

2014-2015

中国蒙牛乳业有限公司

可持续发展报告

香港联合交易所股份代号：2319



关于本报告

时间范围

2014年1月1日至2015年12月31日，本报告数据截至2015年12月31日。

组织范围

以“中国蒙牛乳业有限公司”为主体，包括所属分、子公司及直属机构。

发布情况

《中国蒙牛乳业有限公司可持续发展报告（2014-2015）》是本公司发布的第三份综合性非财务报告。自2016年起，计划每年定期发布。

- 《中国蒙牛乳业有限公司社会责任报告（1999-2007）》
- 《中国蒙牛乳业有限公司社会责任报告（2008-2013）》

编制依据

- 香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》
- 全球报告倡议组织《可持续发展报告指南（G4版）》
- GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》
- 中国社会科学院《食品行业社会责任报告编写指南》
- 国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》

称谓说明

为便于表述和方便阅读，“中国蒙牛乳业有限公司”在本报告中也以“蒙牛”、“公司”和“我们”表示。

数据说明

本报告引用的全部信息数据均来自于公司正式文件、统计报告与财务报告。本报告素材由蒙牛员工及合作伙伴提供，目的仅供蒙牛可持续发展管理进展披露使用，不用于商业用途。

实质性审验

本报告通过全球报告倡议组织（GRI）实质性审验。

语言版本

本报告有中文（简体、繁体）、英文三个版本。若内容理解不一致，请以报告中文版本为准。

报告反馈建议

若您对本报告有疑问或建议，请致函中国蒙牛乳业有限公司可持续发展管理部

联系地址：北京市朝阳区建国门外大街甲8号国际财源中心大厦A座29层

电话：010-56570948

传真：010-56570900

邮箱：wufushun@mengniu.cn

网址：<http://www.mengniu.com.cn/>



目录

总裁致辞 2

关于蒙牛 4

企业文化 6

国际公司治理架构 8

可持续发展管理 10

可持续发展策略 10

管理模式 11

管理进展 13

展望 64

报告指标索引 65

专家点评 67

读者意见反馈表 68

营养健康

18

全产业链质量管理 20

多元化产品供应 22

全方位消费者沟通 26

成长共赢

32

提升员工幸福感 34

建设责任供应链 40

国际化战略合作 42

绿色发展

44

绿色包材 46

能源管理 48

水资源管理 49

生物多样性 50

三废排放管理 51

绿色储运 52

有你最美

54

教育公益 56

社区发展 60

公共健康 62

总裁致辞

2015年，蒙牛位列全球乳业11强、中国五百强第123位，雅士利在新西兰的奶粉工厂正式开业，成为中国乳制品唯一能够进入上海迪士尼乐园的供应商等等，很多点点滴滴值得回忆的事情，让我感动和骄傲。

从“破茧”、“蝶变”到“起舞”，我们坚持将百年乳业的目标注入到新的愿景中，希望蒙牛“以消费者为中心，成为创新引领的百年营养健康食品公司”，并提出全新使命“专注营养健康，每一天每一刻为更多人带来点滴幸福”，以及更具活力的价值观“诚信、创新、激情、开放”。

我们坚持为消费者提供更营养健康、更高品质乳品的初心，全面聚焦营养健康。联同 UC Davis 成立营养健康创新研究院，引入国际牧场最严格食品安全标准，将蒙牛纯牛奶乳蛋白含量提升至3.2g/100ml，强化自身质量管理体系，提升研发创新能力，为消费者提供更美味、更营养、更便捷的优质乳品。

我们不只做产业链的价值分割线，更做生态圈价值的放大器，致力于建设可持续发展共赢生态圈。打破传统模式，整合国际资源，开展蒙牛100系列人才培养活动，开展国际创新生态圈合作项目19个，实现与客户、员工、股东、行业价值链的共同成长。

我们全力贯彻从源头到消费末端的绿色战略，率先打造奶源、产品、包装、物流、回收等全流程的绿色产业模

式。引进国际ISO 14001环境管理体系，每年使用30亿包森林管理委员会FSC®认证的环保包材，积极使用太阳能、风能、生物质能等新型清洁能源，倡导物流资源社会化跨界整合。

我们期待有你最美，始终不忘回馈社会。因为每一寸成长，都离不开社会的滋养。我们联合108家公益伙伴，面向22个省市、600多所乡村学校开展“我回老家上堂课”项目。开凿61眼爱心井，解决约20万内蒙古缺水群众吃水难题。走访13个省区，对全国16所大学的学生进行防艾教育。为青少年教育、社区发展和公共健康做出贡献，期待与你共同建立一个更加美好的世界。

新的一年，我们将“改变”作为蒙牛人的新常态，全员加速，以内生式结构调整和创新性增长适应不断变化的外部环境。运用我们的智慧、我们的系统、我们的创新，不断向“成为‘最具中国活力’的国际化公司”努力。

——总裁兼执行董事



关于蒙牛

中国蒙牛乳业有限公司在香港联合交易所上市。公司于中国生产及销售优质乳制品，总部设于内蒙古。为消费者提供多元化的产品，包括液体奶（如 UHT 奶、乳饮料及酸奶）、冰淇淋、奶粉及其他产品（如奶酪等），产品销售覆盖新加坡、蒙古、香港、澳门等国家和地区。2014 年，蒙牛被纳入恒生指数成份股，成为首家中国乳制品企业蓝筹股。2015 年，主营业务收入 490.265 亿元、净利润 23.673 亿元、缴纳税款约 29.5 亿（不包括雅士利及植朴磨坊），亚洲第 1 家、全球第 7 家通过资产管理 ISO 55001 陈述认证，荣获《机构投资者》杂志颁发的“最佳投资者关系奖”。截至 2015 年 12 月 31 日，公司市值 495.99 亿港元。



