经济日报 ECONOMIC DAILY

旗帜乳业扛起乳业旗帜

经济日报·中国经济网记者 宋美倩 通讯员 段晓芳

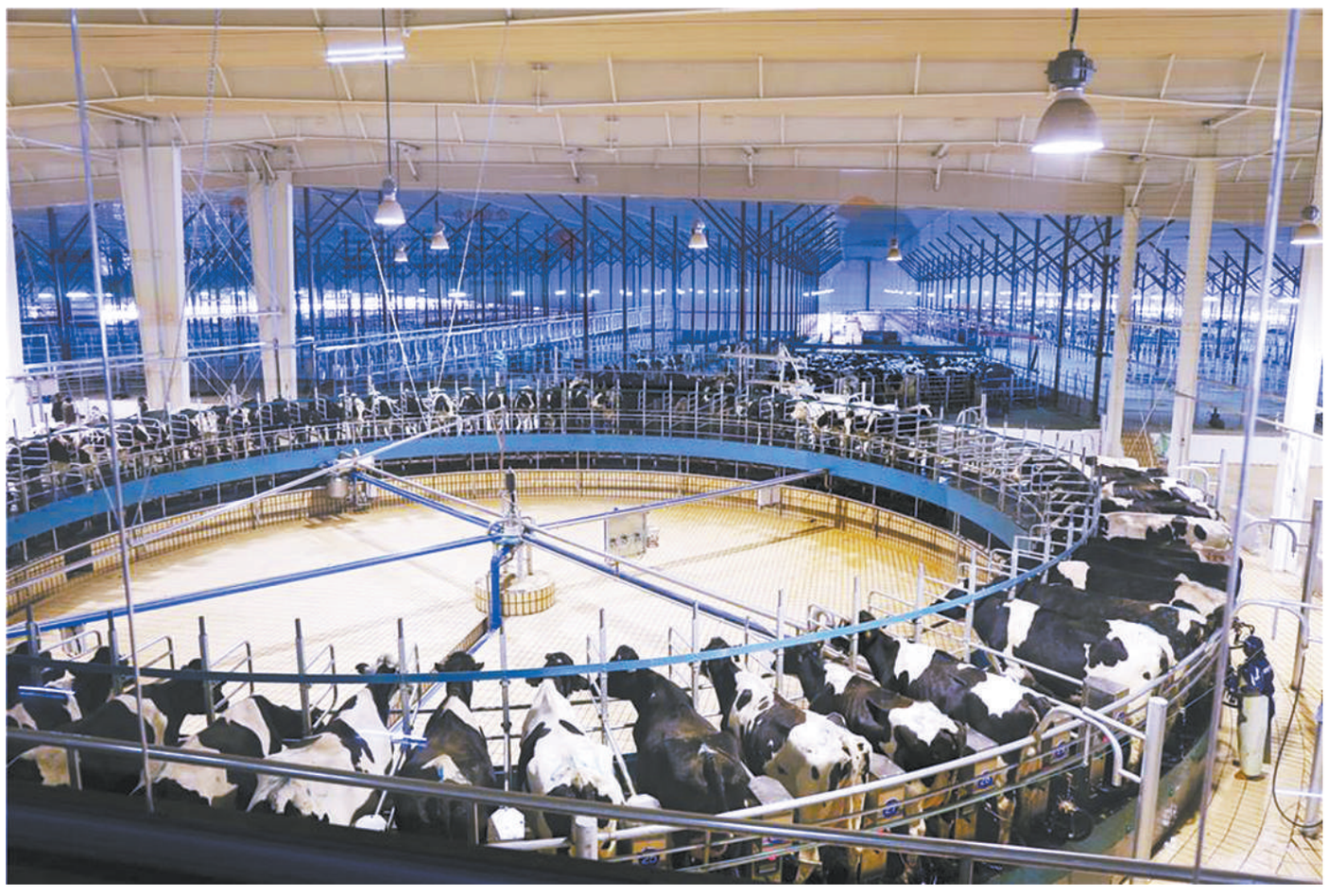
慧眼观企

在河北省张家口市察北管理区一望无际的草原上，一座现代化的工厂区静静伫立在这里。走到近前，旗帜婴儿乳品股份有限公司厂名醒目亮眼，“牢记总书记嘱托，让祖国的下一代喝上好奶粉”的标语十分醒目。

