

做优做强做大民族乳企 为健康中国续航

——专访北京三元食品股份有限公司总经理唐宏

本报记者牛安春 刘延正

“没有全民健康，就没有全面小康。要把人民健康放在优先发展的战略地位，以普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业为重点，加快推进健康中国建设，努力全方位、全周期保障人民健康。”

早在2016年8月19日至20日，习近平总书记在全国卫生与健康大会上就发表了重要讲话，为健康中国建设指出明确方向。

今年是《“健康中国2030”规划纲要》实施五周年、《健康中国行动（2019—2030年）》发布两周年。作为参与健康中国建设的一支重要力量，中国

乳业近年来取得哪些新成就？能否为人民健康提供全周期保障？

近日，《中国食品安全报》独家专访了北京三元食品股份有限公司总经理唐宏，以期从这家拥有70多年发展史的老牌乳企身上，找寻中国乳业发展的新路程，探寻健康中国的新成就。

消费升级催生三元新战略

数据显示，2020年中国社会消费品零售总额已达39.2万亿元，而2012年仅为20.6万亿元，8年间翻了近一倍。今年前三季度，中国社会消费品零售总额达31.8万亿元，同比增长16.4%。消费对经济增长的贡献率高达64.8%，已成为中国经济增长的主要拉动力。

消费对中国经济增长的拉动力还体现在推动中国高净值人数和中产阶级的倍增方面。据汇丰银行今年5月发布的报告数据，预计到2025年，高净值（可投资资产至少人民币1,000万元）人数可能将从目前的200多万人增加到500万人。中产阶级人数将从目前的3.4亿人增加45%以上

达到5亿多人。

一个规模更大、收入水平更高的中产阶级，意味着对优质商品和服务的需求将不断上升。世界银行估计，中国新崛起的中产阶级每增加20美元的日常支出，其消费每年将增加约1.1万亿美元。这部分人群的倍增，将直接驱动消费升级。

“消费升级的一个显著特性就是购买偏好会从物理高价走向心理溢价，消费者对品牌的认同，将不再以单纯的物理上的高价来衡量，高价不一定代表高端品牌，而心理上的溢价会成为消费者选择品牌的重要因素。”北京三元食品股份有限公司总经理唐宏在接受本报专访时谈到，如何抓住购买力上升带来的消费升级，这是三元在制定新战略时考虑的重要因素之一。

“就乳业而言，未来的趋势会是纺锤型，中间的肚子会越来越大，两端会越来越小，高附加值、高性价比的产品会越来越受到消费者青睐，获得更大的发展空间，而单纯高价和绝对低质低价的产品，其市场空间会变得越来越小。三元在70年的发展过程中一直坚守初心，为消费者提供高附加值、高性价比的产品，不断增强消费者的心理溢价。”

基于对乳业未来发展趋势的判断，三元最终制定“做优、做强、做大”新战略。具体而言，就是以消费者为中心，通过持续加大科技投入将产品做优，通过持续打造核心竞争力将品牌做强，通过内涵式发展和外延式并购将企业做大。通过做优、做强、做大，将三元发展成为最受国人信赖的民族乳企。



“以消费者为中心，通过持续加大科技投入，将产品做优，通过持续打造核心竞争力，将品牌做强，通过内涵式增长和外延式并购将企业做大。通过做优、做强、做大战略落地，把三元打造成为最受国人信赖的民族乳企。”

——北京三元食品股份有限公司总经理唐宏

匠心铸就品质，科技引领进步，创新推动升级

对于新战略，制定容易落地难。如何做优产品，做强品牌，做大企业，这是三元需要动态思考的三个主要问题。

在做优产品方面，70年来，三元一直坚守“只为一杯好牛奶”的初心使命，发扬工匠精神，为品质保驾护航。三元的工匠精神在几代三元人身上得到了传承，他们用高度使命感和责任心，守护着三元整个产品链。

在三元的历史发展中，涌现了很多位全国劳动模范，全国五一劳动奖章，北京市劳动模范，首都五一劳动奖章，北京市三八红旗奖章，北京市大工匠等获得者，以他们为代表的优秀工匠遍布三元整个产业链，成为三元坚守高品质，坚持营养健康的一个鲜明的符号。

“人只是一方面，在人的基础之上，我们建立了全产业链协同和非常完善的全程质量标准化体系。我认为这对于三元做优产品是非常非常重要的。”唐宏强调的全程质量标准化体系，既有依托首农食品集团优势资源建立的基于风险分析的全产业链质量标准化管理体系

，像“源头严管+过程严控+结果快检”的专业化质量管控模式，已贯穿于整个乳业全产业链。也有三元自己建立的基于风险分析的一些管理工具，像三元自主研发的原料奶指纹图谱，它能非常快的甄别大肠杆菌、嗜冷菌等有害微生物的分布，并做定点拆除。

将产品做优是一个永无止境的创新之旅，除了发扬工匠精神，打造全产业链质量管控体系，更核心的是要发挥科技的力量。在产品开发方面，三元生动诠释了什么才是真正的科技引领进步。三元打造了从应用基础研究、工程技术开发到临床医学循证、产业示范引领的乳品研发模式，这种研发模式将研发工作的科学性、精准性、前瞻性体现得淋漓尽致。

在技术研究方面，三元最值得一提的是2014年成立的“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，当时是在科技部、北京市科委、发改委大力支持之下筹建的。依托这个中心，三元形成了“中国人母乳成分数据库”。这个数据库的形成，横跨了6个省份8个区域7个饮食圈11个点的母婴系列营养研究队列，选择了近2000名孕产妇和婴幼儿，采集了约3万份样本，分析了近2000万条数据，通过多点、多中心、双盲队列研究形成了1923种“中国人母乳成分数据库”，这个数据库是迄今为止国内最全的数据库。



三元食品常温奶生产车间

三元食品瓶装奶生产车间

下转13版