



新质赋能 消费稳增长

刘永好：做让消费者满意的新好产品

本报记者 孙吉正 北京报道

12月10日至12日，“2024中国企业竞争力年会暨《中国经营报》创刊40周年论坛”在北京举行，在12月11日上午举行的2024中国新消费论坛上，新希望集团董事长刘永好出席论坛并发表了主题演讲。

刘永好在演讲中介绍了40多年创业以来，新希望集团是如何从个体户逐步成为中国乃至全世界规模最大的农牧企业。刘永好强调，新希望的目标是“希望，让生活更美好”。对于企业来说，实现让生活更美好的目标，就是为消费者提供更好的产品，让消费者满意。

“当下的市场竞争格局，大家都认为中国企业的竞争更为激烈，但我认为竞争并不是所谓的价格战，而是企业进一步提高自己的产品质量和服务标准，为消费者提供更好的产品和服务。”刘永好说。

从四川走向世界

作为中国改革开放以来最早参与民营企业建设的企业家之一，刘永好在演讲中首先回忆了当年的创业生涯。

“在1982年，我开启了自己创业的生，彼时国内市场经济刚刚起步，农牧产品都非常紧缺，所谓的市场竞争完全取决于我们创业者手中能够提供多少货。”刘永好回忆道，“我记得，我们刚开始卖肉

料的时候供不应求，购买者排队购买饲料的场景仍历历在目。凭借着饲料产能的不断扩大，新希望集团在饲料领域不但做到了中国第一，也成为了世界第一。”

1992年，新希望集团正式成立，成为中国内地第一家民营企业集团。1999年，新希望开始走出国门并在越南建了第一个海外工厂。如今，新希望在越南、印度尼西亚、菲律宾、斯里兰卡、埃及、南非等国家和地区建立了几十家工厂，产业遍布世界各地。

“大概在上周，我女儿刘畅到埃及做调研，埃及的总理和发展部长以及其他官员会见了我们的企业人员，对我们企业在埃及的投资发展，以及为埃及食品工业进步所做的贡献表示感谢，也体现了在‘一带一路’上我们的作为，得到了对方的肯定。当然，新希望已经成为埃及最大的农业和食品企业，像这样的故事在好多国家都在展现，这也展示了第一批走出国门的民营企业的风范。”刘永好说。

2011年，新希望集团旗下的新希望六和成为当时农牧领域最大的上市公司。“国家资本市场刚刚开始不久的时候，上市实行的叫做凭票制或者叫分配制，我们是被分配了一张上市公司的票，作为民营企业的代表拿到了这个上市的通行证。”刘永好回忆最早上市的过程时说。

他回忆道：“这个通行证中间还有一个故事。在这以前，上市都是分给各个省、各个部委的，几乎没有民营企业拿到这样的上市指标，而我作为全国工商联副主席，就向全国工商联和全国政协提建议，写提案呼吁，说民营企业成长应该有上市的指标。最后，证监会听取了我们的建议，给了我们全国工商联一个上市的指标，且全国工商联主席会研究决定把这个指标给了新希望集团。”

“当时我特别高兴，但是后面越想越不对。我作为全国工商联副主席在申请，我在呼吁，最后一个指标给我了，我认为是不妥的，因此我决定让给其他民营企业，最后全国工商联把这个指标给了其他企业。”刘永好分享道，但全国工商联的领导们觉得新希望符合上市的条件，不应该让符合条件的企业利益受损，结果他们以全国工商联组织的身份向四川省政府建议，最终新希望也获得了上市指标。

2019年之后的几年，新希望集团旗下又有新希望乳业、新希望化工、新希望服务上市，新希望集团在资本市场这条道路上不断前行。2021年，新希望集团以2000多亿元的销售业绩进入中国民营企业500强、中国企业500强和世界500强的行列，成为一个大型的以农牧食品为主的民营企业。

截至2023年，新希望集团旗下的饲料产能达到2800万吨，已然成

为全世界产能最大的饲料厂家。

与此同时，新希望冷链物流被行业协会评为全国第二名；养猪规模达到1700万头左右，位居全国第三位；肉食品加工400万吨左右，产能位居全国第四位；新希望乳业销售额超100亿元，市值超100亿元，位居行业第五位。