2017年1月24日，中共中央总书记、国家主席习近平在旗帜婴儿乳品股份有限公司考察时指出，“让祖国的下一代喝上好奶粉，我一直很重视！我国是乳业生产和消费大国，要下决心把乳业做强做优，生产出让人民群众满意、放心的高品质乳业产品，打造出具有国际竞争力的乳业产业，培育出具有世界知名度的乳业品牌。”

2017年以来，旗帜乳业连续3年蝉联世界食品品质评鉴大会最高奖项“特别金奖”，并被授予“国际高质量奖”。2019年，公司产量同比增长159%；今年前5个月，产销量同比增长60%。

牢记嘱托，旗帜乳业正在努力向“全球婴儿奶粉品质第一品牌”目标奋进。



图为旗帜乳业公司挤奶车间。 （资料图片）

振兴民族品牌扛旗帜

记者走进旗帜婴儿乳品股份有限公司挤奶大厅的时候，正好赶上奶牛正在轮流挤奶。只见奶牛们“排队”走上转盘，在指定位置上站定，随着自动设备启动，奶液源源不断地流了出来。

“整个过程都是在负压状态下进行的。这套设备能够模拟牛犊吸奶，而不是用压力将奶挤出来。完成挤奶后，针孔挤奶机会自动脱落。之后，工作人员还会给奶牛药浴，降低奶牛疾病发生率。”旗帜婴儿乳品股份有限公司加工厂厂长孝显然告诉记者。

在奶牛们有序离开的同时，刚刚挤出的鲜奶会经过转盘中间的不锈钢真空管道，直接输送至生产车间。孝显然告诉记者，从挤奶到加工，整个过程仅需2小时。直到产品到达消费者手中，原奶或奶粉才第一次接触到外界空气。“这样可以最大程度保留原奶中的生物活性物质。”

作为一个已经在奶业工作了20多年的资深从业者，孝显然曾亲历过国产奶粉最低迷的那段日子。他深知，确保生产源头质量是生产出“好奶粉”的首道关口。而奶牛养殖与牛奶生产加工能否高效衔接，则是这道关口的重中之重。

在参观通道的墙面上，一块块展板详细介绍着旗帜乳业在奶源、设备、工艺等方面的优势：创新牧草种植、饲料加工、奶牛养殖、生产加工一体化模式，实现从牧草到奶瓶全程可追溯，原奶2小时可送至奶粉加工环节。

旗帜乳业拥有占地面积2万亩、可容纳8万头良种奶牛的自有牧场，可为奶制品生产提供100%自产原奶。在此基础上，公司采用75℃低强度杀菌技术，利用国际先进的三效真空降膜蒸发浓缩工艺，降低温度，减少对营养素的破坏，最大限度保留原奶中的免疫活性营养物质。更值得一提的是，为提高奶粉冲调质量，旗帜乳业还采用了先进的干湿法复合工艺，有效减少了热敏营养素的流失。

为确保每一罐奶粉的安全与营养，旗帜乳业一直坚持采用高标准配料，并根据中国宝宝体质，添加了二十二碳六烯酸（DHA）、叶黄素、牛磺酸等营养物质，为中国宝宝成长提供全面均衡的营养。

业界专家表示，旗帜乳业“从养殖到加工‘零距离’无缝衔接”系统不仅能够有效降低污染风险，而且可以使奶粉中生物活性物质含量大幅提高。

此外，旗帜乳业还与中国农业大学合作，开展燕麦草和苜蓿草种植实验，以研发、培育产量更高、营养更稳定的饲料。

图为旗帜乳业公司技术人员正在进行出厂质量检测。 （资料图片）

深化质量管理树旗帜

在旗帜乳业的牧场，记者看到，每头奶牛都佩戴了一个项圈。据旗帜乳业牧场相关负责人介绍，这是奶牛们的“身份证”，详细记录了奶牛出生、繁殖、运动量、采食量、产奶量等信息。通过这些数据，不仅能实时监测每头奶牛的身体状况，还可在后续检测时精准识别奶样所属奶牛，并对奶样水分、乳脂肪、乳蛋白、体细胞等63项原奶指标进行测定，精准把控奶源质量。

