

(上接第一版)

当然,拥有金融牌照,也意味着可能随时打开投机的闸门。这些年,因为抵挡不住金融投机诱惑而渐渐偏离主业、迷失方向的企业不在少数。有人来找伊利“拓展一下领域”,而伊利宁做“愚公”,坚拒投机。

任国梁说,伊利明确“两条红线”,绝不碰产业链以外的客户,绝不因为金融改变商务规则,坚持产业与金融相结合。

除资金支持外,伊利还在技术、人才培养等方面帮扶产业链,不但免费为合作牧场提供数十万次现场技术服务,还帮助培育下一代养殖人才。他们陆续给养殖户开办的“牧场繁育专班”“牧场保健专班”“牧场营养专班”管理专项培训项目,已累计为行业培养“牛二代”656人,培训牧业精英学员2742人,培训覆盖人数33万人次。

在伊利人看来,联结起产业链,是龙头企业必须担当。

2020年疫情最严峻的时候,乳制品销量受到影响,原料奶出现阶段性过剩。伊利扛起社会责任,坚持履行生鲜乳购销合同,坚持“不接收一滴合格奶”。正是这样的兜底,让合作牧场没有受到明显影响,实现了奶源稳定、健康可持续发展。

得奶源者得天下。

近年来,随着低温鲜奶兴起,优质奶源的刚需性进一步显现,国内大型乳企纷纷通过投建牧场、入股、并购等方式加快奶源布局,奶源争夺日趋白热化。

2018年,国务院办公厅发布《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》,提出坚持产业一体化发展方向,建立奶农和乳品企业之间稳定的利益联结机制,推进形成风险共担、利益共享的产业格局,增强奶农抵御市场风险的能力,实现一二三产业协调发展。

紧密的利益联结机制,是稳定优质奶源的保障,是助力奶业振兴、乡村振兴的抓手。这些年,伊利带动全国560多万养殖户和农牧民走上增收致富的道路,支持广大经销商实现共赢发展。利益联结,建起的是企业立身之本,筑牢的是行业立业之基。

安全—— 全链品控,守护红线与担当

产业链条长,就容易散而乱、风控难、出现安全问题。对乳业而言,把牧草种植、饲料生产、奶牛育种、奶牛养殖到乳品加工的全链条都掌控在自己手里,品质安全才有保障。在这一目标引领下,伊利从牧草、饲料、育种、养殖和加工等各个环节一点点“啃”,形成了涵盖种植生态、养殖生态、加工系统在内的“大生态圈”。

在优然牧业旗下的敕勒川天赐娟姗牧场,我们看到了从牧草种子开始的对品质奶源的守护。

“奶牛饲料一半以上是玉米、苜蓿等青贮饲料,不同品种、不同土壤、不同种植方式收获的作物质量有差距,就跟人吃的蔬菜分普通的、绿色的、有机的一样。”优然牧业奶牛养殖业务板块助理总经理赵国梁抓起一把青贮饲料揉开,从里面检出几粒破开的玉米。“奶牛喜欢吃玉米青贮。我们通过上百个不同品种的实验,在全国范围内筛选种植基地,试种了34万多亩,才选出了目前最好的3种。”

为了保证青贮饲料的质量,土壤要检测重金属、农残,3年至5年就要轮种,草要达到有机认证标准……“奶牛喝的水要达到居民饮用水标准,吃的营养品也讲究,要安全。”伊利原奶质量技术负责人韩吉雨对此再熟悉不过,“奶牛容易得脂肪肝,要给它补充胆碱;保护蹄子健康,要在饲喂时添加有机锌、有机铜、有机锰等微量元素。这些营养素都是长期科学研究的结果,既安全又有效。”

过了饲料关,下一步是养殖关。伊利对合作牧场的要求很高。韩吉雨告诉记者,与伊利合作的都是规模化牧场,普遍拥有几千头甚至上万头牛。一头牛平均价格超过2万元,算起来每个牧场资产都在几百万元以上,现代化的智能设备配置相当高,是真正的重资产行业。