规模化、集约化牧场奶源

100%



纯牛奶乳蛋白
含量提升至



3.2g/100ml



新增专利授权数量

150

个



每一天为 **7500** 万消费者

提供营养健康方案

每年超过

100

万人次

参观工厂



员工总数



39683

人

女性高管比例



21%



每年使用 30 亿包森林管理委员会 FSC® 认证的环保包材，相当于种树 100 万棵



太阳能发电



COD 减排量



中水回用率



针对乡村教育、环保、防艾、传统文化、老龄化等 9 个社会关注点，开展公益活动



志愿者数量



公益合作伙伴



公益足迹覆盖



累计走进 600 多所乡村学校，

10 万多名师生受益

61 眼爱心井，

20 万内蒙古缺水群众喝上干净水

战略供应商 总数



开展国际 创新生态圈 合作项目



为牧场主提供



技术帮扶

企业文化

愿景

以消费者为中心，
成为创新引领的百年
营养健康食品公司

使命

专注营养健康，
每一天每一刻为
更多人带来点滴幸福



- 讲真话，求真务实
- 以数据事实为决策依据
- 经营人心，言而有信
- 大局为重，个人利益服从公司利益

- 从消费者价值出发
- 用系统性方法驱动
- 持续改善，每天进步一点点
- 勇于突破，不惧失败

诚信

Integrity

创新

Innovation



激情

Passion

开放

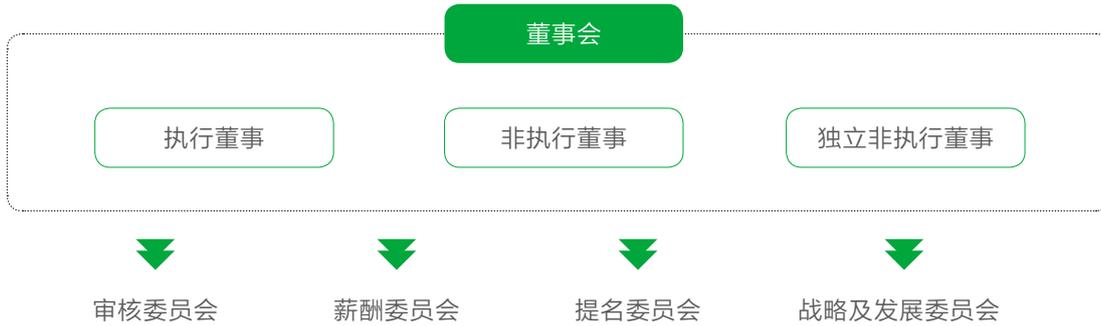
Openness

- 与自己较劲
- 只为成功找方法，不为失败找理由
- 勇于担当
- 拥有年轻好奇心，不断挑战自我

- 坦诚透明，多方位主动沟通
- 尊重包容，欣赏他人
- 换位思考，将心比心
- 打破边界，跨系统协作，合作共赢

国际公司治理架构

坚持“国际化”驱动战略，在中粮、达能、Alra Foods 等主要股东的支持下，持续提高企业可持续发展竞争力。



孙伊萍女士任总裁兼执行董事。

组建勤勉尽职的董事会和健全的内部监控制度。

董事会由 2 名执行董事、6 名非执行董事、5 名独立非执行董事组成。

董事会主要负责制订公司整体战略和政策、订立绩效和管理目标、评估业务表现和监察管理层表现。

董事会下设四个董事委员会，分别为审核委员会、薪酬委员会、提名委员会和战略及发展委员会。

依法合规

严格按照公司及香港联合交易所相关要求，建立健全合规管理制度。

围绕合同签订情况、劳动用工合规情况等方面，定期开展法律体检。

针对新《食品安全法》等，开展法律法规的专题学习和研究。

2015 年，公司 100% 的经济合同、规章制度和重大经营决策通过法律合规审核。

风险防控

建立蒙牛风险管理体系，指导开展风险管理工作。

加强战略风险、市场风险、运营风险等 7 大风险领域的管控。

发挥业务系统、职能单位、内部审计三道防线风险管理职能。

2015 年聚焦重要风险领域进行审计，推动管理改善。

2015 年审计发现重要风险同比下降 80%，审计发现整改率 100%。

截至 2015 年底，蒙牛已建立由 212 名专家组成的风险管理专家库。

反商业贿赂

强化纪检监察办公室工作职能，负责公司范围内的党风廉政建设和反腐倡廉建设。

公司内各级党组织及经营层领导承担反腐败“主体责任”。

制定反商业贿赂及员工廉洁的条款约定、纪检监察管理制度等反腐倡廉规章制度。

通过微信互动、专项会议、廉洁教育展览等方式，营造廉洁文化氛围。

与供应商 100% 签订《反商业贿赂合同》。

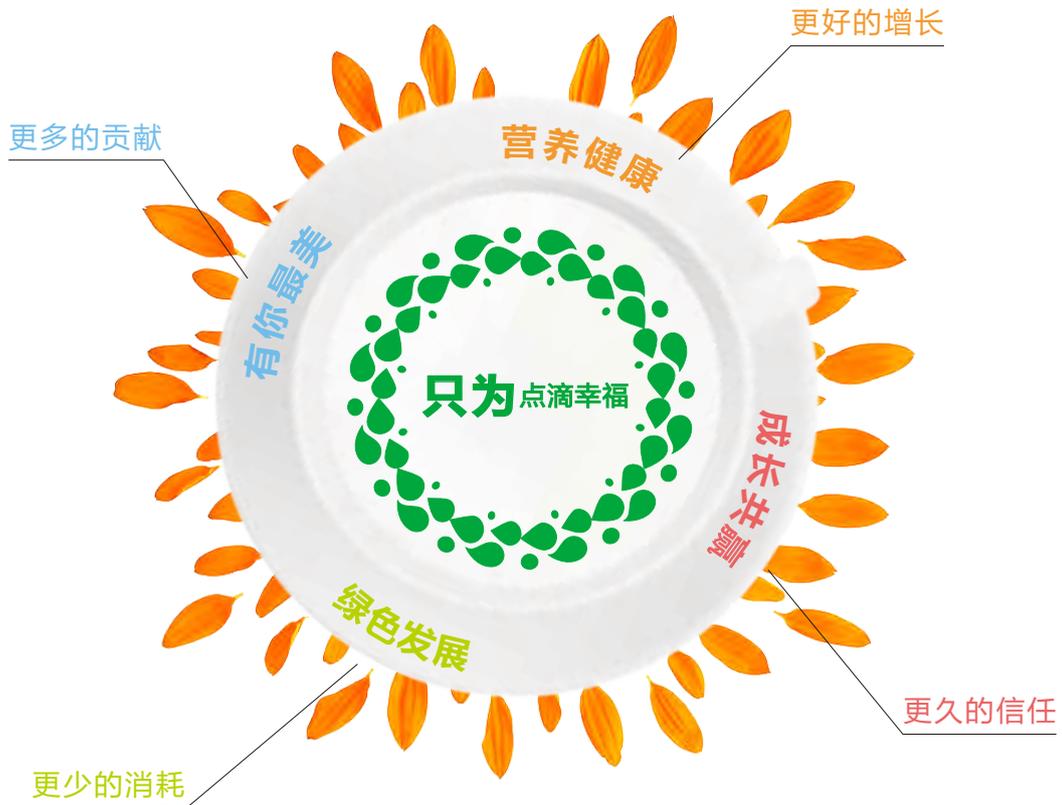
针对内部员工的违法行为，坚决依法移交司法机关。

2014-2015 年，公司共查办并处理 4 起违法案件，其中 2014 年 3 起，2015 年 1 起。

可持续发展管理

可持续发展策略

我们以消费者为中心，聚焦营养健康，以人、系统、文化的管理理念为导向，以一点一滴的感动，汇聚成幸福源泉，为世界注入更多美好。



为了消费者的营养健康，提供营养健康解决方案，实现更好的增长。

为了员工及伙伴的成长，搭建“生态圈”，实现更久的信任。

为了环境可持续发展，增强绿色发展竞争力，实现更少的消耗。

为了社区的和谐发展，共建“有你最美”平台，实现更多的贡献。

管理模式

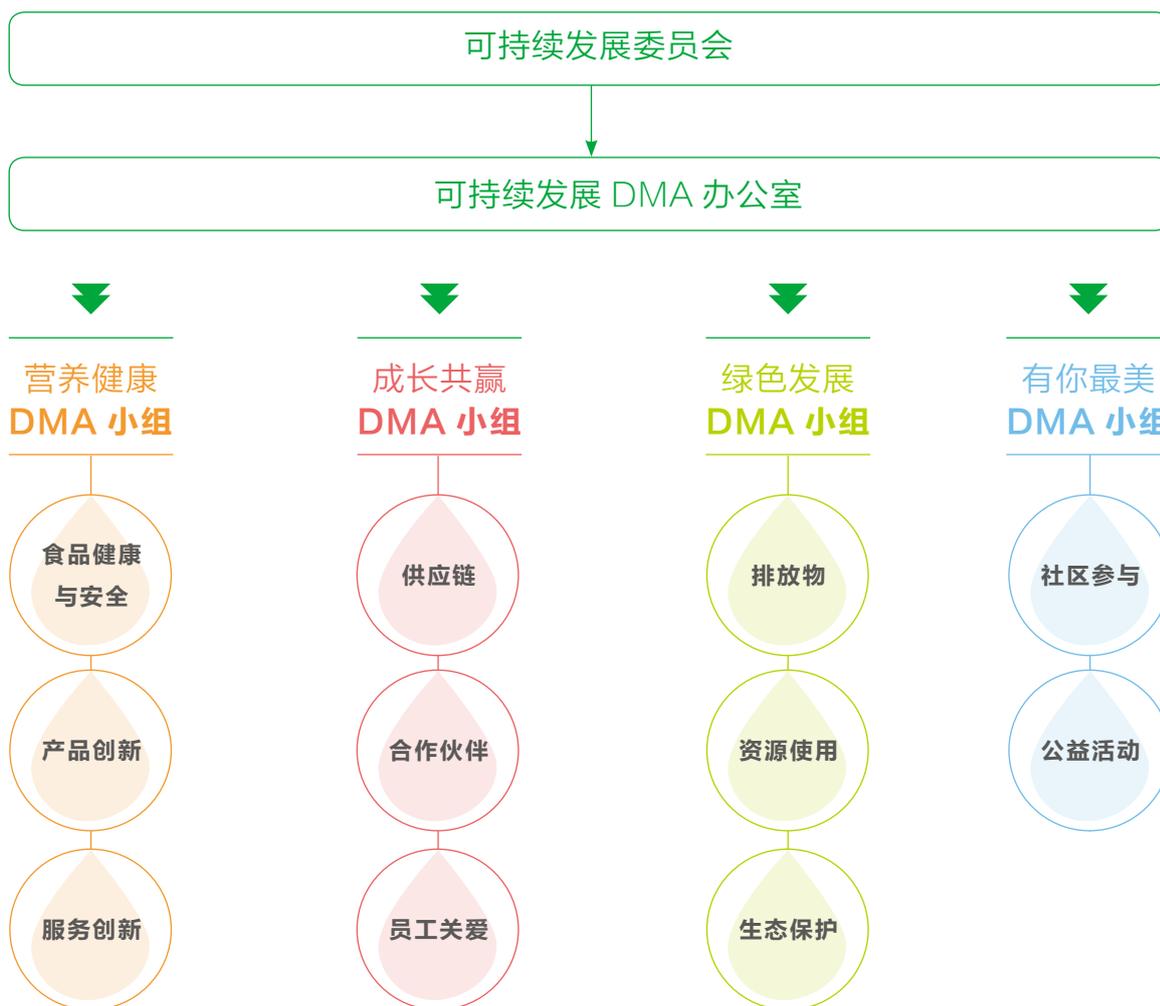