产品质量是产出来的，也是管出来的。

旗帜乳业率先整合世界领先技术，优选全球知名供应商，按照药品标准严控生产流程，建立了一整套先进、严格、智能化的生产管理体系，形成了集“世界级牧场、世界级工厂、世界级合作伙伴、世界级管理体系”于一体的世界级管理标准。

正如君乐宝乳业集团总裁、旗帜婴儿乳品股份有限公司董事长魏立华所说：“我们要把国际公认的最高标准作为企业标杆。只有瞄准国际最高标准，我们的产品才能赢得消费者的信赖，才能经得起世界同行的比较，我们的产业才能迈向全球价值链中高端。”

根据欧盟标准，原奶微生物指标要小于40万标准单位才可以上市，日本标准则要求小于20万标准单位，而旗帜乳业原奶的内部控制标准则要求小于2万标准单位；在代表奶牛牛体健康程度的原奶体细胞指标上，欧盟标准要求小于40万/毫升，日本标准要求小于30万/毫升，而旗帜乳业的奶粉检测结果低于12万/毫升；在代表牛奶营养价值的蛋白质指标中，欧盟和日本标准均要求大于3%，而旗帜乳业内部控制标准则是大于3.3%。

正是这样严格的标准把控，让旗帜乳业获得了国际市场公认的、标准最严苛的“通行证”——欧盟BRC食品安全全球标准认证AA级证书，一举闯入国际核心市场。

不仅如此，旗帜乳业还创新产品营销方式，推出“15天定制”销售模式。具体来说，公司采用了有别于传统婴儿奶粉的生产与销售模式，依托数字化手段和先进的物流配送能力，实现了奶粉的定制化，即当日挤奶，当日生产，15天发货，让更多宝宝喝上新鲜优质的好奶粉。

强化责任担当举旗帜

旗帜乳业牢记嘱托，勇担社会责任，充分发挥农业产业化国家重点龙头企业的优势，把项目建设与农民脱贫紧密结合。

“去年，我种了1000亩燕麦草，收入大约三四十万元。”察北管理区沙沟镇村民刘斌告诉记者，旗帜乳业投产之初，他就开始为旗帜提供牧草，今年已经是他与旗帜乳业合作的第六个年头了。“像我一样为旗帜提供牧草的村民还有许多，少的种几十亩，多的上千亩，不少人是靠这个富起来的。”

2019年，旗帜乳业推出订单式收购模式，企业负责提供种子及相关技术，并进行田间管理；农户按照要求和标准种植；收割后的饲草要经过9项检测指标筛查，合格后入厂作为饲料，既保证了牧草的品质，又能保证销路稳定、价格稳定、农民收入稳定。

旗帜乳业的成长与壮大带动了当地经济社会的全面发展。比如，旗帜乳业员工中70%为本地人，不少贫困群众经过培训在企业上岗，实现了脱贫。在公司带动下，当地建成了两家物流公司及3家饲料厂，餐饮、住宿、旅游等服务业也蓬勃发展。

“旗帜经营模式集中体现了洁净、集约、节约、高效等方面的集合效应，这是现代化乳业工厂建设的一次成功尝试。我们正计划在更大范围内复制这一模式，预计3年内，旗帜工厂的产能就会再翻一番。”魏立华说。

企事录

3家意向投资者浮出水面——

双星混改再迈一步

本报记者 刘 成

打响山东青岛国企集团混合所有制改革“第一枪”的双星集团再出新消息。上市公司青岛双星日前发布公告称，其控股股东双星集团的混改项目在青岛产权交易所挂牌公示期满，公示期内已征得启迪科技城集团有限公司、青岛西海岸新区融合控股集团有限公司、山东省鑫诚恒业集团有限公司3家意向投资者。

若以上3家公司均成功认购，双星集团混改后的股权结构为：青岛城投集团持有41%的股权；启迪科技城集团持有35%的股权；融合控股集团、鑫诚恒业集团分别持有4.5%的股权；“职工持股平台”持有15%的股权。混改后，双星集团将由国有独资企业转为国有控股公司。

