

2016年,当我们在欢迎陆续出生的“猴宝宝”时,我们还应该为他们准备好什么?当我们期盼已久的“放开二胎”政策到来时,我们是否想过改善和纠正哺育“大孩”时的经验和不足?民以食为天,食以安为先。“宝宝”这一特殊群体的口粮问题,更是关系民生国计,而承担中国宝宝喂养重任的中国乳企也比其他行业更需要“在创新中谨慎,在谨慎中创新”。

如何在制度上确保奶粉安全?消费者如何才能对国产奶粉恢复信心?消费者选择国产奶粉更看重哪些问题?如何解决宝宝喂养问题?——在“最严食品安全法”时代,飞鹤提出“更适合中国宝宝体质的奶粉”定位时,面临的既是沉疴,也是新症,受教育程度更高的父母们需要更充分的理由来决定是否购买,而安全仅仅才是第一步。

飞鹤以全产业链模式打造最严标准下的中国制造典范



飞鹤世界级样板工厂



飞鹤标准化自动化生产线



专业农场种植蛋白质之王紫花苜蓿



在标准化的挤奶大厅里,奶牛们听着音乐自动挤奶

最严质量标准 消除“不信任”偏见

宝宝到底能喝什么?根据淘宝全球购发布的《海淘十年报告》显示,2005-2015年,中国人海淘摘得“王冠”的是以奶粉为首的母婴类用品,其购买次数和成交额均名列第一。

然而众所周知,海淘奶粉的品质遵循的都是当地宝宝的体质,妈妈们选择海淘更多是出于对“外国标准更严格”这一感性判断。而从中我们也可以窥见,自2008年至今,消费者对于国产奶粉的信心依旧未能完全恢复。针对消费者固执的“偏见选择”,国家和民族乳企不仅看在眼里,更是一直没有停下为国产奶粉正名的脚步。

“两会”期间,农业部部长韩长赋在接受媒体采访时感叹:“因为我们的奶业曾经出现过问题,大批国人到国外抢购奶粉,这是中国奶业人的耻辱。所以我们一定要振奋,要奋起直追,要提升我们奶业的品质,唱响我们的品牌,恢复国人对民族乳业的信心。”

“十三五”时期,食品安全问题已经上升为国家重大战略。习近平主席强调要用“四个最严”保障食品安全,他指出:“要切实加强食品药品安全监管,用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责,加快建立科学完善的食品药品安全治理体系,严把从农田到餐桌、从实验室到医院的每一道防线。”在习近平重要讲话精神的指导下,新《食品安全法》颁布实施,这部“史上最严”的食品法典,也成为了婴幼儿口粮的防护之盾。正如中国乳制品工业协会秘书长刘美菊认为得那样:“乳制品行业现行的法规标准是最严格的,而且是最全面的,也是最完善的。相关部门对乳制品行业的监管力度是最大的,抽检的频次也是最高的。其次,乳制品行业目前的产品合格率是最高的。”或许,消费者对国产奶粉为期八年的偏执印象即将改变。

从源头出发 做放心好奶粉

“得奶源者得天下”,在婴幼儿奶粉领域,奶源对于安全的重要性更是不言而喻。为了打造更适合中国宝宝体质

的好奶粉,民族乳企飞鹤乳业秉持“专业、专一、专注”的精神,在源头上加码掌控好品质,在“源创新”理念的指导下开启了从牧草种植就开始的源头建设。

飞鹤乳业的源创新关注“生产的源头”,即全产业链。飞鹤用十年的时间打造出了一条完全处于自己掌控之下的安全优质的全产业链。早在2001年,飞鹤乳业就在北纬47度世界黄金奶源带上打造了中国婴幼儿奶粉行业第一条完整的全产业链,实现了从源头牧草种植、规模化奶牛饲养到生产加工、物流仓储、渠道管控乃至售后服务各个环节的全程可控,确保了每一罐飞鹤奶粉的品质,为中国宝宝提供了安全可靠的奶源。

基于对全产业链的布局,飞鹤乳业依托于“2小时生态圈”,从牧场挤出的鲜奶两小时内便可运送至工厂加工成粉,同时运用湿法工艺和闪溶技术,保障每一颗奶粉颗粒的营养都是均匀的。通过对鲜奶、原材料、半成品、成品进行24小时全程跟踪检验,25道检验程序,411项次的检验,为持续54年的质量安全上了多重保险。

为了从生命的源头研发出“更适合中国宝宝体质的奶粉”,飞鹤以“源创新”为发展契机,从“生产的源头”转向重点关注“研发的源头”,聚合世界上先进的研发力量从生产导向到研发导向,从重视共性化产品到更重视个性化需求,始终关注“源头”动力,从研发的源头、生产的源头抓起,严格把控产品质量,从而更充分地保证产品的高品质。