一年中大约有180天,伊利原奶业务负责人王勇利在走访牧场中度过,从东北到广东,跑遍全国20多个省份。在他的团队中,基层服务人员每月有20天住在牧场,随时安排畜牧工程师为牧场上门服务。比如奶牛的卧床材质哪种更舒适、安装喷淋系统时喷头的旋转角度多少合适等,看似细碎的问题,却都可能影响奶牛状态和产奶量,都需要足够重视、认真解决。

娟姗牧场饲养的娟姗牛,皮色花黄,清秀温和,虽然体型小巧,但奶中优质乳蛋白含量达到3.84%,已然成了“网红”。娟姗牛的身高、奶也贵。目前,有6000多头娟姗牛生活在这里,饮纯净水、晒日光浴、食有机草,奶牛“福利”贯穿整个过程。

现代化的牧场,硬线条的生产规范。在这里,看不到油乎乎地热烈欢快的挤奶姑娘,因为压根儿就不允许人直接触碰奶牛。牛妈也没有暴

伊利答卷



露在空气中的时刻:从自动吸奶设备直接进储奶罐,然后“坐”上4摄氏度的低温运输车抵达加工厂。收奶时,每车奶都要附上随车报告;进厂前,要再经过117项检测,全部合格才能进入加工环节。

“从原奶到成品奶,伊利有数千个检测指标,2022年用于检验的费用达5.37亿元。”伊利集团副总裁云战友告诉记者,现在国家对乳品企业的监管极其严格,有专门的抽检项目,企业也把安全当作头等大事,全力防范原材料污染、生产设备故障等意外发生。

记者注意到,像伊利这样的龙头企业,安全重心已经转到了早期风险防范上。也就是防止原本不在检测范围中的元素,因为种种原因影响到牛奶品质。可以说,防守阵地已经前移到了生产开始之前。

早期风险识别、监测和预警,是全球食品行业的共同难题。目前,全球主要国家和地区大都建设或启动建设了食品风险数据库,伊利也率先建立了贯通全产业链的食品安全早期预警系统,引入170个国家和地区近30年的食品安全信息,形成了行业领先的食品安全风险信息数据库,覆盖国内外40个权威食品安全监管机构、主流媒体、食品安全学术网站等。当数据库出现任何风险提示,伊利都会主动对照检查,以便及时采取管控措施,避免食品安全问题的发生。

比如2017年,国外检出一批鸡蛋含有氟虫腈,属养殖场使用杀虫剂的残留。虽是小概率的偶发事件,且氟虫腈在我国早已被禁用,但鉴于行业内的冰激凌产品会使用鸡蛋,伊利还是立即对供应商提供的鸡蛋和养殖环境进行大排查,并且把氟虫腈纳入了监测指标。

目前,监管部门对乳制品已经实行了严格管控标准,在此基础上,伊利又实行“拦腰一半”自加压力的阶梯式监测标准。

云战友解释说,比如国家标准对鲜乳中铅元素的限量要求为0.05mg/kg(毫克/千克),伊利执行的标准就是不得超过0.02mg/kg。两者之间,伊利还设置了一条0.025mg/kg的预警线,如果含量触及预警线,虽然产品依然符合国标,但已经高于企业标准,企业就要复盘,追查是哪里出了问题。

近几年,我国乳制品质量大幅提升,乳制品监督抽检合格率基本保持在99%以上。龙头企业现在拼的不只是安全,更是优质,看谁能创新出引领风潮的新口味、新产品。除了纯牛奶,各种风味奶、奶制品如雨后春笋般竞相上市,这就涉及引进牧场之外的一些原料。那么,又该如何保证这些“外来户”安全可靠呢?