双星混改是青岛市属企业集团层面混改的首次突破。挂牌前，双星就提出：“引入战略投资者不仅要引入资金，更重要的是引入支持双星快速发展成为‘独具特色、千亿元级规模的世界一流企业’的关键资源。”

启迪科技城集团是启迪控股的全资子公司。启迪控股是一家聚焦科技服务领域、资产过千亿元的科技投资控股集团，在全球已建起400多个创新基地，覆盖30多个国家和地区的100多所合作高校，拥有全球最大的科技创新服务网络。经过25年创新实践，启迪控股已经形成全链条的科技企业孵化体系，业务覆盖环保、新能源、大健康、数字经济、新材料5大战略性新兴产业及教育、文体等配套产业。

融合控股集团是青岛西海岸新区深度践行经略海洋国家战略的发展平台和国有资本投资运营集团，拥有金融资本、战略性新兴产业、城市建设及交通、教育、医疗康养等领域的优势资源，总资产超过千亿元。

鑫诚恒业集团是青岛即墨区国有独资平台公司，投资企业涉及“互联网+”、汽车制造、通用航空、人工智能、新材料等领域。

意向战略投资者浮出水面意味着双星混改又迈出了坚实一步。

复盘双星近年来的发展路径，不难发现，双星之所以能够从一家陷入低谷的老牌国有企业成功变身成为全国规模最大的橡胶轮胎企业，最重要的秘诀就在于立足行业发展的长远眼光、抓住时代机遇的战略能力、不断自我提升的创新热情。

受新冠肺炎疫情影响，我国橡胶轮胎行业受到巨大影响，订单减少、物流不畅、成本增加、资金紧张，多重困难叠加，让不少国内企业备感压力。在这种环境下，双星坚持混改之举可谓眼光长远。

双星集团董事长柴永森表示：“‘混’和‘改’都是手段，真正的目的是要把企业做强、做优、做大。双星混改，既坚持问题导向，又坚持目标导向。一方面，我们要在坚持党的领导的前提下，完善股东会、董事会、监事会等法人治理结构，把公司经营权交给董事会，建立起‘国有体制、市场机制’的发展模式；另一方面，要通过实施员工持股，实现效酬合一，建立起‘利益共享、风险共担’的激励约束长效机制，激发企业内生活力。”

引入战略投资的“靴子”即将落地，双星也将迎来新的发展阶段。通过混改，双星将引入具有支持企业快速发展所需关键资源的战略投资者，围绕橡胶轮胎、人工智能及高端装备、废旧橡塑绿色循环利用3大主业不断创新，实施智慧生态、智慧轮胎、智能装备和环保新材料“三智一新”战略，向世界一流企业迈进。

都市丽人——

寻求突围需轻装上阵

本报记者 刘志奇

“虽然我们的门店直到3月下旬才陆续恢复营业，但5月份零售额已恢复至去年同期的80%以上，6月份也大体保持在这一水平线上。在此期间，电商主力销售平台实现了30%以上增长。”都市丽人（中国）控股有限公司行政总裁萧家乐透露，随着疫情防控形势缓解，都市丽人正加快开设和翻新第七代门店，其旗舰店模式也将在各主要城市逐步展开。

对于服装行业而言，今年注定是充满挑战的一年。一季度，全国鞋帽服饰类零售额同比下降32.2%。其中，A股品牌服饰收入整体下降28%，报表收入增长的仅2家，各大国际品牌也纷纷出现收入增速走低情况。作为国内最大的内衣品牌，都市丽人能够在一片“寒冬”中快速复苏并在电商领域“突飞猛进”，无疑给行业带来一抹亮色。

“我们能够率先‘突围’，得益于敏锐捕捉市场变化，因时而动，轻装上阵。”萧家乐说，都市丽人的增长态势始于2019年底开始的战略转型变革。一方面，公司在内衣和保暖衣领域持续创新，研发出多款科技型产品，其轻暖“黑科技”产品也将于不久后推出。目前，都市丽人拥有125项专利技术，以及国家实验室CNAS认证等领先行业的品牌技术实力。另一方面，都市丽人调整产品结构，重点打造常青款、爆款，提高售罄率。这些都增加了企业应对挑战的“底气”。

