团，详细了

解产区、生活区及周边治安情况，加强对周边的治安管控、整治，优化治安环境。集团外省籍员工与当地村民间由于民风民俗、生活习惯差异，存在社会治安隐患。鸾凤派出所加强各类情报信息收集，及时掌握预警

性、内幕性、深层次情报信息，做到预知、预警、预防，积极做好化解、稳控工作；深入集团周边村镇开展普法宣传，提高村民法律意识；加强巡逻防控，每天安排民警采取车巡、步巡相结合的方式，对集团产区、生活区重点区域、重点场所、重点部位、重点时段实行不间断巡逻巡查，提高见警率和管事率，并加大周边治安环境整治力度，净化周边治安环境，增强员工、群众的安全感，为集团发展营造良好的治安环境。

### 严格监管，协助护航道路运输安全

针对圣农集团物流产业发展迅猛的实际情况，鸾凤派出所经常与集团运输部、下属企业福建恒冰物流有限公司进行座谈交流，研判交通安全应对举措，形成交通安全工作齐抓共管的良好氛围。鸾凤派出所定期为驾驶员上交通安全专题课，进行专项普法宣讲，针对性地在节假日召集驾驶员工进行专项培训，平常利用短信、微信平台，向驾驶员编发安全提示短信、微信，宣传安全驾驶理念，协助护航道路运输安全。

# 新乳业2020年业绩实现双位数增长

今年一季度收入增长超90%

本报记者牛安春

近日，国内领先的鲜乳企业联合舰队新乳业发布2020年报，连续实现营收净利双增。年报显示，2020年新乳业实现营业收入67.49亿元，较上年同期增长18.92%；实现归母净利润2.71亿元，较上年同期增长11.18%。报告期内，新乳业完成了对寰美乳业（夏进品牌）100%股权收购，并成功发行7.18亿元可转债公司债券，顺利完成上市以来首个再融资项目。面对疫情冲击和行业转型的叠加影响，新乳业交出了一份亮眼的成绩单，成为中国乳业中为数不多的业绩与前景双优的“白马股”代表。

同时，据公司业绩报告显示，2021年一季度表现亮眼，收入增长超过90%，净利润同比2019年大幅增长，剔除股权激励摊销影响后，相比2020年第一季度增长预计超过6000多万。

面对去年的新冠肺炎疫情，新乳业积极承担企业社会责任，率先践行“三保”承诺，全力以赴保质保供，疫情期间累计捐赠物资价值超过400万元，为一线抗疫人员送去充足的营养支持。与此同时，公司积极响应国家精准扶贫号召，通过技术赋能、产业帮扶，建立脱贫致富的长效机制，并通过“希望有你”公益平台，为贫困山区孩子提供物资帮扶和精神关怀，先后荣获中国乳业资本论坛“2020最具社会责任奖”和“第二届德勤民生卓越管理公司”等多项荣誉。

值得注意的是，新乳业还同时宣布了“三年倍增”的发展目标，提出至2023年度合并营业收入和净利润增长率，与2020年相比均不低于95%，同步实现将近翻一番。自2019年上市以来，新乳业已连续两个财年实现双增，如今又谋划三年翻一番，其底气究竟从何而来？

### “长期主义”构建“鲜壁垒”

随着创新发展与市场竞争的迭代加速，提前布局对于品牌构建竞争壁垒越来越重要，尤其是对于需要时间来培育的核心稀缺资源。新乳业在“鲜战略”上的前瞻布局 and 长期主义，就遵循着同样的逻辑。随着近年来的消费和行业升级，鲜奶价值被越来越多消费者认可，欧睿调研数据显示，2015-2019年，我国鲜奶销售额连续5年持续增长，并迈入双位数增长阶段。在鲜奶成为行业新风口之后，众多乳企纷纷开始向鲜奶领域发力。而十几年前就从鲜奶赛道起跑的新乳业，早已通过聚焦“鲜战略”的“长期主义”，建立了坚固的竞争壁垒。

这一点，从其明星产品“24小时鲜牛乳”的发布及升级中便可见一斑。2011年，新乳业率先推出全国首款只卖当天的低温液态乳产品“24小时鲜牛乳”，从上架销售到下架不超过24小时；2018年底，新乳业突破技术壁垒，将低温杀菌温度从80℃/15s降低到75℃/15s，免致球蛋白含量是85℃/15s低温杀菌鲜牛乳的10倍；报告期内，新乳业又再次对“黄金24小时”进行营养升级，通过采用72℃/15s黄金杀菌工艺，借助瑞典膜RO反渗透过滤工艺，达到15倍免疫球蛋白、3.6g/100ml优质乳蛋白的营养新高度。“24小时鲜牛乳”至今在行业内也属鲜有，新乳业一次次刷新新鲜标准的背后，正是其在奶源、冷链、市场等鲜奶产业链的长期深耕与沉淀。

