

[新闻稿]



蒙牛 2022 业绩：强品牌重创新数智化 蒙牛持续高质量增长

(二零二三年三月二十九日，香港訊) 3月29日，中国蒙牛乳业有限公司及其子公司（统称“蒙牛”或“集团”）（股份代号：2319）公布截至2022年12月31日的年度业绩公告。公告显示，2022年，蒙牛实现全年收入925.9亿元，同比增长5.1%，经营利润为54.2亿元，同比增长11.6%。其中，常温纯牛奶、高端品牌取得强劲增长，鲜奶、冰淇淋全面跑赢行业，低温、奶酪稳居赛道冠军持续领跑。

2022年，蒙牛积极应对外部环境挑战，坚定执行高质量增长战略，在品牌、创新和数智化“三大引擎”的强劲驱动下，实现核心业绩稳步提升、全球排名再创新高，以可持续的高质量增长向“再创一个新蒙牛”战略目标稳步迈进。

品牌驱动 打造消费者挚爱产品

品牌，蒙牛实现高质量增长的护城河。

2022是体育大年，冬奥会、亚洲杯、世界杯万众瞩目、精彩纷呈，蒙牛聚焦重大体育赛事开展全方位品牌活动，让“天生要强”的品牌主张与体育精神有机融合、深入人心。通过致敬女足夺冠，携手谷爱凌燃动北京冰雪赛场，“你永远可以相信蒙牛代言人”等话题频上热搜；大力支持首届中国青少年足球联赛，助力青少年健康成长；蒙牛与代言人梅西、姆巴佩组成的“M³”闪耀卡塔尔世界杯，品牌力大幅提升之际，通过各类电商平台推动用户增长，实现品效合一。同时，蒙牛不断推进品牌年轻化，发布全球雇主品牌EVP“来！一起牛”，推出中国乳业首位虚拟数字员工“奶思”，进一步加强与Z世代消费者沟通。

多年来，蒙牛母子品牌协同发力、相互赋能，全面打造了六大品类、400多款产品的品牌矩阵。其中，特仑苏在2022年高端市场份额创历史新高，与第二梯队差距显著拉大，夯实全球乳业第一大单品地位；高端鲜奶新标杆——每日鲜语实现品牌知名度、品牌健康度遥遥领先；优益C、“健字号”冠益乳紧抓市场风口，引领国人健康消费时尚；冰淇淋不仅培育随变、绿色心情等品牌“常青树”，还打造跨界爆品“茅台冰淇淋”；瑞哺恩“恩至”和“菁至”率先通过奶粉新国标注册；妙可蓝多稳中有进，全面夯实奶酪第一品牌地位。

2022年，蒙牛MSCI ESG评级跃升至“A”，斩获中国食品行业最高评级，并在国资委ESG先锋50指数覆盖的426家央企上市公司中排名第一。去年，蒙牛率先制定领先

行业的 GREEN 可持续发展战略、2050 年全产业链碳中和的气候战略，充分发挥行业龙头的 ESG 领导力，在联合国全球契约组织（UNGC）、消费品论坛（CGF）、世界经济论坛（WEF）等平台上与全球伙伴积极协作，为气候变化应对、生物多样性保护、生态环境保护、乡村振兴、共同富裕等国内外重大 ESG 议题贡献力量，持续打造中国乳业绿色可持续第一品牌。

据凯度相关数据，2022 年蒙牛品牌价值同比增长 15%，增速位居中国乳业第一，并成为中国消费者十大首选品牌之一。在荷兰合作银行公布“2022 年全球乳业 20 强”榜单中，蒙牛连升两名、位列第七，创下其全球乳业排名的历史新高。

