



# 进博会舞台，蒙牛演绎世界级品牌魅力

11月10日，第五届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)圆满落幕。从2018年至今，进博会不断扩容，“朋友圈”越来越大，越来越精彩。在这个大舞台上，那些优秀的国际化企业的“生意经”越来越丰富，展示的发展成果更是“年年焕新”。

全球乳业七强、中国乳业龙头蒙牛集团，连续参加五届进博会，参展规模和展品质量的逐年提升，折射的是蒙牛从“草原牛”“中国牛”到“世界牛”的蜕变成长，也是其向全球不断演绎世界级品牌魅力的进击之旅。

## A 尽显风采，向世界发出中国乳业强音

进博会举办五年来，从未缺席的蒙牛不断创新展示理念、优化展示内容，参展规模和展品质量逐年提升。

蒙牛与进博会相遇在2018年，彼时，蒙牛携旗下新西兰雅士利和合作伙伴丹麦阿尔乐，初登进博会舞台。到了2020年的第三届进博会，澳大利亚奶粉品牌贝拉米以蒙牛大家庭成员的新身份亮相，自那一届开始，蒙牛打造了中国乳业参展面积最大、也可说最国际化的展台。

在今年的第五届进博会上，蒙牛携旗下雅士利、贝拉米、妙可蓝多酪鲜生以及合作伙伴阿尔乐等品牌集体亮相，参展面

积也从首届进博会的200平方米，扩大到本届的700平方米，参展“产品矩阵”涵盖液态奶、奶酪、婴配粉、婴幼儿辅食等多个品类，成为本届世博会参展面积最大、品类最丰富的乳制品企业。

蒙牛如此庞大“参展军团”的背后支撑力量，是其多年来国际化布局的“硬核实力”。近年来，按照双循环布局，蒙牛发挥国内国际两个乳业市场两种资源联动效应，不断推进中国乳业新发展。一方面引进大洋洲的奶牛、美国的牧草、欧洲的设备以及世界一流的创新技术和管理经验，汇聚全球资源为消费者打造世界品质的产品与服务，促

进更高质量的国内大循环；同时，蒙牛在新西兰、印度尼西亚、澳大利亚等国家地区建设海外牧场和生产基地，将中国产品、中国品牌带到北美、欧洲、东南亚等更多国家和地区，不断夯实全球资源配置能力，提升国际产业链外循环水平。

蒙牛的国际化之路，是一条不断深化“全球乳业共同体”的道路。多年来，蒙牛在全球范围内将不同区域内的乳业资源优化整合，以东南亚作为国际化战略的主阵地，以欧美区域作为高端研发与技术合作方，以大洋洲等区域作为优质奶源供应地，从而形成了在全球范围内完善的全产业链布局。



## C 品牌闪耀，站上世界舞台讲好中国故事

在荷兰合作银行公布的“2022年全球乳业20强”排行榜中，蒙牛名列七强，是全球乳企最年轻的TOP10。毫无疑问，蒙牛已经从“草原牛”“中国牛”成长为“世界牛”。

在2021年第四届进博会上，卢敏放表示蒙牛有着更多的世界属性：“作为中国乳业的领头牛，蒙牛将坚定推进国际化发展战略，加快构建乳业发展新格局，为提升中国乳业的全球话语权、为推动构建全球乳业共同体作出积极贡献。”

向世界“讲好中国故事”是蒙牛的历史机遇，而进博会就是蒙牛向世界介绍自己的最佳舞台。通过五届进博会，世界不仅更清晰地认知蒙牛，也更加了解和尊重中国乳企。

目前，蒙牛已成为国际乳品联合会(IDF)、全球乳业论坛组织(GDP)、消费品论坛(CGF)、世界经济论坛工商理事会(WEF-IBC)四个国际组织的高级别成员，还是首批加入由联合国粮农组织等联合发起的全球“乳业净零之路”气候倡议的企业之一。蒙牛依托这些平台，向世界讲述中国乳企

的发展故事、责任故事、绿色故事，显著提升了中国乳业的国际话语权。

品牌国际化是中国乳业走出去、争取更多国际话语权的重要组成部分。近年来，蒙牛深入实施全球品牌升级战略，通过携手FIFA世界杯、迪士尼、环球度假区等全球知名IP，持续赋能品牌价值。特别是在即将开幕的卡塔尔世界杯上，蒙牛将以全球官方赞助商的身份，向世界再次传达健康、品质、营养的品牌主张，促进品牌国际影响力进一步提升。

今年已经5岁的进博会，为全球优秀企业搭建了一个展示风采的“大型秀场”。进博会的“进”，更是“前进”和“奋进”，与进博会共舞的五年间，蒙牛尽显持续提升的“世界品质”、日新月异的发展成果和不断攀升的品牌实力。

未来，通过进博会这个窗口和舞台，蒙牛还将为中国乳业的国际化发展步伐给出何种样板？还将为世界乳业带来哪些创新和惊喜？还将为中国故事和中国声音进行怎样的全球化表达？让我们拭目以待。

## B 链接情感，与全球消费者精彩互动

在2020年第三届进博会上，蒙牛集团总裁卢敏放曾亲自在展台“带货”，强调不光要把世界级品质的产品介绍给中国消费者，还要把世界品质的产品带到全球，服务全球二十亿消费者。

让全球消费者享受蒙牛的世界级品质，蒙牛不是盲目自信，而是底气十足。为了赢得全球消费者更高的信任，蒙牛启动了“世界品质”战略，对标全球最严标准，全面启动欧盟标准升级。2021年10月，蒙牛的“欧盟对标项目”取得突破性

进展，通过检验方法优化、工艺技术升级、奶牛养殖、源头控制等举措，蒙牛对38项产品指标、114项原料指标进行升级和补充的欧盟对标项目，正式取得突破性进展。蒙牛成为中国乳制品行业目前唯一一家经通标标准技术服务有限公司(SGS)认证，产品品质达欧盟标准的企业，七大品类品质均达到欧盟标准要求。

同时，蒙牛不断引入国际领先的质量管理理念，形成业界独创的蒙牛“4Q”质量管理体系；实现了产品全生命周期的质

量精确管理和追溯。这在为中国乳品行业树立了标杆的同时，也为全球消费者带去更高质量的产品，以及对“中国乳品”的更大信赖。

进博会是蒙牛与客户、供应商、消费者沟通的平台，是将蒙牛世界品质介绍给全球消费者的窗口。借助进博会，蒙牛充分展示旗下液态奶、奶酪、婴配粉、婴幼儿辅食等丰富的“产品矩阵”，让全球消费者更真切地认知蒙牛产品的世界级品质，不断增强对蒙牛的产品好感和品牌信任感。



## 全民阅读 READING

# 从一份报纸开始

## 欢迎订阅 兰州晨报

2023年全年订价180元/份

邮发代号：53-61  
征订方式：当地邮局营业厅  
邮政征订热线：11185



扫码征订