近年来，新乳业持续加强对优质奶源的把控，围绕“鲜战略”展开并购整合，建立起自有自控、覆盖全国的新鲜奶源圈。报告期内，新乳业完成了对西北区域龙头乳企寰美乳业的收购，与国内优质原奶供应商现代牧业达成战略合作，企业原奶供应稳定性进一步增强，奶

源建设取得重大进展。截至2020年底，奶牛存栏量近四万头，牢牢占据了鲜奶而言最为核心的优质奶源的资源布局。

与此同时，新乳业积极推进“鲜战略”，打通从牧场到餐桌的每个环节链条，强化智慧牧场及工厂建设，改进牧场养殖、育种技术及信息化技术，全方位建立壁垒优势。据悉，新乳业位于海原、永昌的两座新建牧场已经完成，青岛琴牌二期智能化车间项目预计今年7月完工投产，公司根据业务发展规划，还同期进行了昆明雪兰产能提升、新建牧场的前期准备工作，以便在奶源供给和加工能力上与业务发展规划协调一致。

目前，新乳业旗下已有46家控股子公司、15个主要乳品品牌、16家乳制品加工厂，13个自有牧场，“牧场—工厂—市场”合一的布局日益完善。背靠新希望集团的产业链优势，新乳业依托国内最大城市共同配第三方冷链物流“鲜生活”，形成了覆盖全国的高效冷链网络，持续加速在全国的市场布局。

今年年初，新乳业宣布将以2.31亿元收购国内酸奶茶饮开创者和细分品类领导者——一只酸奶牛60%的股权。这一行业先例，被视为其对下游新兴渠道的加紧布局。有分析指出，相比于零售端，与茶结合的即饮方式是乳品价值增值的一个非常好的通道，新乳业跻身茶饮赛道，不仅是销售渠道的拓宽，更为其进一步提升低温鲜奶和酸奶的价值体验提供了新的维度，同样也是新乳业“长期主义”战略指导下的深远谋划。

### “快半步”占位“鲜优势”

“鲜战略”是要长期埋头实践的事业，需要“长期主义”的战略掌舵，而途中形势多变，因时制宜之术必不可少，“快半步”便是新乳业在互联网快消环境下，保持稳健增长和竞争优势的有效战术思维。

报告期内面对疫情下承压后的迅速反弹，正是新乳业“快半步”思维的潜力和效力彰显。数据显示，去年一季度新乳业业务一度受到疫情影响，在业绩短暂受挫后，迅速进入恢复、增长通道，第二季度收入和利润就已取得同比正增长，净利润增长达到26.75%，第三季度、第四季度均实现了业务同比加速高速增长，全年

业绩保持高于行业大盘的增长速度，表现出了灵活的应变能力和强大的业务韧性，战胜了空前挑战并实现稳健发展。

面对疫情期间的零售环境变化，新乳业迅速响应，及时制定和调整一系列生产经营预案，适应不断变化的消费场景、消费行为和消费需求，通过直播、短视频、私域社群和社区拼团等新营销方式紧抓用户需求，通过敏捷供应链体系快速响应消费者需求，不仅在小红书、微信、抖音、快手、微博、天猫等平台上发力，实现从口碑传播到购买的转化，还积极尝试与网络大咖合作、公司高层以至全员参与的直播带货，取得了突破进展。

特别是消费者对于营养健康产品需求旺盛，国家卫健委发布《营养膳食指导》倡导多选能提供肠道益生菌的酸奶，正当各大乳企试图抓住突增的乳品需求之时，新乳业推出的新品“活润益生菌晶球酸奶”迅速于3月中旬进入市场，凭借业内首家采用益生菌晶球特殊工艺3D包埋技术，不是赋予“嚼得到的益生菌”新体验，更重要的是保证更多益生菌活菌直达肠道，在需求满足和市场拓展中快出半步，占住先机。