为了更进一步展开对人类生命源头的探索,2014年,飞鹤携手哈佛大学医学院BIDMC医学中心在美国波士顿成立了“飞鹤-哈佛医学院BIDMC营养实验室”,汇聚全球消化、神经、微生物、临床试验、基础儿科等多学科的一流科研人员的力量,把国际一线的营养学理论引入中国,让国际最前沿的营养研发理念和中国本土实际情况相结合,建立了一套科学、合理、规范的营养研究模式。

正是多国顶级机构的通力合作以及飞鹤自身的研发创新,才共同打造出飞鹤“星飞帆”这样一款世界级的产品。在2015年的世界食品品质品鉴大会上,飞鹤星飞帆系列代表中国婴幼儿乳粉企业首次摘取世界食品品质评鉴大

会的食品类金奖。据了解,该奖项素有食品业“诺贝尔奖”之称。乳制品行业研究员宋亮表示:“此次获得国际权威专业机构的认可,说明中国国产奶粉品质达到国际先进水平,在国际上是经得起考验的,为中国婴幼儿乳粉行业的未来发展增添了信心与动力。可见,近几年整个乳品产业的升级是有成效的,也佐证了全产业链模式可以充分保证产品的高品质,创新是引领发展的第一动力。正是融合了生产力+研发力的‘源创新’,飞鹤成为代表民族实力的‘中国好奶粉’。”

可追溯技术 让乳企走在“太阳底下”

新版《食品安全法》于2015年10月1日开始实施,食品安全以此作为新起点,进入了一个食品监管法治建设新阶段。据悉,新版《食品安全法》中明确了国家建立食品安全全程追溯制度,这也意味着食品安全追溯已经成为法定条款。2016年1月7日,国家食品药品监督管理总局印发了《婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全追溯信息记录规范》,要求婴幼儿配方乳粉生产企业真实、准确、有效记录生产经营过程信息,建立和完善婴幼儿配方乳粉生产企业食品安全追溯体系,实现婴幼儿配方乳粉生产全过程信息可记录、可追溯、可管控、可召回、可查询,全面落实婴幼儿配方乳粉生产企业主体责任,保障婴幼儿配方乳粉质量安全。

面对新法的出台,当整个乳业还在为配合新法加紧布局时,飞鹤乳业却早已与新版《食品安全法》不谋而合,早在2012年,飞鹤便上线了婴幼儿奶粉行业首个可追溯系统,消费者可以通过该系统查询产品的奶源地、生产地、质检等关键环节,飞鹤也因此成为我国乳制品行业中首家上线可追溯系统的婴幼儿奶粉企业。

随着移动互联网的发展,飞鹤于2014年先后推出了可追溯系统的手机App和微信版,实现了包括鲜奶、成品生产地、检验地、物流总仓、一级经销商等15项信息的公开透明。2015年11月飞鹤乳业又宣布,飞鹤可视化全产业链正式上线。该系统的上线,能够使远在千里之外的消费者足不

出户,便可通过手机了解到包括原生态环境、生态农场和生态牧场、智能工厂在内的全产业链关键环节。至此,飞鹤乳业可视化全产业链模式这一最前沿的技术手段升级数字化内控体系,对国产婴幼儿奶粉的可追溯建设具有里程碑意义。

飞鹤运用信息化、互联网、云计算等技术搭建的“可视化全产业链”,能够实现产品从原材料生产到消费者购买整个过程,在行业内率先打造出了跨终端、跨平台、三位一体的信息共享服务。可追溯的全产业链体系不仅让消费者“眼见为实”,也在一定程度上解决了乳品安全信任问题,有效保障了飞鹤乳业产品的安全、营养、新鲜,使得飞鹤在54年来历次奶粉安全事故中均能独善其身。可追溯系统的建立标志着飞鹤在消费者服务模式的多元化和食品安全数字化内控体系等方面的多重探索,为国内乳企的长久发展树立了典范,推动中国乳企在“互联网+”时代向智能化、信息化发展。

飞鹤乳业在可追溯方面的建设,不仅是对于企业自身的内控和消费者服务进一步升级,同时也使飞鹤成为“国家标准”的先行者。据了解,飞鹤是首批通过“两化融合”体系审核的婴幼儿奶粉企业。在两化融合项目组的审核过程中,飞鹤凭借其扎实的团队优势、技术优势、管理优势和品牌优势获得一致好评。工信部评定机构专家组对飞鹤的产品质量给予了非常高的评价,对飞鹤在两化融合方面所做的努力与成绩给予充分肯定。一位参与审核的专家表示:“我们很高兴,也很自豪,我们国产奶粉在全产业链方面做得这么好。通过审核,我们了解到飞鹤的方方面面确实做得很扎实,也很突出。我以后也可以跟周围的朋友们推荐我们国产奶粉了。”