可持续发展组织体系

完善可持续发展管理，促进可持续发展理念与公司生产运营的融合。

公司总裁亲任可持续发展委员会主任，各系统负责人任副主任，负责明确公司可持续发展战略发展方向、督促可持续发展工作开展。

建立可持续发展指标体系，并分解到各职能部门和业务系统。

围绕可持续发展领域，成立 DMA (Disclosure Management Approach) 小组，系统推进各领域可持续发展。

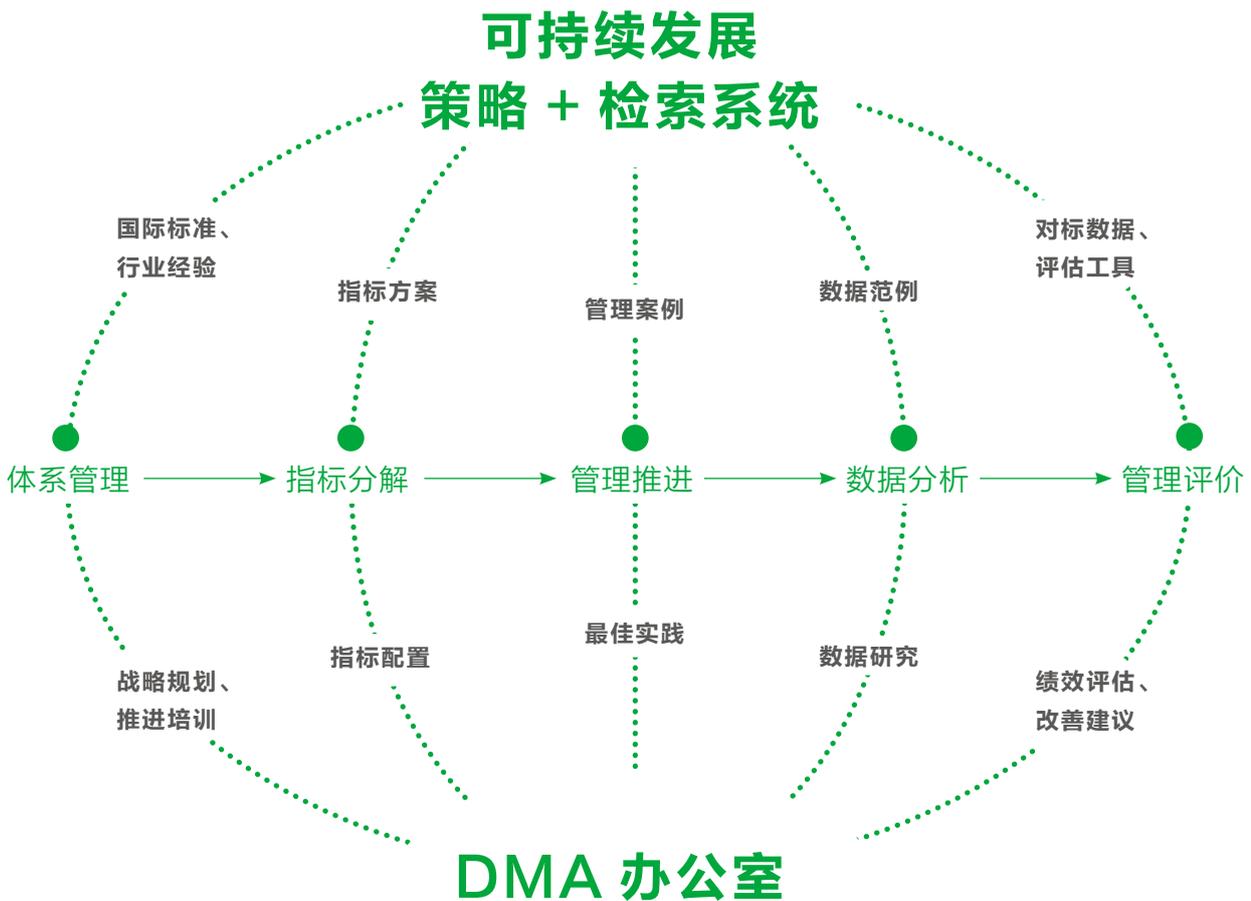


DMA 工作模式

以蒙牛 DMA 工作模式为路径，推进可持续发展战略和管理的落地。

基于可持续发展策略与检索系统，为可持续发展提供行动路线和详实的案例参考。

DMA 办公室协同各职能部门和业务系统，以指标促管理，推进可持续发展融入企业运营。



管理进展

议题管理

议题识别

根据公司特点、行业重点、社会责任标准梳理识别议题。

问卷调查

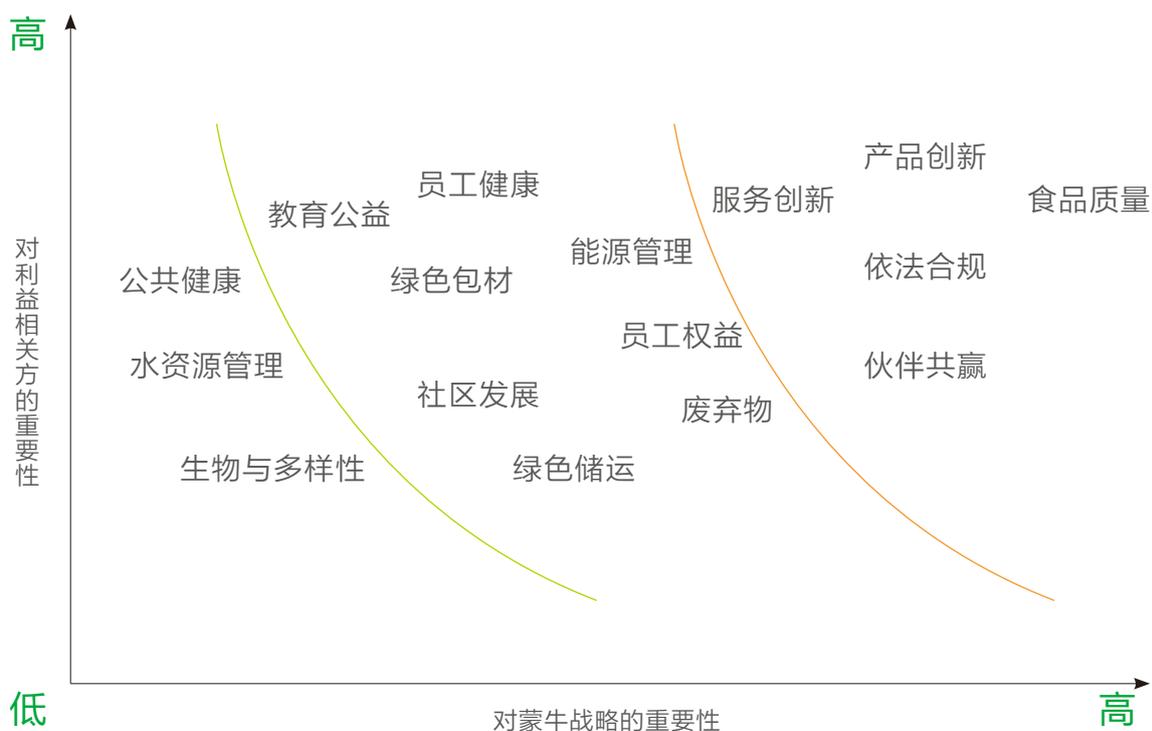
向利益相关方发放问卷调查，评估受关注的议题。

筛选评估

基于调研结果，从利益相关方关注度和对蒙牛的重要性两个维度筛选议题。

审核确认

由公司管理层与专家审核，确认重点披露的实质性议题。



蒙牛 2014-2015 可持续发展管理议题识别

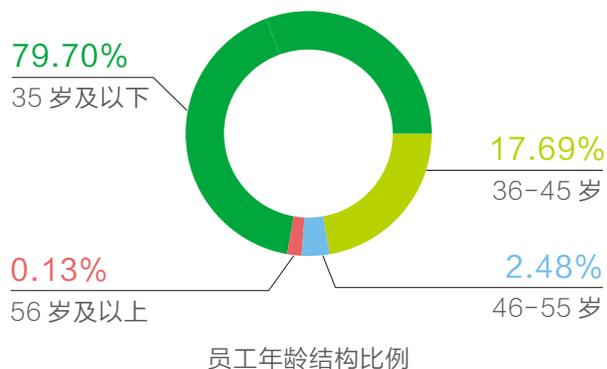
关键绩效

营养健康绩效进展

	2013	2014	2015
接受质量安全检测的出厂产品批次 (%)	100	100	100
规模化、集约化牧场奶源比例 (%)	94	96	100
产品运输、销售过程中因安全和健康因素而回收比例 (%)	0	0	0
科技或研发方面投入的资金总额 (万元)	5700.7	6697.5	8190.0
科研人员数量 (人)	2515	2583	2588
新增专利授权数 (个)	123	94	150

成长共赢绩效进展

	2013	2014	2015
总员工数 (人)	约 38000	约 38100	39683
中高层管理人员 (人)	161	149	237
女性高管比率 (%)	16	18	21
年人均培训时间 (小时)	23.8	34.6	36.5
因公死亡人数 (人)	0	0	0
六层级及以上员工流失比率 (%)	1.4	2.0	2.1
采购合同履行率 (%)	100	100	100



绿色发展绩效进展

	2013	2014	2015
环保技术改造投入（万元）	1220	1670.29	1888.11
COD 减排量（吨）	1709.84	1713.48	1687.65
节水（万吨）	114	120.33	122.29
中水回用率（%）	9.03	9.80	10.55

有你最美* 绩效进展

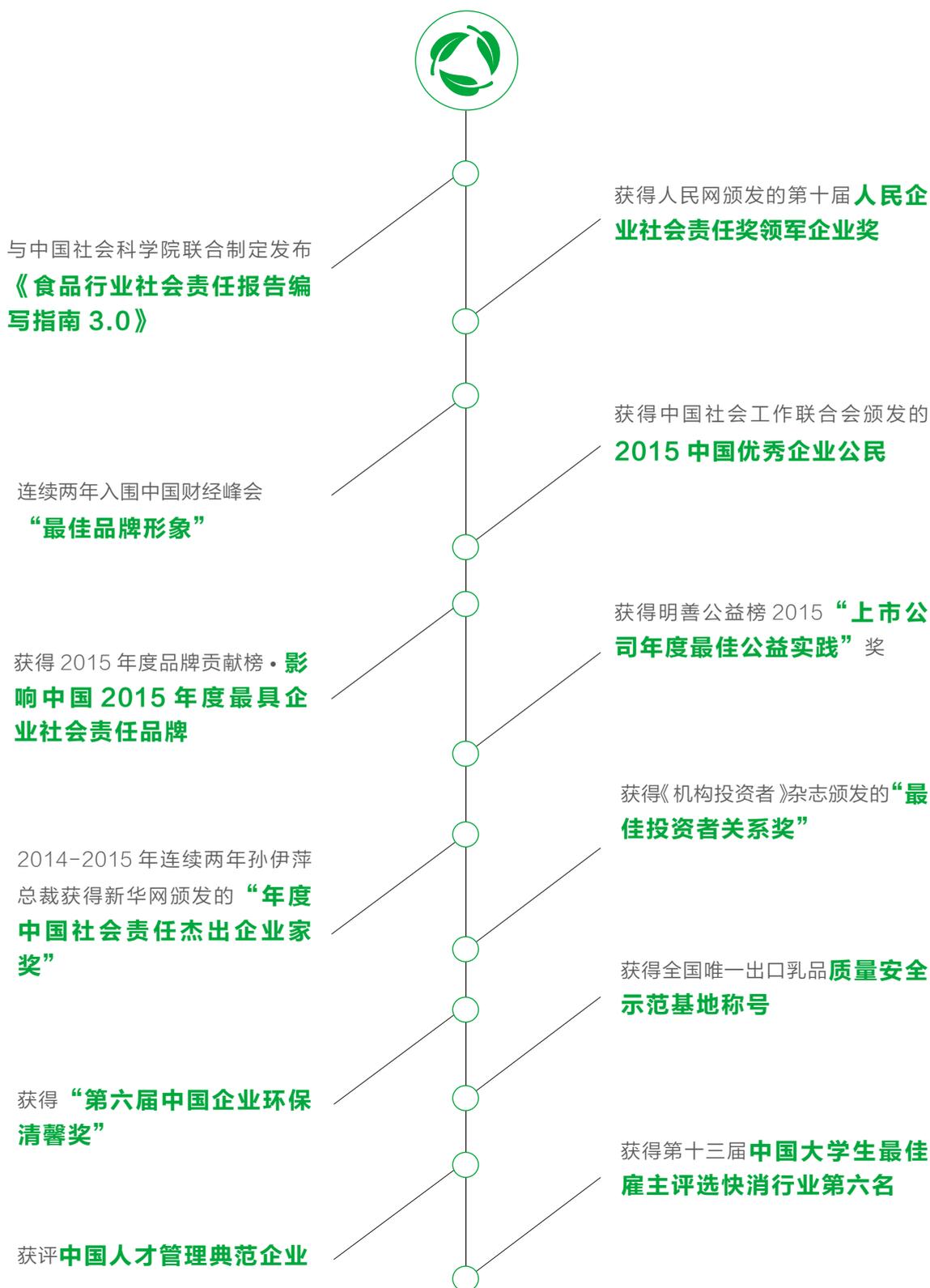
	2013	2014	2015
对外公益总投入（万元）	1807.5	330	510
员工志愿者数量（人）	6832	7350	8000
公益合作伙伴数量（家）	58	108	389
“我回老家上堂课”项目累计走进乡村学校数量（所）	400	500	600
“我回老家上堂课”公益活动累计上课名人（位）	32	87	89
爱心井公益项目累计开凿爱心井数量（眼）	35	53	61

* 有你最美：蒙牛公益平台的品牌，旨在倡导更多人亲身参与和体验，发现和帮助更多社会问题的美好解决。

利益相关方沟通

利益相关方	共同的目标	沟通与回应渠道
 股东与投资者	资产保值增值 投资回报稳健增长 防范经营风险 开拓新市场与新机会	企业年报和公告 路演 专项会议 投资者关系网站
 政府与监管机构	合规运营 依法纳税 贡献地方经济发展	监管考核 主动纳税 专项会议
 消费者	安全健康的产品 畅通的沟通渠道	企业微博 企业微信 透明工厂 牛奶生活馆 互动活动
 供应商	公开、公平、公正采购 诚实守信 信息保密	供应商大会 供应商分级管理 供应商帮扶
 经销商	互利共赢 共同成长	经销商大会 决策管理委员会 客户沟通平台 经销商满意度调查
 环境	环境保护 节能减排	污水在线监测平台 网络微博 技术改造
 员工	职业健康 工资与福利保障 搭建成长平台 工作与生活平衡	管理者信箱 职工代表大会 培训交流 员工关爱
 社区	促进就业 当地经济发展	提供就业岗位 拉动地方相关产业发展 改善当地基础设施建设 公益慈善