### “柔性生产”与“硬核科技”双驱动

无论是前瞻洞察还是产品实现，支撑新乳业“快半步”思维落地的背后，是其对“数智化”——生物技术和数字化的深入发展和持续投入。

年报显示，新乳业IPO募投项目“企业信息化建设”已基本完成。报告期内，新乳业通过数字化不断提升食品安全管理水平，历时一年的LIMS质量管理数字化平台全面上线，实

现了从传统管理向数字化管理的变革，并打通了与SAP、SRM等各环节数字化链接，实现质量管控数据共享、全产业链的大数据分析及智能化决策，产品质量全程可追溯，采用布局新零售、搭建智慧数字平台等多种方式，形成了由内而外的包围型数智化“战队”，促成企业柔性化的生产创新。

以牧场端为例，新乳业的智慧牧场经过在华西牧场成功试点运行，已经向所有牧场推广，从数据共享、多系统集成、数据管理APP、物联网应用4个领域着手，实现了牧场信息化建设的全面升级，通过奶牛福利改善、精准饲喂研发，报告期内成母牛单产提升约2%，生鲜奶质量显著提升。在工厂端，新乳业在2020年7月启动了数字工厂一期项目，在生产自动化程度较高的华西乳业、河北天香、安徽白帝三个工厂做试点，通过利用工业物联网等技术连接生产设备与人，实现供应链高效协同、精益管理、数字营运的目标。项目运营后，设备和人员工作效率可分别提升8%和15%，生产效率稳步提高。

与“柔性生产”相对应的，是新乳业的“硬核科技”。新乳业在自建科技研究院的基础上，搭建覆盖“四洲四国”的全球化科研智库，在菌种研发、细分营养需求的产品研发、工艺等方面深入研究，内容涵盖生命早期营养、老年营养、疾病及公众营养等领域，确保为新乳业的产品创新提供自有生物技术IP输出。

在消费端，新乳业同样采取了数字化的改造升级，自主开发会员价值平台“鲜活GO”，开拓更多适合平台用户的定制化服务，实现零购、周期购结合的新突破；同时与饿了么、支付宝、美团等近场电商平台达成深度合作，于支付宝上线公司专属小程序，拓展“最后一公里”服务圈，在年轻消费者活跃的场景进行鲜奶到家业务的新品类拓展。报告期内，新乳业实现电商销售渠道销售收入3.72亿元，同比增长54.49%，成为新的增长亮点。

日前在全国春糖会发布的《2021中国食品消费趋势白皮书》显示，人们对于健康的关注度呈现出了前所未有的增长，食品饮品各板块对健康的关注度日益提升。这给以新乳业为代表的优质乳品企业带来了新的增长窗口。通过“长期主义”战略和“快半步”思维的组合出击，新乳业已实现从上游到下游、从供应端到消费端的有效把控与优势占位，建立起了一道牢固而灵活的“新鲜护城河”。

在年报中，新乳业提出了包括“新战略”“新布局”和“新数智”等在内的七大重点工作，致力于升级“鲜战略”为“鲜立方战略”，战略性探索和推动新赛道、新品类的发展等，为实现三年倍增的目标打好开局之战。作为“时间的朋友”，新乳业的“三年倍增”并非一时海口，更多富有“鲜活营养”的创新发展正在稳步铺开。



新希望乳业全景图

## 君乐宝乳业获“河北省科学技术进步奖一等奖”

本报讯 记者石巍 发自河北 近日，2020年度河北省科学技术奖励大会在石家庄召开。君乐宝乳业集团“婴幼儿配方奶粉安全控制关键技术及产业化项目”荣获“河北省科学技术进步奖一等奖”，集团董事长兼总裁魏立华出席会议并领奖。

据了解，君乐宝近年来致力于以关键核心技术攻关，领跑乳品高质量发展新时代。“婴幼儿配方奶粉安全控制关键技术及产业化项目”围绕婴幼儿配方奶粉全产业链的安全控制，完成了原料乳绿色生产及控制技术、生产关键技术、智能化制造以及安全保证体系四项创新突破，并结合市场需求研发出9大系列、27个婴幼儿配方奶粉产品。厚植科技优势，在振兴中国奶业的道路上，君乐宝的创新底色愈加鲜明。为了生产世界级的好奶粉，确保产品高品质，君乐宝创新两大生产模式：一是全产业链模式；二是“五个世界级”模式。

面向世界科技前沿和消费需求升级，君乐宝不断提高创新供给能力和科研实力，搭建国家级研发平台，先后承担国家级研发项目6项，获得81项研发专利，15项省级以上科研鉴定成果，30多项科技成果转化；投资2.5亿元打造君乐宝奶业科技创新研究院，力争将产业研发做到世界级水平。

