

[新闻稿]



蒙牛 2023 年中期业绩：更营养、更智慧、更绿色 坚定高质量增长

（二零二三年八月三十日，香港讯）中国蒙牛乳业有限公司（“蒙牛”或“集团”）（股份代号：2319）发布 2023 年中期业绩公告。公告显示，蒙牛 2023 年上半年收入逆势增长 7.1%，达人民币 511.2 亿元；经营利润人民币 32.7 亿元，同比增长 29.9%；经营利润率持续提升至 6.4%，超预期扩张 1.1 个百分点；经营活动净现金同比增长 96.7%至人民币 34.5 亿元，实现全面高质量增长。

2023 年上半年，蒙牛以消费者价值创造为核心驱动，加快 RTM 渠道变革，在进一步夯实业务基本盘的同时，在“绿色、营养、智慧”三大维度上持续发力，实现创新力、品牌力、数智力和可持续发展的全面引领，以更高质量、更具价值的发展向“再创一个新蒙牛”战略目标稳步迈进。

液态奶基本盘逆势扩张，冰淇淋奶粉持续向好

2023 年上半年，集团液态奶收入同比增长 5.0%至人民币 416.4 亿元，增速领跑行业，大白奶市场份额第一。旗下全球乳业最大单品“特仑苏”销售保持双位数增长，引领乳制品行业高端化升级，持续扩大高端奶市场份额领先优势；低温业务坚持品类价值，全面布局营养、功能、美味细分赛道，引领低温酸奶回归增长，连续 19 年稳占市场份额第一；鲜奶业务持续高速增长，每日鲜语双位数增长，市场份额持续提升，稳居高端鲜奶第一品牌，每日鲜语子品牌小鲜语上半年销售额超过去年全年两倍，深受年轻人喜爱。

2023 年上半年冰淇淋业务收入同比增长 10.4%至人民币 43.1 亿元，实现三年双位数复合增长。随着国内冰淇淋行业市场规模扩大，呈现高端化、四季化、多场景等趋势，冰淇淋业务全面聚焦口味、场景及食用方式的创新升级，拓展消费场景，成效凸显。冰淇淋海外市场持续突破，艾雪保持强劲增长，市场份额位列印尼第一，菲律宾第二，并正式进入越南、泰国、老挝、柬埔寨等市场。

2023 年上半年奶粉业务实现收入人民币 18.9 亿元。婴配粉业务全面把握新国标市场机遇，六款系列奶粉通过新国标注册，五款已率先上市。贝拉米上半年销售收入强劲增长，大贸经销商和母婴店数量大幅增长，并保持跨境电商有机奶粉第一品牌。国产婴配粉聚焦瑞哺恩品牌，通过全新产品夯实品牌基础，并推动“渠道全域一体化”模

式，驱动业务长期增长。同时，悠瑞品牌紧抓老龄化和中老年奶粉功能化趋势下的市场机遇，全面打造更适合中老人群的专属配方。

奶酪业务上半年收入至人民币 22.6 亿元。奶酪业务长期发展潜力巨大，目前蒙牛+妙可蓝多在中国奶酪市场份额绝对领先，优势不断扩大。在持续提升奶酪棒产品市场份额，稳固低温奶酪棒、发展常温奶酪棒市场的同时，妙可蓝多积极布局成人休闲零食、家庭餐桌、餐饮工业等新业务领域。

更营养，领航美好生活价值服务

2023 年上半年，蒙牛坚持消费者价值驱动的创新，持续为消费者研发和提供覆盖全生命周期的多元化乳制品和营养品，不断满足消费者对美好生活的向往。

2023 年 2 月，蒙牛正式进军专业营养赛道，推出运动营养品牌迈胜，以中国首创的液体蛋白科技，开辟了国内液体蛋白补充剂的新赛道。与此同时，蒙牛坚持自主研发，深耕营养健康技术创新，不断突破行业“卡脖子”问题：在低温酸奶领域，2023 年 5 月，蒙牛自主研发的本土益生菌 PC-01 副干酪乳杆菌荣获中国专利银奖，为我国专利领域的乳业最高奖；在母乳研发方面，作为中国首家拥有母乳低聚糖 HMOs 自主知识产权的乳企，蒙牛正在加速推动 HMOs 产业化进程。