记者了解到，除了产品定位的变化外，都市丽人还启动了新一代门店升级，推动门店变革。都市丽人以“家庭生活理念”为主题的第七代门店已在数十座城市落地开花，新的形象店从主题色调、道具装饰、分区陈列等方面进行了系统化升级，并随之带来了平均30%以上的业绩增长。以广东东莞旗舰店为例，门店不仅设有家居服专区、全系列内衣内裤产品区，还设有生活用品集合区、猫咖咖啡馆、亲子互动区、会员沙龙区等，衣食玩乐购可一站完成。

“有了样板的示范效应，直营店和加盟店纷纷进行店铺翻新，这对未来的增长带来了极大利好。”萧家乐说，“8月份之前都市丽人将开设及翻新约200间门店，旗舰店模式也将在主要城市核心商圈展开，逐步扩展到50家规模。”

电商时代，线上渠道不可或缺。面对疫情造成的不利影响，都市丽人加快电商渠道和腾讯小程序布局，效果立竿见影。据萧家乐介绍，今年以来，都市丽人天猫旗舰店的排名大幅上升并跻身行业大牌前列，其直营店、加盟店也通过小程序迅速恢复增长。在拓展网购的同时，都市丽人还进一步通过电商渠道开展用户精准预测和销量分析，提高销售预估能力和保障能力，反哺线下消费。

“此外，去年下半年以来我们还推动供应链变革，降低库存风险，提升售罄率。”萧家乐说。面对疫情，都市丽人与合作伙伴“同舟共济”，启动加盟客户30天至60天额度授信，对困难客户给予帮助，联系银行贷款或直接现金支持，帮助合作伙伴减轻资金、运营压力。都市丽人还坚持每天举办2场至3场线上培训，帮助导购人员强化导购营销能力。

“作为深耕国内市场的中国内衣品牌，都市丽人更大的愿景是做世界贴身衣物的领导者。在消费升级背景下，走在潮头的本土内衣品牌替代洋品牌前景可期。我们正通过门店升级、产品线精细化管理、供应链深度合作、人才引进等举措，努力提升企业经营效益，创新产品及品类，更好地服务客户。可以预计，都市丽人下半年的经营业绩将明显好转并保持持续增长。”都市丽人（中国）控股有限公司创始人郑耀南说。

中南高科推制造业直播平台

破解资源匹配难

本报记者 李治国

中南高科产业集团日前宣布推出制造业“超级直播平台”，力争针对制造业“痛点”，以产学研为出发点，打造集群式的制造业产业园区，助力地方政府、企业、高校人才与技术等资源高效对接，提升企业抗风险能力。

中南高科有关负责人表示，当前各地招商工作普遍面临两大“痛点”。一方面，政府希望快速拉近与企业的距离，加强互信，解决跨区域招商阻隔难题；另一方面，企业对各地招商政策缺乏了解，迫切需要加强信息沟通。

针对这样的“痛点”，中南高科用直播方式搭建起百万流量的线上政企合作平台，打造了“直播+”创新招商模式。

中南高科力图通过邀请百城政府为产业发展和营商环境代言，千家企业通过线上线下等形式参与其中，借助直播平台百万级流量，以及“云招商”“云签约”等创新形式，全面提升招商引资速度和政企匹配效率，助推经济快速回暖。

福州市投资促进局党组副书记、调研员程红梅表示：“招商工作要向精准化升级，云洽谈、云签约形式或将在今后一段时间长期存在。”

目前，中南高科已经进驻51座城市，为4300余家企业提供服务，积累客户资源超21万。平台已与上海交通大学、复旦大学、东方智库等50余家国内外产学研机构展开合作，战略合作方资源超2000家，力争以超大规模、海量资源搭建服务中国制造业的超级平台。

“真正的超级平台一定要为中国制造业和中国中小企业服务。”中南高科产业集团总裁丛学丰表示，在多方的共同努力下，中南高科将全力以赴，助力中国制造业腾飞。

本版编辑 韩 叙