伊利引进新原料、新工艺、新设备要进行风险评估,对新原料的风险至少全球倒查20年,并持续监控,确保新原料不会引发食品安全风险。同时,为了达到企业内部严苛的检测标准,伊利对原材料供应商进行了层层筛选,只选择全球排名靠前、对产品美誉度高度负责的大企业。对牧场等上游企业,伊利要求牧场给牛提供的吃喂用度,必须用经过筛选验证的物品,他们认为,只有这样才能确保牧场的生产安全,最大限度防止奶



上图 伊利现代智慧健康谷液态奶全球智选标准基地外景。
下图 伊利现代智慧健康谷液态奶工厂控制中心。

牛天甲摄(中经视觉)
刘清羽摄(中经视觉)

牛出现健康隐患。

优质的牧草饲料、优秀的奶牛品种、体格健康的奶牛,再加上科学养殖、严苛标准,使原奶质量站在了高起点上。

品质—— 全链创新,实现全面价值领先

走进任何一家超市,打开任何一个电商平台,各种品牌、功能、口味的牛奶,让人看花了眼。其中,既有大品牌,也有不少小品牌,借助发达的物流体系,消费者能顺利买到各种奶制品,包括保质期仅有15天的纯进口牛奶。

这就是市场激烈竞争的现状。我国乳品企业已走过了单纯以规模衡量影响力的阶段,迅速进入凭品牌和品质竞争的新征程。

品质优不优,技术强不强,是各家乳企角逐赛场绕不开的命题。然而,漫漫征途,并非一路平坦。我国乳品加工业还有一连串“卡脖子”技术等待攻克。这些堵点分散在产业链上下游,有些技术和设备至今大部分依赖国外。

堵点在哪里,创新就要跟到哪里。这意味着乳业创新,必须是全链创新。

如何激发全链创新动力?伊利的答案是“双轮驱动”,一是紧抓需求,二是紧抓技术。特别是如今国内消费市场日益繁荣,新式茶饮、咖啡已经搅动起饮品市场,消费者期待更多科技与需求碰撞出的火花。在强企引领下,中国作为全球第二大乳制品市场有无限可能等待探寻挖掘。

——“不创新、无未来”,创新就是核心驱动力。

2023年4月27日,伊利股份发布2022年年报,公司实现营业总收入1231.71亿元,归母净利润94.31亿元;同期发布的2023年一季度报显示,公司一季度实现营业总收入334.41亿元,归母净利润36.15亿元。在中国资本市场上,伊利是连续30年保持稳健增长的上市公司。

探秘秘密,最直接的回答是——不停顿地创新。

道理很简单:当产品创新不断提升消费者体验,就会创造巨大增量市场,企业价值也会随之呈现爆发性、持久性增长。更为重要的是,无论市场环境顺流逆流,创新才能让企业保持穿越周期并且游刃有余的韧性。

创新需要土壤,需要“破土萌发”的环境。在伊利,前瞻的布局、机制与方法以及精益求精的态度,就是呵护创新沃土的法宝。

论前瞻。早在2003年,伊利就开始采集母乳样本,建设首个中国母乳研究数据库。伊利奶粉研发负责人刘彪告诉记者,选奶粉的实质是选配方。国外配方到底适不适合中国婴幼儿?东西方不同饮食结构对母亲的乳汁成分有没有影响?我们得自己研究。而那时,放眼全国都没有

母乳研究基础数据。

母乳采集,毫无捷径可走,伊利为此下足“笨功夫”,足迹遍布29个省、自治区、直辖市。记者了解到,采集母乳并不是抽一点儿样本就算完成任务。因为要将稀薄的前乳和营养丰富的后乳混合均匀,才能得出完整准确数据,每次采集时间都不短,婴儿哭闹、妈妈着急是常事。采集员既要安慰母亲,又要帮忙照顾孩子。但就是顶着这样的压力和困难,伊利采集到全国2000多个母乳样本,形成了中国最初的母乳数据库,并作为一手资料开放给行业。

随着数据累积,中国母乳的成分、含量、比例也逐渐清晰起来。依靠前瞻布局,做“早起的鸟儿”,伊利赢得奶粉业务创新发展先机。

伊利发现,母乳中的α-乳清蛋白和β-酪蛋白的含量、比例与牛奶大不相同,由此花费数年研究原料制备方法,开发了奶粉母乳化的关键配方。不仅因此斩获中国专利奖,自主研发出市场口碑强劲的金领冠系列奶粉,还为其他乳企研发适合中国婴幼儿的配方奶粉提供了第一手资料和科学依据。