“我觉得，新希望所走过的这40多年的路，正是国家在市场化上快速成长进步的道路，中国民营企业快速进步成长伴随中国的经济快速向前，我们作为参与者、见证者、受益者也在快速进步成长。”刘永好说。

以技术赋能传统行业

新希望集团多年深耕农牧产业，虽然农牧产业是消费产业链中较为传统的产业之一，但刘永好在演讲中指出，在饲料、冷链物流、食品、养猪、牛奶等产业方面，技术革新仍大有可为。

目前，新希望集团开启了数字化的高层全员培训，用6个月的时间，把200多个中层以上的干部全部培训完以后，又跟著名高校联合，让大家对数字化和科技有新的认识。近几年，新希望集团推行了14个数字化的灯塔项目，以提升新希望的能力、价格、品牌、效率、效益。

在会议上，刘永好还提出了一



刘永好
新希望集团董事长

个特别的案例，就是世界最大的啤酒企业之一——日本朝日集团。该集团10多年前在中国做投资，在山东找了一个最好的地方买了地，然后进行无害化、有机化养殖，最后生产了最高档的牛奶。虽然质量很好，但价格成本非常高，一直处于亏损状态。

“在长期的亏损状态下，朝日集团最终决定几乎零对价交给我们，在新希望集团接手以后，第一年基本实现扭亏为盈，第二年实现差不多2000万元的盈利，去年盈利了4000多万元。我们将这一产业实现扭亏为盈的原因归结为，我们把自身渠道和营销能力结合起来的成果。现在朝日唯品是中国企业自己的百分之百的产权，别人没做好的我们把它做好了，体现了我们的运营能力和品牌力，也是技术赋能传统产业的最好事例。”刘永好说。

此外，新希望还提出了有关乡

村产业振兴的“五五工程”。在5年的时间内，为农村产业投500亿元，在乡村产业中新增5万名员工，为公益培训5万个乡村科技人员、技术人员。

“新希望举办的乡村振兴村长班，上个月第四期在浙江的横坎头村闭幕，每年在全国各地筛选100位基层干部现场学7天，其中的费用由我们全部资助，新希望请了非常多的专家、学者、教授，讲理论、讲实践，更多的是讲案例。通过这样的交流让我们的村长、书记打开视野。经过4期以后，参加培训的几百个村长、支书互相结成对子，我们有2年的线上学习，1周的线下培训，他们互相交流、互相沟通，把各地的经验带到我这儿来，我的资源送到你那儿去，我觉得这推动了乡村振兴的前行，做了一定的积极贡献。”刘永好表示。

此外，新希望还要帮助5万个涉农主体，如家庭农场、电商、种植业、养殖业的发展，帮扶金融服务等。5年全国选5个地方建乡村振兴示范基地，这是新希望的“五五工程”，新希望在用实践履行“乡村振兴，我们在行动”。

“我们新希望是改革开放政策的参与者、受益者，我们还要做改革开放的贡献者和推动者，我们有责任和义务参与到乡村振兴的行动中。我作为光彩事业的倡导人之一和见证者、推动者，将积极地投身到乡村振兴的大战略中去。”刘永好说。

王均豪：新质生产力拓展消费新空间

本报记者 于海霞 孙吉正 北京报道

在2024中国新消费论坛上，均瑶集团党委书记、总裁，均瑶健康董事长王均豪出席论坛并发表了主题演讲。

实际上，均瑶集团的发展过程伴随着中国改革开放的脚步。“从我哥哥创业开始算，1984年起，均瑶集团到今年正好40年，我创业也已经有37年的时间。今年也是均瑶健康成立30周年，三十而立，我们的目标很清晰，‘三十而立，冲向国际’。”王均豪如是说。

论坛现场，王均豪论述了如何打造企业的核心竞争力。他表示：“一个企业的真正核心竞争力就是把企业文化变成我们2万多名同事的共同行为习惯，而不是挂在墙上的标语，是能够真正去用，把使命和价值观体现在工作当中，这才是真正的核心竞争力，具备偷不去、买不到、带不走、拆不开的特点。”