可持续发展主要荣誉





营养健康

全产业链质量管理 / 多元化产品供应 / 全方位消费者沟通

D

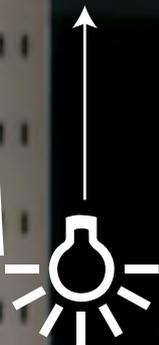
目标：更好的增长

M



顶层设计

- 全产业链管理专注每一个细节，持续提升产品品质
- 针对消费者个性化营养健康需求，提供多元化的产品
- 更注重与消费者建立情感联结，提供营养健康服务



能力升级

国内首创牧场国际食品安全标准，
引进牧场国际食品安全质量保障体系
TMR及青贮100%覆盖
工厂成熟度审核，持续提升生产过程
管理水平

可追溯+，让消费更透明
互联网+，提供特别体验和服务价值
携手上海迪士尼、滴滴出行，增进与消费者
的情感联结

A



管理绩效

特仑苏连续三年蝉联中国乳业行业最有分量荣誉
有机食品博览会金奖

新养道获第七届国际妇女儿童产业博览会
优秀产品奖

蒙牛凭借业内首支智能跨界牛奶“M-PLUS”获
互联网行业年度牛耳跨界成功企业奖

蒙牛纯牛奶升级，乳蛋白含量提升至3.2g/100ml

精选牧场获全球乳业创新大奖
最佳创新商业品牌

特仑苏品质升级，推出3.6g优质
乳蛋白、120mg原生高钙的
纯奶产品

全产业链质量管理

我们引入国际先进质量管理理念与模式，建立端到端系统化、接轨国际的、以食品安全为保障的全产业链质量管理体系。实现 ISO 9001 证书覆盖总部及分公司，HACCP 证书覆盖所有分公司。



源头保障

- 从源头把关奶源质量，严格进行供奶方的准入、分级和日常管理，由监督型奶源管理向技术服务型奶源管理转型。
- 引入国际牧场最严格食品安全标准，从动物健康计划、医疗废弃物、粪污处理等方面，100% 聚焦牧场“食品安全”。
- 开展奶牛 SPA 项目，优化提升挤奶系统，改善奶牛健康状况，提升原奶质量。
- 建立风险地图，降低奶牛疾病风险发生率。
- 开展 W-W 虚拟牧业项目，采用 MES（蒙牛卓越供方服务管理体系）和牧场服务工具箱对牧场进行服务管理，提升牧场管理水平。
- 国内首创牧场食品安全标准。



生产管控

- 引入国际通用的 FSSC22000 体系标准，优化蒙牛质量管理标准、技术标准，并就体系实施情况对工厂成熟度进行审核。
- 以质量策划、质量控制、质量保证、质量支持 4Q 为核心，严把产品开发、原辅料采购、生产和出库的质量关。
- 严格进行质检，对 9 道工序、36 个监控点、105 项指标进行检测；持续进行技术改进和 QC 改善活动，运用 LIMS 系统和 SAP 系统，提升生产过程的质量准确度和稳定性。



工厂成熟度审核为质量安全保驾护航

我们聘请外部专业机构，对蒙牛自有工厂实施质量及食品安全管理成熟度进行系统性审核，帮助工厂找准改进机会点。审核依据现行法律法规、行业要求、认证规范以及国际先进食品安全标准进行评价，重点关注工厂的持续改进能力，评审其对质量及食品安全管理薄弱环节的发现、分析和改进能力。



建立 **32** 个
冷链质量样板市场

终端监管

- 对经销商进行严格的准入管理，帮助经销商进行能力提升。
- 加强冷链的建设和日常维护，确保产品在 2-6 摄氏度最理想的储存温度下运输。
- 完善全程可追溯系统，可以看到原料供应商、生产厂商以及生产过程状况。
- 对不合格产品进行 100% 追溯，并进行妥善处理。
- 通过互动答疑和有效的售后服务，及时解决消费者的各种疑问。



多元化产品供应

我们构建丰富的营养族群，满足不同的营养需求，提供营养健康的解决方案。截至 2015 年底，蒙牛已经构筑了包括液态奶、冰淇淋、奶粉、奶酪、乳制品原料在内的五大类、400 多个品种的全方位、立体化牛奶产品矩阵。

提供基础营养

我们聚焦消费者营养健康需求，为全球多个国家和地区的 7500 万消费者提供基础营养。

纯 + 升级

我们为消费者提供口感更加纯正、品质更好、原料更有保障、营养更多的纯牛奶，将蒙牛纯牛奶乳蛋白含量提升至 3.2g/100ml，高出国家最低标准 6.9%。

健康好酸奶

我们针对中国人，特别是年轻白领的肠道健康实际状况，研发高品质酸奶 -- 冠益乳。冠益乳推出黄桃加燕麦和核桃加燕麦两种新口味，为消费者提供更高的营养价值。

升级冰品体验

我们不断升级冰品配方，推出口味独特、营养均衡的冰品，让冰淇淋成为人们夏日消暑的伴侣、营养健康的好助手。

蒂兰圣雪推出酸奶冰淇淋，冷冻时是冰淇淋，融化后是风味酸奶。既能让消费者体验到风味酸奶的健康与营养，又能享受到冰淇淋的美味与冰爽。

壹清首推清真雪酪系列产品，打破以往冰淇淋基本都采用奶粉甚至香精、添加剂调制奶香的常规，用醇鲜牛奶制造，不含一滴水。





满足高端需求

我们以先进的生产技术，努力满足消费者对更高品质乳品的需求。

营养新高度

特仑苏通过提升管理标准、限定专属牧场、精挑蛋白质含量高达 21% 的高品质牧草、优选良种乳牛等努力，推出 3.6g 优质乳蛋白、120mg 原生高钙的纯奶产品，为消费者提供更具价值的营养品质和产品体验。

清洁标签

在保障乳品营养不变的前提下，推行清洁标签，减少产品添加物，提升产品竞争力和美誉度。

追求天然

纯甄秉承“好口味·不添加”的理念，严选优质牧场奶源，进口丹麦菌种发酵，不添加色素、香精和防腐剂，保持口味简单纯净。

“在我的脑海中，对所有事情的考量都基于消费者的需求。”

——蒙牛总裁兼执行董事 孙伊萍

提供专属营养

我们以先进的生产技术，努力满足消费者对更高品质乳品的需求。

婴儿奶粉

面对二胎政策即将引爆的婴儿潮，蒙牛旗下雅士利专为中国宝宝研制专属婴儿配方奶粉，采用优质原料，添加益生菌（动物双歧杆菌）核苷酸、DHA、OPO 结构脂等，促进吸收，满足宝宝们的营养需求。

儿童奶

我们针对儿童成长时期的营养需求，关注智力、骨骼，推出国内首款真正的儿童风味牛奶、常温儿童酸牛奶等多种产品，有针对性地为儿童提供营养补充。

学生奶

我们以优质的奶源、先进的生产设备、严格的管理，确保每一包学生奶的安全和营养，为全国 20 多个省市、90 多个城市和地区的 360 万名学生提供专属营养。

让中老年人活力焕发

我们与“幸福9号商城”（老年人的电子商务网站）联手推出有利于老人身体健康的“焕轻”定制化产品。依托“幸福9号”全国3000多家一线门店及居家养老网上商城，让更多的中老年人享受到营养、健康的“焕轻”产品，帮助中老年群体始终保持年轻活力。





创新营养服务

我们主动迎接人口结构变化和城镇化带来的新挑战，满足消费者不断增长的高端化食品饮料需求，引领牛奶产品的革新。

可追溯+

我们推动产品可追溯体系的升级，突破每分钟 120 包快速生产中实现“一包一码”等技术难题，为牛奶设置唯一的身份证编号，使消费者可以追踪到生产线及生产时间等乳品生产信息，让消费者更加安心、放心。

当牛奶遇见互联网

蒙牛创新推出 M-PLUS 牛奶，在互联网思维下与智能硬件结合。用户网上预定 M-PLUS 产品就可拥有测量体重和体质检测的智能秤。通过专门 APP，同步运动数据帮助其了解体征数据和变化曲线，在私教的专业指导下，结合运动组合和产品饮用，达到健身和塑形的效果。

全方位消费者沟通

互动沟通

蒙牛坚持与消费者进行透明、深度交流，以开放的姿态，不断完善品牌建设、拓宽沟通渠道，用一点一滴的努力，拉近与消费者的距离。

透明工厂

我们打开工厂大门，让大家随时能够在丰富的场景和生动有趣的环节中，感知和了解蒙牛。2015年，蒙牛总部基地进行互动升级大改造，工厂参观变得更加文艺、有趣。参观者可以亲身感受工厂先进的工艺，在丰富多彩的互动活动中长知识、享快乐。

2001-2015年，共接待

254998 场

7649951 人次



超人气王吴亦凡带你“厂”开趣玩





牛奶生活体验馆

蒙牛先后在天津大悦城、成都大悦城、成都新会展中心、内蒙古国际会展中心建设充满创新和趣味的牛奶生活体验馆，搭建消费者互动体验的全新平台，让消费者从视觉、感官、味蕾全方位感受蒙牛营造的“点滴幸福”。

423000名

截至 2015 年底，蒙牛牛奶生活体验馆共吸引了 42.3 万名参观者。

牛奶的力量

我们创新推出“牛奶的力量”科普行动，携手专家普及科学的食品安全知识，让消费者进一步了解科学饮食对健康的重要性，让更多的人关注牛奶，推动行业健康理性发展。互动话题讨论量 20 万、阅读总量 80 万，系列视频点击量达 1000 万。