提升消费者信任 做更适合中国宝宝体质的奶粉

“婴幼儿奶粉是良心的事业、母亲的事业、民族的事业。我们在创造经济效益的同时,也需要承担社会责任,传递正能量。”飞鹤乳业董事长冷友斌多次在企业内部如是传递飞鹤的品牌价值,他认为,树立良好的品牌并能长期

操守,不仅仅靠约束和管辖,还要有对责任的敬畏,对事业的忠诚、对用户的感念。

而在飞鹤乳业内部,也一直流传这样一句话:“消费者的3·15,飞鹤乳业的365。”做婴幼儿奶粉是做母亲的事业,食品安全不容忽视。我国每年有新生儿1700万左右,婴幼儿奶粉安全牵动着万千中国家庭的神经,并深受国家重视。作为中国首家拥有全产业链的婴幼儿奶粉企业,飞鹤正是凭借安全可靠的产品和“天天3·15”的理念赢得了万千中国消费者的青睐。

事实上,企业的竞争力归根到底还是消费者认同问题,而消费者的认同,除了安全的基本保障之外,还要有更深层次的营养和信任需求。普通消费群体的需求得到满足之后,高层次的消费需求是从供给的方向进一步引导。这就需要企业加速产品结构的调整,应该把新的供给需求从不同层面调整出来,引领新的消费群体、消费方向。如今的消费者,特别是中高收入的家庭,在选择婴幼儿配方奶时,奶粉的营养成分已经凌驾于价格之上,是否“适合宝宝”也成为选择奶粉品牌的关注重点。尤其今年是全面放开二孩政策落地的第一年,也是奶粉行业机遇与挑战并存的一年,抓住“矛盾点”的乳企将更能快速发展。

飞鹤关注到,由于地域、饮食等差异,中国宝宝与外国宝宝的体质有着明显不同。据此飞鹤积极整合全球研发资源进行技术储备和研发,以使飞鹤奶粉在体质、膳食结构、母乳成分等方面都更适合中国宝宝体质的营养需求,成功打造更适合中国宝宝体质的奶粉,并就此开展了临床喂养实验。飞鹤奶粉也因此成为第一家完成婴幼儿配方奶粉临床喂养试验的国内乳品企业,开创婴幼儿奶粉行业针对中国宝宝的临床喂养实验先河。

2010年,飞鹤奶粉参照中国母乳的“黄金标准”,基于对中国母乳数据的调查研究,飞鹤推出了中国第一款母乳化产品——星飞帆系列配方奶粉接近母乳乳化的标准达到99.9%。实验结果表明,食用飞鹤奶粉的宝宝,在粪便(包括颜色、硬度及形态)、尿钙、行为发育、语言能力、社交能力等方面,与食用中国母乳的宝宝没有明显差异。

多年来坚持秉承“专业、专注、专一”精神打造“更适合中国宝宝体质”的奶粉,让“飞鹤标准”也成为业界标杆——乳脂、乳蛋白含量分别在4%和3.3%以上,细菌总数指标小于10000cfu/ml。其安全性和超优品质远超中国标准,亦超过被视为国际生鲜乳最高标准的欧盟标准。众所周知,欧盟标准相当严格,但是这些“飞鹤标准”是欧盟标准的1/10。体细胞是欧盟标准的1/2,纯净度领先于国际水平。

在当下乳业深度调整转型的时期下,中国乳企的营销已经不能依靠原来单一的降价、促销等方式,而应该向健康、服务等更高层次的营销模式转变,寻求将心比心的感性认同。在此方面,飞鹤通过升级可视化全产业链模式到打造“更适合中国宝宝体质的奶粉”,向业界再次证明了,只有让消费者亲身了解并认识到奶品安全,并提供一种快速的反馈机制,才能让消费者认同企业的理念,放心地选择。

一位家长曾给飞鹤的来信中这样写道:“最初在给孩子喝奶粉的问题上很纠结,买进口奶粉实际麻烦又觉得不一定有保障……最终确定飞鹤奶粉,从1段到3段,每次都一箱一箱地购买……看着孩子健康活泼地成长,是做父母最大的愿望。飞鹤奶粉质量好、营养好,一个民族品牌能让老百姓放心就是好品牌!真心感谢飞鹤奶粉!”

中国奶粉中国造 引领全行业责任

正如乳业行业研究员宋亮所说,从整体来看,国产奶粉的转型是一个艰难的过程,也存在很大风险,但不转型则必死。对于企业来说,修炼内功仍然是首要任务,而像飞鹤这样洞悉先机早、布局早,持续创新的乳企来说,成为“史上最严”标准下的“三好学生”,并走出一条特色之路无疑是转型成功的体现。

期待更多像飞鹤一样的乳企受严法监督,做良心企业、谨慎立身,让每一天的生产都紧绷“3·15之弦”,将安全问题消弭于未然,铸造优质产品+良好口碑的国产乳业新常态,共同实现国家、公众、企业三赢的“中国梦”!