

博鳌时间:伊利吹响品质强国新号角

4月8日,坐标海南博鳌,2018年主场外交首秀的博鳌亚洲论坛2018年年会拉开帷幕,迎宾大道两侧的道旗上,博鳌亚洲论坛与伊利的标志在和煦的海风中不断飘扬。伊利作为博鳌亚洲论坛2018年年会合作伙伴,用品质企业的形象,向来自各个国家的嘉宾展现了大国企业的形象。

伊利作为连续位居全球乳业8强、蝉联亚洲乳业榜首的乳企,在全球领先品牌咨询机构Interbrand发布的“2017最佳中国品牌价值排行榜”上,伊利品牌蝉联食品和乳品类排行榜榜首。近期,英国著名品牌评定机构“Brand Finance”推出的2018年度全球品牌500强榜单,伊利再度成为惟一入选的中国乳制品企业,这一系列成绩的取得,离不开伊利一直以来对品质的重视。

如果把企业比做一棵树,品质就是企业的根。伊利始终坚持“伊利即品质”的企业信条,以品质为基,创新驱动,国际化助力,筑牢企业发展的根基,助推中国乳业迈入品质新时代。



伊利旗下的金典成为博鳌亚洲论坛2018年年会惟一指定牛奶



伊利旗下的畅轻成为博鳌亚洲论坛2018年年会惟一指定酸奶



伊利产品亮相博鳌亚洲论坛2018年年会

以“品质”为核心,成就中国乳业的骄傲

品质是伊利腾飞的坚实基础,是伊利发展的重要战略。为保障产品品质,伊利建立了严苛的质量管控“三条线”,即:在国标线基础上提升50%的标准,制定企标线,又在企标线基础上提升20%的标准,制定了更严的内控线。“三条线”层层把关,守护了产品的卓越品质。伊利人眼里不容“小毛刺”的故事就是“伊利即品质”信条的直接体现。有一天,一名员工发现产品包装底部有划痕,虽然不明显,但仍坚决要求停机检查。最终,他和同事经地毯式排查后,在设备链条的深处找到了一个不到一毫米的毛刺。

正是伊利对高品质的不懈追求,伊利赢得了各界认可。2008年北京奥运会期间,伊利乳品为全世界的运动员们提供能量;2017年,伊利又成为2022年北京冬奥会和冬残奥会官方惟一乳制品合作伙伴;2018年,伊利成为博鳌亚洲论坛2018年年会合作伙伴,这一系列成绩的取得,靠的正是对卓越品质的不懈追求。

洞察消费需求,整合全球资源服务消费者

当前,消费升级成为全球消费市场的主旋律,消费者从对“价格”的敏感逐步转变为对“品质”的敏感,在中国消费市场的表现尤为明显,可以说品质消费时代已经来临。这就需要不断提升品质保障能力,才能把握住“品质消费”的机遇。

“明者因时而变,智者随事而制。”面对消费升级的大趋势,伊利积极整合全球优质资源与顶尖智慧,以更好地满足消费者对高品质乳品的需求。在欧洲,成立中国乳业高规格的海外研发中心——伊利欧洲研发中心;在美洲,主导实施了中美智慧谷,推动全球食品前沿领域的研究;在大洋洲,与南半球著名的农业和食品专业大学新西兰林肯大学签署战略合作协议……2017年,伊利具有高科技、高附加值的高端产品占比已经高达49%,位居行业首位,有效满足了不同消费者的消费需求。

高品质产品自然赢得了消费者的“金口碑”,并直接带来销量增长。每天,有1亿多份伊利产品滋润着人们的健康;每年,有370亿份伊利产品惊艳着人们的味蕾。而据凯度消费者指数(Kantar Worldpanel)显示,仅2017年,购买过伊利产品的消费者就达13.5亿人次。

以“品质创新”为驱动,助力全球健康

“不创新,无未来”。一直以来,伊利把创新作为夯实自身食品高品质堡垒的有效抓手,勾勒世界共享健康的蓝图。

百舸争流,奋楫者先。早在2003年,伊利就主动背负起“健康国人”的重任,开启自主研究中国母乳特点的专项工作,历经16年精耕细作,伊利建立并升级中国首个母乳研究数据库,搜集百万核心数据,致力于打造更接近中国母乳的婴幼儿奶粉。今年初亮相瑞士冬季达沃斯的金领冠婴幼儿配方奶粉就是母乳研究的成果结晶。同时,伊利近年来不断加大创新产品的研发和上市速度,先后推出了常温酸奶安慕希、褐色炭烧酸奶、畅轻酸奶等多款畅销产品,助力全球消费者的健康需求。

这些年来,伊利将品质视为生命,坚持品质战略,肩负起品质革命领导者的重任,成为全球市场中的中国乳业名片。未来,作为乳业巨头的伊利将不忘初心,坚守品质信念、在创新与国际化双引擎的驱动下,为全面助推“让世界共享健康”的梦想前行贡献自己的力量。



伊利身影在博鳌亚洲论坛随处可见