STEP 1

回应网络曲解

通过专业论证粉碎网络上广为流传的食品认知错误。



STEP 2

阐述牛奶价值

宣传牛奶的营养价值，以及不同人群所适用的牛奶品种。



STEP 3

指导牛奶的消费

对消费者进行有益的消费指导，为国民的健康生活建言献策。

便捷服务渠道

我们通过与经销商合作、搭建电商平台、铺设直营渠道等方式，实现蒙牛产品在市场的全面覆盖，为消费者提供便捷的购买渠道，让产品成为我们与消费者最直接的沟通方式。

渠道升级

渠道深耕

依据现有渠道销售情况以及消费者需求，提供消费者更为喜爱的产品。

渠道拓展

启动 CBU (Core Business Unit) 核心业务单元运行模式，提升渠道覆盖面。

渠道调研

一线销售人员进行走店调研，了解渠道货品、销售情况，掌握渠道销售一手资料。

23 个销售大区

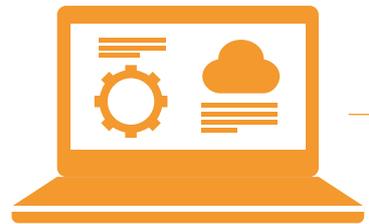
190 万个销售网点

58 个 CBU 单元

30 万名一线销售人员

一键购买，便捷消费

蒙牛新养道与京东合作开发“一键购买”，消费者一次性设置好口味、数量、配送地址、支付方式后，就可以通过智能按键快速购买，省去网购的繁琐流程，享受智能服务。



蒙牛与天猫携手开启全球生态牧场直供，鲜语牧场 MouMilk 采用海外精选小牧场直采、独家直供天猫的模式，让消费者第一时间享受到全球优质小牧场生产的高品质鲜奶。



互联网 +

我们与新兴互联网企业开展合作，用互联网思维模式开拓新的业务平台。结合电商的定位和专属特性，为消费者提供特别体验和服务价值。

与天猫、京东、一号店、苏宁易购、我买网等 8 家主流电商开展电子商务合作。

2014 年，蒙牛与滴滴出行正式签约，冠名“牛运红包”，并为专车用户准备牛奶早餐。成为国内第一家与滴滴进行跨界合作的快消品企业。

数字化牛奶

蒙牛推出嗨 milk，在产品生产全过程均安装云端摄像头，消费者可通过手机直接观看到牛奶生产的点滴细节。采取“预定制”销售模式，按照用户设定饮用频率每月送货，采用一包一码、全程可精准追溯的模式，让消费者可以喝到更新鲜的牛奶。



搭建幸福平台

我们以消费者为中心，搭建“运动、美食、娱乐”三大幸福平台，创造时尚、活力、年轻的沟通方式，为消费者传递健康、多元、趣味的幸福体验。

交换卡路里

蒙牛联手 60 余家产业链合作伙伴、30 多万网友一起用运动的方式送温暖。参与者不管是慢跑还是暴走，只要消耗 60 卡路里，就可以为山里的孩子们置换一双过冬手套，在运动锻炼的同时，奉献一份爱心。



《热一杯牛奶 暖一双小手 走进大凉山》真实记录了山中孩子的生活

累计换取 **10** 万多双乡村小学生的手套

蒙牛推出 **NBA** 主题定制包装牛奶，将 **NBA** 的多元文化和体育精神更深入地带给运动爱好者。



SPORTS

运动



ENTE

DELIC



蒙牛达能推出有格腹新计划，在 60 天健身周期内，激励参与者通过每天运动打卡“炫腹”的方式，帮助人们告别不良生活习惯、平衡膳食结构。

娱乐

ENTERTAINMENT



通过 18 个月的层层认证，成为上海迪士尼度假区官方乳品合作伙伴，携手为游客和消费者提供众多美味和高质量的产品。



纯甄冠名《全员加速中》，与明星们一起卸下偶像包袱，回归本真、展现纯真状态。通过新颖、具传播力的内容与不添加的好味道，激发消费者的愉悦体验，让其参与其中、乐在其中。

美食

FOOD & DRINK



与美食约会



我们联手《十二道锋味》，开启中华美食的探访之旅，让更多的人体验美食背后浓浓的幸福滋味。我们还开展一系列的活动，为“吃货”谋福利：

- 与京东合作，在京东上开通了蒙牛“锋味”专场，教大家制作锋味甜品。
- 与滴滴联手，开展“吃货”登机活动，邀请四位单身吃货在七夕赴黄山赏美景、品锋味美食、乘滴滴专机、告别一人食的孤独。
- 在蒙牛各大区食堂开展“锋味下食堂”活动，让员工也能够近距离享受美食。



成长共赢

提升员工幸福感 / 建设责任供应链 / 国际化战略合作

D

目标：更久的信任



顶层设计

- 注重员工幸福感的提升，为员工打造个人成长与发展平台
- 带动和帮助供应商发展，建立责任供应链
- 整合国际顶级资源进行产品、技术研发，跨界合作推进奶业新发展

M



能力升级

- 开展**蒙牛100**系列人才培养活动
- 国际化培训与交流
- 人、系统、文化的管理理念
- 构建全球乳品技术生态圈
- 开展牧场主大学项目，提升牧场运营管理水平
- 与美国UC Davis签署合作框架协议，以中国消费者需求为核心，研发更多高品质、创新引领的营养健康食品
- 与WhiteWave共同创立植物原饮品牌
- 开展国际**创新生态圈**合作项目19个

A



管理绩效

- 获得中国幸福企业研究中心颁发的“**2014年度中国十佳幸福企业**”称号
- 获得金蜜蜂中国企业社会责任理事会颁发的2014“**金蜜蜂企业社会责任·中国榜**”责任采购奖
- 吸引投资建立纸箱卫星工厂20家，解决**12000**人就业问题

提升员工幸福感

雇佣及劳工准则



阳光沟通平台



蒙牛建立内部阳光沟通平台，员工可以通过平台提出工作中的疑问。公司各系统明确管理员，推动相关问题负责人及时回复，切实发挥平台的释疑作用。疑问得到回复处理后，员工可通过平台进行满意度评价及问题执行结果评价。

健康与安全

2013-2015 年安全生产形势平稳向好，连续 3 年未发生安全生产死亡事故。重点围绕人、系统、文化三个方面开展工作，整体推动安全生产工作持续改进。

1.829 亿元

2012-2015 年间累计投入 1.829 亿元，用于工厂安全生产维护与安全设备更新。



截至 2015 年底，注册安全工程师达 46 人。100% 为接触职业危害的员工配备个体防护用品，体检覆盖率 100%，定期更新员工健康档案。



以 MNWCO——安全环保支柱为核心，创建安全生产一级标准化示范企业，进一步夯实安全、职业健康基础；开展三合一体系认证审核与专项治理，提升本质安全；深入五级检索，及时消除安全隐患；组织应急演练与反验证，提升初始应急能力，针对新员工、节假日、夜间等脆弱点，开展现场应急演练。



创建国家级安全文化示范企业，营造安全氛围。

发展及培训

我们为员工提供畅通的职业晋升通道，将员工的成长视作企业发展的动力。以人、系统、文化的管理理念为导向，通过个性化培训体系和体制化激励，助力蒙牛人向国际化方向加速。

蒙牛 100

为了培养不同的人才梯队，增强骨干力量，我们系统开展蒙牛 100 系列人才培训。围绕管理人员推出管理 100 培训；围绕质量、技术、奶源、销售等专职岗位推出质量 100、技术 100、奶源 100、销售 100 等培训项目；围绕女员工发展推出木兰 100 培训项目，激发员工创新能量和活力。

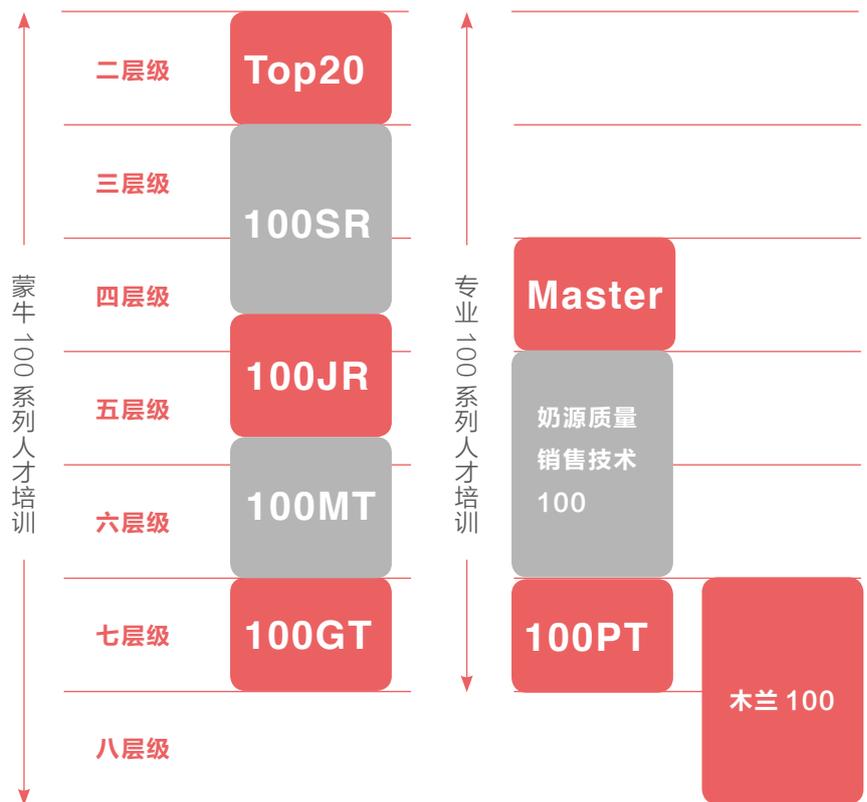


100GT

100GT 管理培训生项目是蒙牛集团人才梯队“管理 100”系列人才选拔与发展计划的基石，目标是招聘海外及国内知名院校有梦想、富激情、勇创新、肯实践的优秀学子加入蒙牛，通过在销售一线锻炼与轮岗、系统化学习与培养、挑战性任务的历练、高管直接辅导等方式将管理培训生培养成为未来的管理后备军，推动青年员工快速成长，完善蒙牛人才梯队建设。

木兰 100 培训

制定“木兰 100”人才培养计划，依据女性职业发展规划，按照产销区联合、属地化的原则进行岗位分配，入选人员均转岗至销售一线业务员或城市经理，全面培养女性领导力，搭建多元化、开放、包容的人才梯队。





牛人大赛

蒙牛定期组织开展技能竞赛、绝活展示、技能比武等活动，激励员工不断成长。2014-2015年，蒙牛连续两年举办“牛人大赛”，通过奶牛饲养、牛场运营等方面，评选优秀的一线奶源技术人员，大幅提升员工的自信心和工作能力。



牛奶管家学院

蒙牛专项开展牛奶管家学院培训活动，为销售人员提供专业系统的培训课程以及形象提升课程，提升销售人员的产品服务和沟通能力，改善销售人员个人形象，打造乳品行业终端销售人员的最高“学府”。