君乐宝乳业基于强大的研发能力和技术优势，在婴幼儿奶粉领域不断实现新品类的强势突破。君乐宝奶粉始终立足中国婴幼儿营养所需进行关键技术攻坚，在取得丰硕成果的同时，赢得消费者信赖。

魏立华表示，君乐宝将继续以创新驱动高质量发展，紧盯前沿、围绕产业、面向转型，做好乳品、做强产业、做优品牌，让祖国的下一代喝上好奶粉，为振兴国产奶粉、振兴中国奶业贡献更大力量。

## 沃尔玛食安中心举办食品安全对话活动

本报讯 记者黄伟伟 日前，沃尔玛食品安全协作中心在北京进行了一场食安对话。中国工程院院士陈君石，中国工程院院士、北京工商大学校长孙宝国，以及沃尔玛食品安全协作中心执行主任严志农博士就当下食品安全焦点话题展开深入探讨。

陈君石院士就新冠肺炎疫情与食品安全问题做了深入解读。陈君石院士建议大家参考世界卫生组织提出的“保持清洁、生熟分开、烧熟煮透，保持安全温度、清洁的水和食材”食品安全五要点来保障食品安全。

孙宝国院士介绍，在影响人类生命健康的因素中，排除遗传因素，膳食营养排在第一位，占13%，医疗因素占8%。孙宝国表示，我国居民对食品添加剂的科学认知水平较十年前已有明显提升，但一些误解仍未消除，需要通过开展食育工作来进行深入普及。他认为，食品添加剂是经济发展、科学进步的产物。

在严志农博士看来，我国的相关法律无论是《食品安全法》和《食品安全法实施条例》，还是行业的各种指南和标准等，在法规的制订、监管工作中，都引入了全球公认的理念，即预防为主、风险管控、过程控制、社会共治。他表示，沃尔玛食品安全协作中心也一直把食品安全的创新作为工作的重要组成部分之一，连续四年举办全球食品安全创新平台。通过征集、评选食品安全领域的创新解决方案，并帮助其商业化，打造一个跨食品供应链的全球平台，助力解决当前和未来的食品安全问题。

## 亿茂酒庄坚守质量原则 打造民族特色葡萄酒品牌

本报讯 方云松 记者程伯全 发自四川 第104届全国糖酒商品交易会于4月9日在成都圆满落幕。展会上，新疆亿茂酒庄携旗下多款拳头产品惊艳亮相，独具西域腔调的葡萄酒，征服了广大消费者。日前，亿茂酒庄副董事长何梓鸿接受了记者的采访，公开了该公司以质量为核心的可持续发展“秘籍”。

谈到公司发展的优势，何梓鸿表示：“葡萄酒不是舶来品。因此，亿茂酒庄从葡萄种植到采收挑选，从酿造灌装到上市出售，都以‘酿好每瓶葡萄酒、运存好每瓶葡萄酒、指导正确品饮好每瓶葡萄酒’的三好目标为己任，坚持‘颗颗粒粒精选、批批罐罐精酿’的经营理念，立志酿国人爱喝且喝得起、喝得放心的葡萄酒。”

工欲善其事，必先利其器。在设备方面，亿茂酒庄不惜成本，重金从世界各国引进了目前世界上最先进的酿造设备。同时，该公司科研人员和技术人员始终秉持精确、严谨、高效的工作态度，将高端酿造工艺与先进技术设备于实践中结合，适时把控、调节酒品。在生产制度方面，该公司严格遵照现行的通用标准，对车间的环境卫生、生产安全、责任分工、人员素养等要点严密把控。此外，该公司还制定了一套内部标准操作流程和安全生产责任制度。公司还定期举行内部安全生产培训、质量安全案例分享会，切实提升全员的安全生产意识。上述措施使酒品质量安全在制度上得到了全面保障。

在经营上，亿茂酒庄采用“公司+农户”的模式，形成良性循环，有利于双方长期合作、互助共赢。同时，亿茂酒庄还积极依托当地有关部门，广招人才，增加当地的就业机会。此外，该公司还建立了针对性的职业晋升机制，切实帮助当地群众增收、致富。

据了解，亿茂酒庄目前有天山红美乐、天山红赤霞珠、陈酿美乐、陈酿赤霞珠、霞多丽干白、亿茂柔丁香等7款产品，极具新疆产地的特色风味。

何梓鸿表示，亿茂酒庄在今后的发展中，将继续严把食品安全质量关，继续积极履行企业的社会责任，以推动中国葡萄酒文化的传承、发展作为使命，致力打造具有民族特色的中国葡萄酒品牌。