

光明乳业全产业链布局初见成效

17年净利润同比增长21.15%

青年报 王娟

3月26日,光明乳业公布了2017年年度报告。报告期内,光明乳业营业总收入216.72亿元,同比上升7.25%;净利润8.18亿元,同比上升21.15%;实现归属于母公司所有者的净利润6.17亿元,同比上升9.60%。光明乳业表示,目前国内乳业逐步进入以品牌竞争为核心的全产业链整合阶段,2017年公司通过夯实基础,深化改革,优化产业链布局,实现业务稳步增长。

财报显示,光明乳业全年业绩稳中求进,其中一方面得益于公司一年多的调整革新,实现资源集约化管理、产销分离,使得公司2017年资产负债

率等关键运营指标都得到进一步优化,费用管控效率不断提升。另一方面光明乳业控股海外子公司新莱特锦上添花,再创增量。2017年,新西兰新莱特实现营业收入41.96亿元,同比增长47.55%;实现净利润2.86亿元,同比增长57.83%。据了解,新西兰新莱特增加了混合罐装生产线,婴儿配方奶粉业务规模不断扩大;并于去年和新西兰南岛食品有限公司达成为期多年的液态奶独家供应协议。光明乳业国际化战略成果得到进一步认证。

据悉,2017年光明乳业发布五年战略规划,开启乳业、牧业、冷链物流“1+2”全产业链布局,通过实施牧场升级工程,建立产品质量追溯体系,

加大冷链物流网的全国布局和管理提升等,继续强化“乐在新鲜”的品牌理念。以战略推动组织架构调整革新,优化资源配置;全资持股光明牧业,提升奶源把控力度。此外,光明乳业已基本形成了华北、华中、华南冷链物流圈,为有效构筑覆盖全国的冷链共配平台奠定基础。

专家表示,目前全行业都在加强对上游的控制,打造全产业链,全面掌控上游奶源,不仅可以有效对抗行业周期性波动,同时还可以借助奶源的全国化布局来实现低温鲜奶的全国化布局,新鲜、营养、高端是乳制品未来发展趋势。

报告同时显示,光明品牌是技术、文化、形象、竞争力的

综合体现。2017年,光明乳业持续推进体育营销战略,在与中国女排合作的基础上与上海女子排球队合作,成立优倍女子排球俱乐部,丰富企业品牌内涵,提升了光明品牌和企业形象。

与此同时,随着乳业市场进入结构升级新时代,光明乳业以市场为导向,推出有格纯正希腊酸奶、莫斯利安甄选果粒系列酸奶、莫斯利安双发酵系列酸奶、超大果粒葡萄酸奶、大麦若叶酸奶、咖啡牛奶等一系列高端新品,值得一提的是,光明乳业聚焦中高端产品,赏味酪乳、如实发酵乳、优倍鲜牛奶、致优鲜牛奶及优+纯牛奶都取得了较快增长。

■资讯

宝洁亮相上海国际广告节



3月29日,2018上海国际广告节开幕。宝洁公司参展并打造宝洁中国30周年“三十而立,三十而丽”主题回顾展,向消费者展示了宝洁中国30年来的营销行业成长历程、产品创新趋势以及企业社会责任。

据介绍,近年来共享品牌价值这个理念一直是指引宝洁品牌营销的重要方向。SK-II“改写命运”,舒肤佳“洗手吃饭”,吉列“去问老爸”等,都是在价值输出上的重要尝试。而最近的妇女节营销案例“1-0lay 无惧年龄”,更是通过百名卓越女性的真实励志故事传播触发情感链接,赢得了消费者的好感与认同。

宝洁大中华区董事长、总裁马睿思表示:“我们很高兴能为上海乃至中国的广告以及营销行业贡献力量,有机会与中国共同成长。为中国消费者服务的三十年来,宝洁一直坚持以消费者为中心,有幸陪伴与引领消费者美好生活每一天。未来我们将继续在新时代下赋能新宝洁,聚焦中国,引领世界。”

青年报 王娟

淘宝联盟“超新星”助力“社会化大分销”

青年报 王霞

无论是拥有独立渠道建设能力的角色,还是拥有强大用户运营能力的团队,抑或是具备销货能力的个人团体,未来,都将有可能成为社会分销体系下的“独角兽”。

“这些个人或群体,皆是此次淘宝联盟‘超新星’计划重点面向的对象。”在近日阿里妈妈主办的“2018淘宝联盟媒体营销峰会”现场,阿里巴巴集团CMO兼阿里妈妈总裁董本洪表示,一年一度的淘宝联盟峰会已被视为媒体联盟生态发展的“风向标”,“阿里妈妈希望可以让每个人都成为新零售的参与者及商业模式发展的受益人。未来,阿里集团计划将持续在该领域增加投入。”