小家庭大效益

蒙牛引入小家庭管理运营模式，将事业部划分成多个小团体进行自主经营管理，实现了个人、家庭、企业的同步提升。小团体内部成员都是管理的主角，参与“家庭”各项事务的处理与制度的修订，提高员工参与决策的能力，使员工真正感觉到自己是工作中的管理者，增强自信心的同时激发员工参与公司发展的热情，提高工作效率和效益。

截至2015年底，共组建小家庭

1725 ↑



员工关爱

我们致力于将企业员工式的关爱转化为家庭式的关爱，让员工获得更多的幸福体验。

生活关爱

家人般的关怀，体现在蒙牛对员工工作上的精心安排，更体现在对员工生活上的关怀与帮助。

家庭关爱

- 为考入大学的员工子女发放助学金
- 根据家庭困难程度，为低收入家庭员工发放补助金

节日慰问

- 三八节开展女工免费体检
- 中秋节发放月饼糖果
- 总裁亲自为春节优秀值班员发放红包并进行表彰



罹患灾病员工

- 为罹患重特大灾病的员工，根据受灾或患病程度给予救助金

季节关爱

- 夏季为员工发放冰淇淋等解暑物品
- 冬季为员工发放保温饭盒、保暖物等用品

舒心办公



工位周围摆放绿植



增设咖啡吧



员工休息室



育婴室



免费清洗工作服



安装空调、播音系统

平衡工作与生活

小到健步行走，大到员工集体婚礼，我们认真安排每一个与员工相关的活动，不间断向员工传递快乐。这些活动的开展，有效拉近了彼此感情，使蒙牛大家庭更加团结。





建设责任供应链

牧场主大学

蒙牛推出牧场主大学项目，为供奶方源头牧场提供完整的资源平台服务、多渠道的融资服务、权威定制化的技术指导和管理培训帮扶。2015年，由150人组成的专家团，举办了80场大型培训、26期卫星大讲堂转播课程，覆盖3万人次，分层级针对性地为牧场主们授业解惑。除理论传授之外，蒙牛邀请30位实战经验丰富的专家针对牧场存在的现实问题进行调研，给出解决方案，提升牧场效益。截至2015年底，蒙牛牧场主大学项目行程50万公里，进行2500次技术帮扶，帮助123家试点牧场提升牛奶产量、提高牛奶质量，并通过设备性能的完善、饲养结构的调整，帮助牧场增加盈利8000万。





供应商全流程管理体系

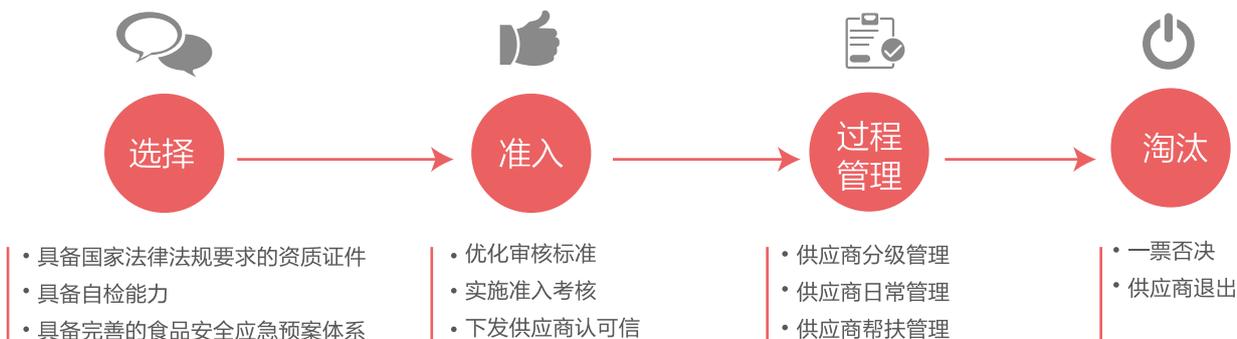
蒙牛对供奶方、配料供应方、包装供应方及物流方有针对性地进行严格选取与管理，建立供应商成长与沟通平台，打造“你中有我、再生循环”的生态圈共赢成长模式。

供应商帮扶培养

定期走访供应商、组织供应商培训、进行管理与技术指导等方式，搭建供应商之间、供应商与生产厂之间及供应商与第三方机构之间的桥梁，助力全产业链的成长。

战略培养

蒙牛采用一对一项目负责的方式，加强对包材供应商的战略培养。蒙牛负责人与供应商根据实际情况制定相应方案并进行跟踪执行，在质量管理、供应保障等方面产出多项改善结果，树立供应商标杆。2015年，蒙牛共组织包装箱分享会议与培训7次，形成专题性课题3项，全面带动包材供应商的发展。同时在工厂周围就近吸引投资，建设配套卫星工厂20余家，分布在全国10余个省市，在改善蒙牛供应链运转效率及成本的同时，解决当地就业12000余人，带动了当地经济发展。



国际化战略合作

蒙牛坚持“国际化”驱动战略，紧抓“一带一路”战略机遇，整合全球最顶尖资源，合作研发新产品、新技术，构建乳业可持续生态圈的全球创新平台。

伙伴合作促管理



与达能战略合作升级

通过定向增发、技术合作、人才培养等方式，深化与达能公司的合作，学习国际管理理念和经验。

51.53 亿港元

2014年2月，蒙牛向达能定向增发，达能投入 51.53 亿港元，成为蒙牛第二大股东。

51%

2014年10月，蒙牛、雅士利、达能联合签署股份认购协议。达能以 25% 的股份成为雅士利第二大股东。蒙牛持股 51%，为雅士利的控股股东。



与 AsureQuality 共同探索成立食品质量安全第三方认证机构

蒙牛与国际知名的食品质量安全认证机构——新西兰 AsureQuality 有限公司合作，共同探索成立食品质量安全第三方独立认证机构。第三方认证机构的建立将使蒙牛在国内率先实施覆盖全产业链的食品质量安全认证，有力推动中国乳业与国际标准的全面接轨，为消费者带来更安全放心的饮食体验。

技术联合创新

与 UC Davis 共同成立营养健康创新研究院

蒙牛联合世界顶级农林业教研学院 UC Davis，共同建立并运营“蒙牛 - 加州大学戴维斯分校营养健康创新研究院”，蒙牛将携手 UC Davis 整合其全球最优技术和研究资源以中国消费者需求为核心，开发出更多高品质、创新引领的营养健康食品，为中国消费者服务，构建全球乳品技术生态圈。合作将为蒙牛的国际化战略提供全球顶级的研究资源、技术及人才等多方面的支持。



联手 Arla Foods 创新奶酪研发

中国 - 丹麦乳品技术合作中心于 2014 年入驻中粮营养健康研究院，有效增强了蒙牛与中粮在乳品产品相关技术方面的研究成果共享，推动蒙牛加快引入丹麦从奶牛养殖到产品加工、包装等方面先进的技术，研发适合中国人口味的奶酪。



与 WhiteWave 共同创立植物原饮品牌

2014 年，蒙牛与全球植物基品类的建立者美国 WhiteWave 开启战略合作，研发植物蛋白乳制品饮料，丰富乳制品种类，为消费者提供更多营养选择。蒙牛将美国 WhiteWave 公司旗下的 Silk 植物原饮引入中国，创造 100% 原果研磨、保留植物的精华、0 添加色素及人造香精的植朴磨坊品牌，开创性地打造零胆固醇、低脂肪、富含钙、维生素 E 等产品特性，满足不同消费者的营养需求。





绿色发展

绿色包材 / 能源管理 / 水资源管理 /
生物多样性 / 三废排放管理 / 绿色储运

D

目标：更少的消耗

M



顶层设计

- 从生产源头上减少污染物排放，实现清洁生产
- 将节能降耗融入生产的每一个环节，打造绿色生产生命线
- 转变物流配送方式，实现低碳运输



能力升级

引进国际先进ISO 14001环境管理体系
采用具有FSC®认证的包装材料
采用互联网信息化和数据采集技术建设能源管控中心和污水在线监测平台
使用新型清洁能源，提升可再生能源比例
建立车源共享平台，降低资源浪费

A



管理绩效

“十二五”期间，单吨产品能耗下降**16%**
“十二五”期间，单吨产品水耗下降**13.7%**
每年使用30亿包森林管理委员会FSC®认证的环保包材，相当于种树**100**万棵



包装创新

以纸代塑

蒙牛从包装细节入手，将包装箱塑料提手更换为新型无纺布环保材质，实施“以纸代塑”，减少投放到自然界中的不可降解物总量。利乐枕、百利包等产品采用此环保提手，每个月生产 1000 多万个提手。

技术创新

蒙牛与保龄宝、金丹和格拉特的玉米深加工企业进行奶桶包装技术创新，研究并使用折叠循环吨箱替代原有的塑料桶，提高包装利用率，减少不可再生资源的消耗。2013-2015年，折叠循环吨箱的使用所带来的环境效益，相当于蒙牛每 3 年种下 3035 棵吸收 CO₂ 的冷杉树苗，并且持续照顾它们到 2046 年。

绿色包材

采用具有 FSC 认证的包装材料

蒙牛采用可再生的纸包装，优先选来自利乐、康美、纷美等供应商，采购负责任森林管理 FSC® 认证的包材，且 100% 可回收再利用。此举不仅减少了对不可再生资源的消耗，也避免了对森林资源的无序破坏，实现了企业发展与环境保护的双赢。



作为利乐中国最重要的客户之一，蒙牛不仅贡献了最大的 FSC® 认证包装使用量，还通过与利乐的合作在生产环节节能减排，为液态食品行业的永续发展树立了行业标杆与典范。利乐期望未来能与蒙牛继续携手前行，推动整个行业价值链的可持续健康发展。

——利乐大中华区总裁 殷长勋

包装回收

蒙牛在超市终端投放多台 RVM 包装回收机。消费者累计投入 5 个利乐牛奶包装，就可以随机获得门票等回馈。回收来的包装，不仅能生产名片，还可生产公园护栏、垃圾桶、课桌椅、室外地板等多种优质产品，实现废弃物的循环使用。

蒙牛将有偿回收的废弃复合纸包装进行循环利用。在蒙牛，供人休息的长凳、路边垃圾桶等，都是用回收来的牛奶包装做成的。

能源管理

能源高效利用

蒙牛重视能源高效利用工作，2015 年建成能源管控中心，充分利用能源平衡图、能流图、能源地图等工具开展能源管理，做到能源综合利用，发现高耗能工艺和高耗能设备，指导节能挖潜工作。

“十二五”期间



能源实时监控

蒙牛利用互联网信息化、数据采集、传输等技术，将全国各工厂的能源数据集中到能管中心进行管理和分析。实时监控生产过程中能源消耗，对能耗数据的分区域、分品项、分产品进行计算。通过系统管理能耗，发现高能耗设备或生产工艺，制订节能措施，指导工厂进行节能挖潜和优化排产工作。