说方法。不断完善机制,为伊利创新“源泉”持续涌流提供了保障。

如今,伊利新出了一款气泡酸奶“安慕希有气儿”。这种酸奶质地绵密,微微有发酵的气息,就像把上等香槟酒掺进奶里,口感很奇特。

然而,这款产品研发之初差点夭折。“气泡水大家都听过,这几年很火。可酸奶多黏稠,怎么加气啊?所以第一次提出气泡酸奶的时候,大家都估计做不成。”

在研发上,伊利有一条“先别拒绝”方法论。就是说,当一个新点子出来的时候,不要条件反射加以否定,而是要想尽办法验证可能性。气泡+酸奶,行吗?每个人心里都打鼓。但研发人员还是顶住压力,反复实验,做出相应灌装设备。为解决含气饮品开盖易喷的难点,甚至考虑过,能不能在瓶中设计一种类似心脏瓣膜的结构,减弱开瓶喷沫。对产品细节极度“挑剔”,已经刻入企业基因,也最终让好的创意开花结果。

每个月,液奶研发部都会举办“点子评审会”,鼓励大家贡献产品创意。研发负责人巴根纳说:“这样做的目的就是督促员工勤于思考。提出点子后,哪怕你不想挑头干都行,我们可以重新组建团队,但就是不能不思考。”

类似的机制还有“供应商创新日”,邀请供应商从各自视角看市场,帮助研发部跳出固有思维,获得更多灵感启发。比如,牵手丹东草莓、新疆哈密瓜等推出的系列酸奶,既有利于乡村产业振兴,又开创了地域口味新赛道。

看态度。追求精益求精,不放过每一个细节。伊利的消费者调研并不是发发问卷、填填表格那么简单。经消费者允许后,调研员会从商场选购开始,一路观察到结账、离开、回家、饮用的

全过程,其中任何让消费者感到不便的细节,都会被记录下来,逐一革新。“很多顾客会手提一整箱奶,走很远的路回家。我们为此特意将奶箱提手表面做了平滑处理,更符合人体工程学,提起来不勒手。”巴根纳说。

思考不停歇,行动不停滞,创新不停顿,才能收获累累硕果。截至2022年12月底,在母乳研究、乳品加工技术和新产品开发等方面,伊利累计获得国内外专利授权3905件,其中发明专利授权634件。全球专利申请总量、发明专利总量位居世界乳业第二,成为引领中国乳业振兴的创新高地。

——打造“智慧乳业”,是大力推进的战略构想。

敕勒川,阴山下,青城西,在北纬40度黄金奶源带上,一座以科技绿色智能为引擎的“乳业硅谷”——伊利现代智慧健康谷已经拔地而起。

身处其中,未来感、科幻感扑面而来。在奶粉全球智选标杆基地的中心化验室,240多套高精尖检测设备每日分析2000多组数据,建立婴幼儿配方乳粉营养成分和安全指标的全覆盖监测体系;在液态奶全球智选标杆基地的灌装车间,全球最快的灌装生产线每小时可灌装4万包奶;在各个环节,零碳环保工艺贯穿始终,采用的国际最先进热能回收技术,一年可减排4万余吨二氧化碳……

记者在一台“银行取号机”前驻足。它其实是全球首个定制化奶粉配方互动电脑,只需输入个人基础信息和健康需求,不到1分钟就能生成一张个性化专属营养配方。

这是伊利全链数字化创新的一个缩影。

迈向“智造”时代,数字技术正掀起一场效率变革。在线消费、技术升级,倒逼产业数字化,乳业也必须紧跟时代步伐,打开传统制造的“围栏”。伊利数字科技中心负责人尚直虎直言:“数字化是伊利非走不可的一步。”利用数字化提升效率、降低成本、稳定品质,龙头企业理应走在产业前列。