更智慧，领航全产业链数智升级

数智化是奶业实现效能飞跃、商业模式变革的必由之路。蒙牛将数智化作为 FIRST 战略核心组成部分，不仅要实现“从一棵草到一杯奶”的全产业链数智化，更要成为面向未来健康生态的领跑者。2023 年上半年，蒙牛正式发布数智化 3.0 战略，着力打造 AI 驱动数智双飞轮，实现从供应侧到消费侧的全面智慧升级。

在供应侧，全球首座全数智化工厂——“蒙牛宁夏工厂”2023 年 5 月正式落成投产。该工厂实现了 100 名员工、100 万吨年产能和 100 亿元年产值，人均效能比传统工厂提高 20 倍，打造出全球乳业工厂最高年度人效比，将为蒙牛带来长期的供应链制造成本优势。此外，蒙牛打造的“云养牛”智慧牧场，通过物联网技术，实现了对每头牛的精准确关爱，目前已覆盖 341 个合作牧场、近百万头牛。

在消费侧，蒙牛通过数字化工具赋能乡镇村下沉，紧抓 O2O、社区、直播等新零售渠道和场景机会，加快 RTM 渠道变革，强化全渠道掌控能力，夯实铺市基础，稳步提升全品项深度分销能力，为液态奶基本盘及各品类业务的未来长期增长奠定坚实基础。4 月，蒙牛上线“WOW 健康+”数智平台，通过全方位个性化服务，帮助消费者拥有更健康、更有活力的生活方式，实现了和消费者良好的“情感互动”和“数字链接”。此外，蒙牛还发布了全球首个营养健康领域模型——MENGNIU.GPT，基于该模型推出的“AI 营养师蒙蒙”旨在为中国家庭提供全天候、高质量、个性化的营养健康服务，进一步巩固蒙牛在营养健康领域的领先地位。

更绿色，领航低碳可持续发展

2023 年以来，蒙牛持续推动 GREEN 可持续发展战略落地，通过开展 15 项议题、28 项行动，带动全产业链六大环节全面减碳，持续引领乳业绿色发展转型。

在上游，蒙牛通过优化牛群结构、调整饲料成分、优化粪肥管理、提升能源效率等方式，实现上游牧场全面减碳。蒙牛旗下中国圣牧还在乌兰布和沙漠种下 9,700 万棵 树，绿化沙漠 200 多平方公里，打造出全球唯一的沙漠有机奶源。在生产环节，蒙牛 旗下国家级绿色工厂已增至 27 座，曲靖工厂成为中国乳业首家国内国际双认证零碳工 厂，清远工厂等 3 家工厂获德国莱茵 TÜV 颁发的零废工厂认证。在下游，蒙牛持续推 进产品“绿色化”，旗下瑞哺恩等多款产品获得碳中和认证，未来星等 4 款产品入选消 费品论坛（CGF）《黄金设计原则案例集》。

此外，为带领产业链伙伴共同践行绿色发展，蒙牛还发布森林保护政策，承诺实现 “2030 年零毁林”目标，消除全供应链的毁林风险，同时还加入了世界经济论坛 （WEF）“全球植万亿棵树领军者倡议”，带动更多公众参与到“为地球减碳增绿”的行 动中来。

品牌引领，成就世界一流乳企

作为中国消费者十大首选品牌之一，蒙牛坚定品牌引领，践行长期主义品牌理念，坚 持 20 年支持中国航天事业，成为金牌合作伙伴，双方还在 2023 年 4 月开启未来 10 年 的新一期战略合作。同时，蒙牛第四次携手国际足联成为 2026 年、2030 年 FIFA 世界 杯和 2027 年 FIFA 女足世界杯全球官方赞助商，不断与世界顶级赛事 IP 合作，为全球 消费者带来健康与快乐。

蒙牛总裁卢敏放说：“真正的世界领先不光是看规模和销量，还要看给行业、给消费 者、给这个世界带来更多的价值与贡献。”他表示，未来蒙牛将围绕“营养、智慧、绿 色”三大战略方向持续发力，不断满足消费者多元化需求，加快建设世界一流的中国乳 企，全面领航中国乳业高质量发展。

- 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二零二三年“全球乳业二十强”中排名第八。截至二 零二三年六月三十日，本集团乳制品的年生产能力达 1,360 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、恒生内地及香港可持 续发展企业指数、恒生可持续发展企业基准指数及恒指 ESG 增强精选指数。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