节能改造

蒙牛将节能理念融入工厂生产的各环节，定期升级设备和技术，提高能源利用率。2014-2015 年间，蒙牛累计投入 2951 万元，开展节能项目 76 个，淘汰高耗能落后电机设备 373 台，完成 240 蒸吨的燃煤锅炉改造和脱硫除尘升级改造，实现 CO₂ 减排 10880 吨，SO₂ 减排 160 吨。



使用清洁能源

蒙牛逐步优化能源结构，积极使用新型清洁能源，不断提升可再生能源比例。2015 年，使用可再生能源发电 522.7 万度。

生物质能源 

采用可再生生物质成型燃料，代替化石能源，为企业生产提供蒸汽。

2015 年产汽

4267.4 吨

太阳能 

设立 7 万平方米光伏太阳能板，为企业生产提供电力。

年发电 **405.7** 万度

风能 

收集冬季自然冷空气用于生产用水制冷，代替液氨压缩机、氨分板换和氟利昂制冷机。

年节约标煤 **3200** 吨
减排 CO₂ **8704** 吨



水资源管理

蒙牛积极响应国家号召，定期进行节水情况调查，制定节约使用、循环使用、共同使用的3U节水策略。“十二五”期间，累计节水425万吨，单吨水耗下降13.7%。

累计节水

425 万吨

单吨水耗下降

13.7%

节约使用

- 定期检查生产设备，严控水资源跑冒滴漏损耗。
- 提高冷却塔效率，减少水的蒸发量。
- 节约设备清洗用水。
- 节约绿化和地面清洗水。
- 对高能耗水产品进行梳理。

循环使用

- 回收设备冷却水进行再利用。
- 回收蒸汽冷凝水、中水进行再利用。
- 回收反渗透设备浓水和软化水设备再生清洗水进行再利用。

共同使用

- 与生态圈合作伙伴签订中水供应协议。
- 将污水处理厂剩余中水供生态圈合作伙伴作为生产冷却水使用。
- 将合作所得收益投入到逐步降低水资源消耗的工作中，持续贡献水资源保护。

中水供应协议的达成，每年可减少污水直接排放**90**余万吨，减少COD排放量约**45.5**吨



生物多样性

环保经验共享

蒙牛积极参与由环境规划署（UNEP）倡导成立的生态系统与生物多样性经济学（TEEB）相关活动，分享生物多样性保护经验，为防止自然资源的持续丧失尽一份力。未来，蒙牛将持续倡导 TEEB 价值共享和跨界合作，助力生物多样性发展。

生态循环 开心农场

蒙牛在眉山事业部创新利用污水处理厂预留地打造一片占地 7.5 亩的现实版绿色开心农场，实现真正意义上的生态循环。利用处理过的污水修建鱼塘，利用牧场富含有机微量元素的沼液灌溉有机蔬菜。员工利用业余休息时间进行蔬菜种植和水产养殖，农场产出主要用于餐厅供给。农场集种植、养殖、休闲、观赏于一体，成为公司独特一隅。



三废排放管理



建设污水处理厂

蒙牛转变末端污水治理的工作模式，推动污水全过程管理，从源头上减少污水的排放。蒙牛工厂全部建设污水处理厂，年处理排水量 1700 多万吨，所有工厂的污水排放均达到国家标准。



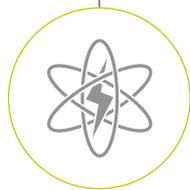
污水在线监测平台

蒙牛采用互联网信息技术，建立污水在线监测平台，实时采集与监控工厂的污水产出数据，严格控制工厂生产的污水排放，提高污水管控能力。



扩大清洁能源应用

蒙牛积极响应国家关于大气污染治理的总体部署，持续关注大气污染物的排放，投入 1500 余万元，用于天然气锅炉替代传统燃煤锅炉的改造。截至 2015 年底，应用天然气锅炉的工厂比例达到 55.9%，有效减少大气污染物的排放。



危险废弃物处理

蒙牛排放的危险废物包括废容器、灯电池、医疗用品等 18 个种类。每年投入约 200 万元用于处理危险废物。31 个事业部的危险固体废物均交由有资质的危废物处理厂家转移处理，在各工厂建立独立的危废物暂存库房，防止危险物品泄露。



绿色储运

线路规划

产地销、销地产

为了保障奶制品的新鲜，蒙牛在全国范围内设立生产基地，选取最优产地组合，实施“产地销、销地产”战略。缩短奶制品运输线路，不仅可以使新鲜乳品更快速地到达消费者手中，更从根本上减少了公路运输所带来的环境污染。

优化调奶线路

蒙牛在传统公路运输上不断做“减法”，整合优化调奶线路，显著缩短产品运送距离与时间，有效减少物流里程以及碳的排放。



低碳运输

五定专列

蒙牛在乳品行业国内首创铁路运输替代部分公路运输，先后与北京铁路局、中铁集装箱集团结成战略合作伙伴。开通“五定”专列，承担华东、华南大部分地区的奶品运送，目前铁路运输占整个蒙牛运量的 25%。铁路代替公路运输，大大降低了污染气体的排放量。

海洋运输

蒙牛与中海集团货运有限公司合作，运用冷链集装箱，增设乳品海洋运输航线，采用按计划需求发送、到港销售分发的模式运作。海洋航线的增设，使蒙牛低碳运输行动又向前迈进了一步。

车源共享

蒙牛建立多企业联合配送平台，倡导物流资源社会化跨界整合，减少社会物流成本。截至 2015 年底，已与中海、远成、众品等物流公司，在全国范围内推行联合配送。



有你最美

教育公益 / 社区发展 / 公共健康

D

目标：更多的贡献



顶层设计

- 聚焦教育公益，提升青少年健康发展的能力
- 将产业链发展范围作为公益的实践版图，为青少年成长发展提供更好的环境
- 聚焦热点公共健康议题



能力升级

开展“我回老家上堂课”项目，

覆盖**22**个省市，

600多所乡村学校，

10万多名师生在活动中受益；

开展大学生营养创新公益项目，

为大学生搭建实现营养梦想的舞台

开凿爱心井**61**眼

解决了约**20**万内蒙古缺水群众吃水难题，

及**1000**多亩旱地的灌溉问题

联合出品《又见国乐》，以创新艺术形式
向中国千年传统文化致敬

走访**13**个省区，对全国**16**所大学的学生进
行防艾教育，传播防艾知识

携手全国公益志愿者，开展“一点一滴的
好·壹块扫霾”环保公益

M



管理绩效

联合公益合作伙伴

389家

获得中国社会工作联合会颁发的
2015中国优秀企业公民

荣获明善公益榜2015

上市公司年度最佳公益实践奖

“我回老家上堂课”公益项目荣获
中国企业公民优秀公益项目

《最美的课》获中国公益微电影节颁发的
最佳公益剧情片奖

A

教育公益

助力乡村教育

开展“我回老家上堂课”项目，邀请社会名人到乡村学校上课，联合北师大专业院校进行中长期上课支教，逐渐实现更完整、深入、可持续的公益生态帮扶圈，满足乡村孩子们对知识的渴望，让有公益热情的爱心人士实现公益梦想。



2014年4月12日，孙伊萍在四川石庙子小学给孩子们上地理课

2015年5月29日，作为“我回老家上堂课”活动的第89位名人，陈楚生在其母校——三亚市育才镇立才中学，为学弟学妹们上梦想课

108家

公益合作伙伴

89位

各界爱心人士

覆盖

22 个省市

覆盖

600

多所乡村学校



《最美的课》荣获“2015
首届中国公益微电影节最佳
公益剧情片”奖



10 万多名

师生在活动中受益



大学生营养创新公益

发挥蒙牛生态圈资源，与中国农业大学合作，开展大学生营养创新公益项目，利乐、纷美、芬美意、人人乐等合作伙伴鼎力支持，为大学生搭建实现营养梦想的舞台。正式挂牌本科生实习基地、研究生实习基地，帮助大学生发展。

“蒙牛以最前沿的营销、产品和包装等创新案例将产业链的每一个细节呈现给我们大家，全方位地为我们导入创新理念和产品的创新研发流程，为我们 90 后大学生们提供了全面接触产业链的机会。”

——中国农业大学学生 郭琪

捐赠 **100** 万元

“营养梦想基金”

21 堂创新案例实践课程教学

2000

人次参与听课互动



充分发挥蒙牛的人力、资金等资源优势，自 2013 年起开展“蒙牛圆你求学梦”公益助学活动，帮助贫困员工子女完成学业。共 46 位贫困学生在蒙牛爱心志愿者的资助下走进了大学校园。

“在大学期间，我一直跟随我的老师在敬老院、慈善机构做一些义诊活动。虽然我只是一名大二学生，专业知识还不够深，但我身受蒙牛的资助，我要将这份爱心继续传递下去。我能够帮助他们量血压，讲解一些简单的医学知识。每当我做义诊的时候看到老人们脸上的笑容，内心就充满了斗志。”

——黑龙江中医药大学学生 韩志宇

开启

“教育公益 + ”

新模式

跨界联合开展教育公益，更好帮助儿童成长

蒙牛与中国扶贫基金会、耐克体育等 8 家企业共同发起，与 100 家机构形成教育公益联盟组织。公益联盟充分发挥各机构核心优势，合力解决当前中国教育及中国教育公益发展中存在的问题，共同拼接教育公益组织蓝图，开启了“教育公益 + ”的新模式。



社区发展

一滴水的关爱

自 2011 年起，推出大型民生工程蒙牛爱心井项目，和当地主流媒体一起，邀请水文专家现场勘探、打井，以实际行动帮助农村牧区群众摆脱干旱的困扰，为牧区青少年寻找更加清洁的水源。

共开凿爱心井

61 眼

惠及 20

余万民众



蒙牛爱心井

2015 年 6 月 17 日，在第 21 个“世界防治荒漠化和干旱日”，“蒙牛爱心井”大型民生工程—53 号井出水仪式，在内蒙古乌兰察布市四子王旗吉生太镇海卜子村耗赖自然村举行。蒙牛总裁孙伊萍合起供水闸，井水喷涌而出的时候，村民们纷纷用手捧起水来，品尝甘甜的井水。村里孩子们则通过手里画笔，把对未来美好生活的畅想描绘下来，并作为礼物送给孙阿姨。“再也不用去挑水了，冬天也不用因无水可用而发愁了。盼了一辈子，以后终于能和城里人一样，拧开水龙头就有白花花的水流出来！”村民们畅想着有了“蒙牛爱心井”以后的美好生活。