在此次峰会中公布的“超新星计划”将作为“打造开放化的社会化大分销”的基础。据阿里妈妈方面透露,超新星本是一种宇宙现象,以此命名表明“淘宝联盟将以开放的姿态去赋能市场,通过社会化分销体系来繁荣电商生态”。这也与此前的“万有引力”计划一脉相承——过去两年,淘宝联盟曾通过对垂直媒体、全域流量的重点运营,万有引力般地聚合了丰富多元的力量进入联盟



生态,如今,通过“超新星计划”,将再度以平台能力向外发散巨大能量。

根据淘宝联盟的统计,在目前300万淘客媒体伙伴中,年收入过亿的有10余个,包括百度、360、搜狗、小米等大媒体渠道及诸多垂直行业的“隐形冠军”其中,年收入过10万的达181.94个。

在这些淘客中,不乏大学生、专职妈妈、便利店主等角色。

董本洪透露,未来“超新星计划”将进一步加大孵化和扶

持的力度,既包含了全物料库、营销工具、建站工具、数据工具、玩法工具5大基础赋能,更将输出淘宝联盟的核心能力,即基于阿里系的“资金扶持”、“货品管理”、“消费者运营”,分别包括在“钱”上,为战略盟友提供除CPS之外多样化的收入模式,对于有深度合作空间的盟友计划进行资本扶植;在“货”上,基于盟友的流量场景需要,开放灵活的价格和便捷的支付体系,支持盟友实现独立的电商交易闭环;在“人”上,充分开放手淘用户运营权,赋

予用户的关联性数据,帮助盟友更好地经营用户、为用户提供人与人之间的“裂变能力”等。

业内认为,在“超新星”计划的催化下,社会化大分销的分域分级多元化场景将更加成熟,未来的联盟发展及分佣还将具备更大的想象空间。

阿里妈妈淘宝联盟总经理江狼在接受采访时表示,未来,淘宝联盟将更多关注从内容生产到商业机会的转化,带领多元角色成为“新零售”生态中的新兴力量。

联璧场景公益行动关注山区留守儿童



青年报 姜卓

近日,由上海联璧场景公益基金会主办,为期一周的“放飞梦想,圆梦场景”公益主题活动举行。

秉承“联璧同辉,感恩生活”的文化理念,联璧集团为留守儿童家庭打造圆梦计划。志愿者们走进云南澜沧拉祜族自治县,在当地教育局和学校的支持下,

带孩子们走出大山,为当地留守儿童实现与父母团聚的梦想。

上海联璧电子科技(集团)有限公司,作为场景互联网整体解决方案运营商,成立于2012年,依托大数据驱动和金服驱动实现场景互联网生态运营,将“智慧经营、智慧生活、智慧行业”场景化,帮助传统产业进行互联网运营,让线下经营无难事。

据了解,上海联璧场景公益基金会是由上海联璧电子科技(集团)有限公司独立发起的公益基金会(非公募),立足于上海,辐射中西部贫困地区及灾害高发区,秉持“一个平台+三个领域”战略模式,坚持专业透明有公信力的原则,资助生活困难的家庭,以及贫困家庭的儿童完成学业,致力于成为公益领域的开拓者、创新者和推动者。

嘉香实业推出第三代有机钙产品

3月28日,上海嘉香实业宣布推出第三代有机钙产品。上海嘉香实业有限公司总经理岳仕德表示:上海嘉香研究开发出第三代有机钙产品——嘉香螯合钙,倡导引领骨骼健康新概念,参与预防和改善慢性病社会举措,更深层服务大众健康。

据介绍,上海嘉香实业有限公司研发生产的钙补钙产品已经从第一代无机钙发展到现在的第三代有机钙——氨基酸螯合钙。传统的无机钙只有通过维生素D才能促进钙与蛋白酶的结合,而氨基酸螯合钙(分子钙)则直接与人体的蛋白酶结合反应,无需维生素D做为媒介,以完整螯合型分子态形式直接将钙转运进身体,具有溶解性好、吸收率高、安全性高、无结石无副作用等特点,非常适合缺钙人群使用。

青年报 王娟