创新升级 引领高质量奶业振兴

创新，蒙牛实现高质量增长的源动力。

作为行业龙头，蒙牛坚持自主创新，着力在“种好草、养好牛、产好奶”上开展技术攻关，破解行业“卡脖子”难题，保障国人“奶瓶子”安全。

在种好草上，为了破解优质饲草长期被国外垄断的困境，蒙牛携手中国农业科学院草原研究所，对中苜 4 号苜蓿、甘农 3 号紫花苜蓿等六个品种开展技术攻关，致力于研发富含高蛋白的优质牧草。在养好牛上，蒙牛持续加强奶牛优良品种培育的自主创新，推进优质胚胎移植技术研发，全面推动牧场增牛补栏。得益于上游创新不断突破，2022 年蒙牛在全国范围持续推进“百万头奶牛、百万亩草场、百万吨牛奶”奶源布局和“种养加”产业园建设，共带动 600 多万亩、1200 多万吨优质饲草种植，带动 170 多万头奶牛养殖。在“产好奶”上，2022 年 10 月，蒙牛携手中国航天发布两个航天菌株，开启食品行业与航天创新融合新阶段。同时，蒙牛持续开展的“欧盟对标项目”再获新突破，旗下巴氏杀菌乳、灭菌乳、婴配、奶酪等九大类产品均达到欧盟标准，持续打造“世界品质”标杆。

此外，蒙牛持续加大乳品及营养健康领域的研发投入，通过“资本+科研”双轮驱动，推动科研成果产业化落地，积极探索特殊食品等第二、三增长曲线，全面打造全球乳业创新高地。

蒙牛引领行业的创新也得到权威认可和肯定。蒙牛旗下 60 个工厂开展了 ISO9001、HACCP、BRC 等七大体系认证，认证通过率达 100%。去年，蒙牛还获得了行业的“技术发明一等奖”、“技术进步特等奖”等五项大奖。

数智赋能 推动全产业提质增效

数智化，蒙牛实现高质量增长的加速器。

2022 年是蒙牛实现数智化转型的关键之年，蒙牛紧紧围绕消费者、渠道、供应链、管理“四个在线”推动数智化战略，打通从牧场到餐桌的全链条数字化体系，为高质量发展注入数字新动力。

在消费者端，蒙牛建立了以消费者为中心的数字化运营体系，推出“营养生活家”“每日鲜语”等 23 款前端应用，“一物一码”技术为消费者追踪溯源提供可靠保障，带动全年消费者互动超 20 亿次；在渠道数字化方面，蒙牛持续完善从订单管理到履约送达的闭环数智化能力提升，全面助力渠道 RTM 转型升级；在供应链侧，蒙牛加快推动旗下五大事业部数字化工厂升级，尤其是常温宁夏工厂正在打造的“灯塔工厂”，为行业树立了智能制造新标杆；蒙牛以数字化技术赋能精细化管理，进一步提升人力、法务、财务及内部管理效率，全年自研内化系统共获得 5 项发明专利。

在全面加强自身数智化转型的同时，蒙牛还积极推动产业生态的数智化建设，成功举办第二届“牛客松”创新技术大赛，吸引近 150 家企业参赛，链接线上线下多个场景，全面打造行业数字化创新生态。凭借全产业链“智慧质量”数字化管理的探索和实践，蒙牛荣获了中国质量协会颁发的“2022 年全国质量标杆”称号，为乳业唯一获此殊荣的企业。

蒙牛总裁卢敏放表示：“我们将永远看多中国经济，坚定立足中国市场推进‘再创一个新蒙牛’战略。”未来，蒙牛将持续以品牌、创新和数智化为主要驱动力，发挥乳业国家队的重要作用，以全产业链高质量发展，保障“再创一个新蒙牛”目标早日实现，全面建设具有全球竞争力的世界一流乳企，为实现奶业振兴和中国式现代化作出新的更大的贡献。

- 完 -

有关中国蒙牛乳业有限公司

中国蒙牛乳业有限公司及其子公司主要于中国生产及销售优质乳制品。凭借其主要品牌蒙牛，蒙牛已成为中国领先的乳制品生产商之一。蒙牛提供多元化的产品，包括液态奶、冰淇淋、奶粉及奶酪产品。蒙牛于荷兰合作银行公布的二零二二年“全球乳业二十强”中排名第七。截至二零二二年底，本集团乳制品的年生产能力达 1,291 万吨。二零一四年三月，蒙牛获纳入恒生指数成份股，成为首家中国乳制品企业蓝筹股。二零二二年，蒙牛 MSCI ESG 评级跃升至 A 级，为中国食品行业最高评级，并入选恒生可持续发展企业指数等可持续发展指数成份股。若希望得知更多集团的资讯，请浏览网页 www.mengniu.com。

投资者和媒体咨询，请联系：

汇思讯中国有限公司

王明月

电话：+852 2232 3978

电邮：vivian.wang@christensencomms.com

程珂

电话：+86 185 0060 8364

电邮：suri.cheng@christensencomms.com