又见国乐 推进文化传承

蒙牛充分发挥覆盖自身的平台优势，与著名导演王潮歌联合出品，邀请中央民族乐团担纲演出大型民族音乐剧—特仑苏《又见国乐》，以创新艺术形式向中国千年传统文化致敬。传播覆盖 40 亿人次，进一步推动国乐在当代的传承和发扬。

为了让更多普通大众零距离接触到国乐、感知国乐之美，特仑苏与中央民族乐团先后在北京、呼和浩特、成都举办国乐快闪活动。让国乐走出剧院的创新形式与线下消费者建立直接沟通，让更多人了解民族的艺术。



传播覆盖

40 亿人次

公共健康

关“艾”红丝带为青春护航

随着艾滋病群体的日趋年轻化，大学生已经成为防艾的重点人群，89%的大学生认为应加强宣传艾滋病相关知识。蒙牛积极支持“美好青春我做主——红丝带健康大使青春校园行”活动，带动员工、伙伴等更多生态圈力量，深入参与到防艾行动中来，共同关爱大学生健康，护航美好青春。

蒙牛“要爱不要艾，我有红 Style”的防艾宣传活动已陆续走进全国 16 所大学



与 16 位明星走访 13 个省区

16 所大学

2015 年 11 月 26 日，蒙牛支持的校园防艾活动最后一站走进清华大学，彭丽媛大使携手现场参会嘉宾共同点亮红丝带



壹块扫霾

在中华环境保护基金的支持下，蒙牛携手 40 多名全国公益志愿者开展“一点一滴的好·壹块扫霾”环保公益活动。消费者只要按流程参与公益环节，蒙牛就会向“蓝天绿地基金”捐款 1 元，活动得到超过 150 万消费者的支持与参与，所得基金用于防治大气污染、保护自然栖息地和生物多样性。

消费者只要按流程参与公益环节，蒙牛就会向“蓝天绿地基金”捐款 1 元

活动得到超过 **150** 万消费者的支持与参与

“参加蒙牛的‘壹块扫霾’活动，使我第一次来到敦煌做环保志愿者，面对西北大漠的雄奇，我更加体会到人在自然界的渺小，一个人虽然无法去改变自然，但可以通过一点一滴的实际行动，去呵护和保护我们的环境。”

——青年画家 唐书安



展望

面向 2016，我们将继续围绕“以消费者为中心，成为创新引领的百年营养健康食品公司”的使命，坚持国际化、数字化的发展方向，努力将蒙牛打造为最具中国活力的国际化公司，为消费者提供与国际化接轨的营养健康食品。

我们将继续发展营养健康事业，以人体营养需求为出发点，研发和生产更多、更好的乳品，为强健中国人而努力；与员工、伙伴一起成长共赢，为营养健康事业提供更好的支撑，赢得更久的信任；坚持绿色发展，减少足迹、扩大影响，以更少的消耗实现更好的增长；继续期待有你更美，拓展公益领域和覆盖面，在更广阔的范围做出更大的贡献。2016 年，蒙牛会持续关注可持续发展管理进展，推动我们的事业更进一步，期待与你一同建设更加美好的未来。

报告指标索引

ESG 指标索引

指标编号	页码
A环境	
A1排放物	51
A1.1	51
A1.2	48
A1.3	51
A1.4	51
A1.5	51
A1.6	51
A2资源使用	48-49
A2.1	48-49
A2.2	49
A2.3	48
A2.4	49
A2.5	46-47
A3环境及天然资源	48、50
A3.1	50
B社会	
B1雇佣	34
B1.1	14
B1.2	14
B2健康与安全	34-35
B2.1	14
B2.2	
B2.3	34-35
B3发展及培训	36-37
B3.1	36-37
B3.2	14
B4劳工准则	34
B4.1	34
B4.2	34
B5供应链管理	41
B5.1	41
B5.2	41
B6产品责任	22-31
B6.1	20-21
B6.2	20-21
B6.3	27
B6.4	20-21
B6.5	不适用
B7反贪污	9
B7.1	9
B7.2	9
B8社区投资	56-63
B8.1	56-63
B8.2	56-63

GRI 指标索引

	GRI指标内容	页码
战略与分析	G4-1	3
	G4-2	3
机构概况	G4-3	4
	G4-4	4
	G4-5	4
	G4-6	4
	G4-7	4
	G4-8	4
	G4-9	4
	G4-10	4
	G4-11	34
	G4-12	41
	G4-13	4、42
	G4-14	9
	G4-15	59
	G4-16	59
确定的实质性方面和边界	G4-17	封二
	G4-18	13
	G4-19	13
	G4-20	4
	G4-21	41
	G4-22	封二
利益相关方参与	G4-23	13
	G4-24	16
	G4-25	16
	G4-26	16
	G4-27	16
报告概况	G4-28	封二
	G4-29	封二
	G4-30	封二
	G4-31	封二
	G4-32	封二
	G4-33	封二
治理	G4-34	8
	G4-35	11
	G4-36	11
	G4-37	11
	G4-38	11
	G4-39	8
	G4-40	8
	G4-41	8、9
	G4-42	11
	G4-43	11
	G4-44	11
	G4-45	16
	G4-46	11
	G4-47	11
	G4-48	11
	G4-49	11
	G4-50	11
	G4-51	
	G4-52	
G4-53		
G4-54		
G4-55		
商业伦理与诚信	G4-56	6、7
	G4-57	9
	G4-58	9
经济	G4-EC1	4
	G4-EC2	
	G4-EC3	34
	G4-EC4	
	G4-EC5	34
	G4-EC6	14
	G4-EC7	60
	G4-EC8	56-63
	G4-EC9	41
环境	G4-EN1	47
	G4-EN2	48
	G4-EN3	
	G4-EN4	15
	G4-EN5	15
	G4-EN6	15
	G4-EN7	48

	GRI指标内容	页码
环境	G4-EN8	49
	G4-EN9	49、51
	G4-EN10	49
	G4-EN11	50
	G4-EN12	50
	G4-EN13	
	G4-EN14	
	G4-EN15	48
	G4-EN16	
	G4-EN17	
	G4-EN18	48
	G4-EN19	48
	G4-EN20	
	G4-EN21	48
	G4-EN22	49
	G4-EN23	49
	G4-EN24	
	G4-EN25	
	G4-EN26	
	G4-EN27	46-47
	G4-EN28	46-47
G4-EN29		
G4-EN30	52-53	
G4-EN31	15	
G4-EN32	41	
G4-EN33	41	
G4-EN34		
劳工实践和体面工作	G4-LA1	14
	G4-LA2	38-39
	G4-LA3	
	G4-LA4	
	G4-LA5	
	G4-LA6	14
	G4-LA7	
	G4-LA8	34-35
	G4-LA9	14
	G4-LA10	36-37
	G4-LA11	36-37
	G4-LA12	14
	G4-LA13	34
	G4-LA14	41
	G4-LA15	41
	G4-LA16	
人权	G4-HR1	
	G4-HR2	
	G4-HR3	
	G4-HR4	
	G4-HR5	
	G4-HR6	
	G4-HR7	
	G4-HR8	
	G4-HR9	
	G4-HR10	
	G4-HR11	
	G4-HR12	
社会	G4-SO1	56-63
	G4-SO2	56-63
	G4-SO3	9
	G4-SO4	9
	G4-SO5	9
	G4-SO6	
	G4-SO7	9
	G4-SO8	
	G4-SO9	41
	G4-SO10	41
	G4-SO11	
产品责任	G4-PR1	14
	G4-PR2	14
	G4-PR3	23
	G4-PR4	
	G4-PR5	26-29
	G4-PR6	
	G4-PR7	
	G4-PR8	
	G4-PR9	

专家点评

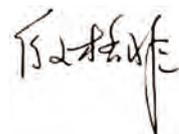
《中国蒙牛乳业有限公司可持续发展报告（2014-2015）》是蒙牛发布的第三份非财务报告，很好地体现了公司在可持续发展方面的新进展，有如下特点：

一是确立了蒙牛可持续发展策略。蒙牛以消费者为中心，聚焦营养健康，以“更好的增长、更久的信任、更少的消耗、更多的贡献”为目标，系统推进可持续发展管理与实践。

二是创新建立了 DMA 工作模式。借助可持续发展报告编制契机，制定一整套可持续发展战略和指标体系，并分解到业务系统，全面提升可持续发展核心竞争力，助力公司可持续发展。

三是展现了可持续发展管理成效。报告围绕营养健康、成长共赢、绿色发展、有你最美四大责任领域，系统披露公司 2014-2015 年可持续发展管理的顶层设计、能力升级，以及管理绩效，体现了对利益相关方期望与关切的积极回应与尊重。

——《WTO 经济导刊》副社长



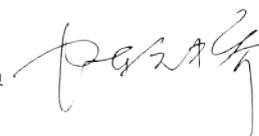
《中国蒙牛乳业有限公司可持续发展报告（2014-2015）》系统阐述了公司在报告期内可持续发展的管理和实践绩效，报告结构合理、篇幅适宜、表现形式多样，生动展现了蒙牛可持续发展与企业运营的有机融合。突出表现在：

回应上市公司披露要求。报告依据香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》的要求，以详细的案例和丰富的数据，全面、系统回应了指引中对于一般内容和关键绩效披露的要求。

符合社会责任系列国家标准。紧扣社会责任发展脉络，依据社会责任系列国家标准的要求，审视和梳理 2014-2015 可持续发展管理进展，推进可持续发展的要求融入业务实践。

接轨社会责任国际指南。报告参考《可持续发展报告指南》（G4 版）要求，从营养健康、成长共赢、绿色发展、有你最美等方面，阐述管理方法（DMA）、管理实践及绩效。

——中国标准化研究院 高级主任研究员



读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！非常感谢您阅读《中国蒙牛乳业有限公司可持续发展报告（2014-2015）》。我们非常关注您对报告的意见，请您对本报告提出意见和建议并反馈给我们，以便我们对报告持续改进。

邮寄地址：北京市朝阳区建国门外大街甲8号国际财源中心大厦A座29层

电话：010-56570948

传真：010-56570900

选择性问题：（请在相应的位置选择打“√”）

1. 您对报告的总体印象是：

很好 较好 一般 较差 很差

2. 您认为报告中所披露的社会责任信息质量：

很高 较高 一般 较低 很低

3. 您认为报告结构：

很合理 较合理 一般 较差 很差

4. 您认为报告版式设计和表现形式：

很好 较好 一般 较差 很差

开放性问题：

您对《中国蒙牛乳业有限公司可持续发展报告（2014-2015）》的宝贵意见与建议，欢迎提出：

只为点滴幸福



中国蒙牛乳业有限公司 可持续发展管理部
地址：北京朝阳区建国门外大街甲8号国际财源中心A座29层
邮编：100022
www.mengniu.com.cn

 本报告采用可降解环保再生纸制作