从2019年起,伊利加速推进数字化转型战略。尚直虎说,在此过程中,伊利一直强调以业务为导向,由此跳出一个误区,即数字化并非只要有数据就能驱动增长,而要以数据洞悉市场,以技术降本增效,通过更好优化流程,解决实际问题。

应当说,乳企与数字化相融合,优势并不明显:链条长、产品线多、场景复杂,要打通从牧场、工厂到营销各环节的数字关节,工程浩大。但是4年间,大到养殖建档、运输跟踪、仓网规划,小到奶粉营养素投料配比精确到微米,伊利的数字化智能化覆盖全链条、全场景、全品类,实现全方位互动。

大数据洞察消费需求,渐渐展露“魔力”。植选燕麦奶等产品,就是与消费者共创的结果;乳糖不耐人群、动物蛋白过敏人群、追求高营养价值人群,也都能获得更多样的乳品选择。

——开放创新,立足自主创新拥抱全球创新。

2014年,在荷兰“欧洲食品谷”,伊利建立了“欧洲研发中心”。1个月后,又与农业实践教育首屈一指的荷兰瓦赫宁根大学达成共建中荷首个食品安全保障体系的战略合作协议。

核心技术无疑是市场竞争利器。全产业链的关键技术,必须立足自主创新。然而,这并不代表要关起门来搞研发,只有跟高手过招才知道差距,坚持开放创新才能不夜郎自大。短短数年,伊利已在多个国家和地区建立了15个研发中心中心,还参与筹建国家乳业技术创新中心。伊利欧洲创新中心负责人盖瑞特·斯密特说:“在欧洲创新中心,中荷两国科学家同处一个实验室,盯着一个个数据,共同探索健康的奥秘,是很常见的场景。”

通过整合全球顶尖资源,拓展创新“朋友圈”,与世界一流高校和科研机构合作,伊利以产学研协同攻克产业发展难题,开发前沿引领技术,各类创新成果不断涌现——

历经上千次实验和试产,多次往返瑞典利乐和伊利实验室,“专利捕手”赵六永团队终于解决了产品浓稠挂壁无法量产等行业工艺难题,研发出添加希腊希姆菌种的安慕希常温酸奶,年销售收入已超200亿元;

首个由伊利自主研发的乳双歧杆菌BL-99奔赴太空“赶考”,成为太空菌株,这是伊利欧洲创新中心“全球集智”的科研成果,也是全链发力打破国外巨头垄断的自主创新之举……

开放创新,让自主创新提质增效。

如今,中国乳业处于由大到强转变的关键阶段,仅靠研究工艺装备、食品科学支撑已显不足,未来还需发挥强企引领作用,向“硬骨头”发力,向更深处探索,实现与前沿科技、营养学、临床医学等多学科交叉。只有掌握核心竞争力,才能跨出竞争“红海”,进入发展“蓝海”,实现差异化竞争,满足多元需求。这就是科技的力量与价值。

农业农村部2021年发布的数据显示,经过多年努力,艰难恢复,国产品牌婴幼儿配方乳粉市场占有率提升至68%。在液态奶领域,国产品牌更是具有压倒性优势。

然而,面对世界乳业的技术创新力、品牌竞争力、标准话语权,以伊利为代表的中国乳制品企业面对的依然是漫漫征途。

2017年1月24日,习近平总书记考察旗帜乳业乳品有限公司时强调:“我国是乳业生产和消费大国,要下决心把乳业做强做优,生产出让人民群众满意、放心的高品质乳品,打造具有国际竞争力的乳业产业,培育出具有世界知名度的乳业品牌。”前途无量,任重道远。以安全标准“守底线”,以质量标准“拉高线”,必须以愚公移山的精神,再加上时间沉淀,才能重塑消费者信心,攀上世界乳业之巅。

登高莫问顶,途中耳目新。做优做强中国乳业的赛道没有终点,领跑的伊利,还将继续书写新的传奇。

(调研组成员:齐东向 陈力 余颖 原洋 余健)

本版编辑 王琳 向萌



伊利液态奶生产线上的库卡机械手在码垛作业。

本报记者 余健摄