让中国的菌走向世界

根据王均豪的介绍，均瑶集团目前形成了“一二三四五”的文化体系。具体包括：一使命，为社会创造价值，建国际化现代服务业百年老店；二恒，恒心、恒新，持之以恒、持续创新；三文化，效率文化、感恩文化、主人翁文化；四满意，顾客满意、员工满意、股东满意、社会满意；五思维，战略思维、互联网思维、辩证思维、系统思维、法治思维。

谈及未来的发展，王均豪指出，未来10年，均瑶集团每个板块的规划是科技化、国际化。科技化就是新质生产力。此外，经过40年的发展，均瑶集团也已经具备走向国际化的能力。并且，每个板块都是多元化的投资和专一化的经营。

“我始终在思考：什么是好企业？得到的答案是，好企业就是让顾客、员工、股东、社会满意。”王均豪说，在社会满意这块儿，均瑶集团始终在进行着，包括在疫情期，全球采购的物资在第二天就送到了，最后采购了1亿多元的物资，包括787飞机调到武汉。



王均豪
均瑶集团党委书记、总裁，均瑶健康董事长

另外，在教育这块儿，均瑶集团的世外学校高中也具备了国际化的竞争力，致力于培养“中国心、世界眼”的学生。

他举例说，均瑶集团下面有4家上市公司，就像盖大楼一样，一个大楼要有几个柱子，每个柱子都希望能够做到全国民营企业的前列，乃至拥有国际竞争力。现在吉祥航空已经走向国际，在国际上具备了很强的竞争力。在科技板块方面，根据他的介绍，均瑶集团的数字仿真技术已经做到了全球唯一、金融服务业在全国处于民营前茅。

在演讲中，王均豪通过牛奶的案例，回答了多元化和专一化的问题，也表明了任何行业总有从蓝海到红海的一个过程。

“1994年，我们秉持‘让一杯牛奶强壮一个民族’的使命进入乳制品行业。但牛奶行业发展到2000年左右的时候，价格上卖得比水还便宜，最后，行业出现了三聚氰胺事件。但是，我可以很骄傲地说，创业30多年的时间里，均瑶是一直洁身自好的。”王均豪如此表示。

据了解，2004年，彼时的均瑶乳业开启了“断臂工程”，把纯牛奶业务砍掉。在当时的长三角地区，均瑶乳业是第二品牌，但在一夜之间把冷链系统全部废掉，转型为常温乳酸菌饮料企业。

“当时均瑶乳业上市的时候，大家给我们取名为‘常温乳酸菌第一股’，因为常温乳酸菌是我们

创出来的一个品类。但我们在思考，走向资本市场后均瑶健康该如何可持续发展呢？于是，我们开始寻找第二赛道，进入了益生菌行业。彼时，正好提出健康中国战略，我们把均瑶乳业更名为均瑶健康，希望能够为健康中国做点什么。”王均豪表示。

王均豪认为，企业家做任何行业、做任何企业都要对标国内行业的情况，对标国际行业的情况，只有这么对标，才能够知道自己在哪里，未来怎么走。

基于上述观点，近年来，均瑶健康在全球益生菌领域做了一些对标，和中国食品工业排名第一的江南大学签了20年的战略合作，致力于实现“科学家+企业家”“1+1=11”，让中国的菌走向世界的目标。

对于益生菌如何促进消费新空间这个问题，王均豪认为，技术带来变革，我们要跟上时代。“用益生菌打个比方，它是个好人，但我要做好人当中的世界冠军。目前，均瑶健康有近20个冠军，也就是经过多年的动物实验或者医学循证，每株菌都变成了单项冠军，取得了国际、国内的专利。”

此外，他提到，经过多年的发展，如今的常温乳酸菌饮料市场进入卷价格的阶段，有的产品已经卖到两三块钱左右的价格。“我们不卷价格，我们要做升级，目前均瑶健康的常温乳酸菌饮料口味动力已经开始升级，把‘一株缓解便秘并调节肠道菌群紊乱的两歧双歧杆菌及其应用’‘一株能够预防或治疗幽门螺杆菌感染的卷曲乳杆菌’‘一株能够调节肠道紧密连接蛋白的发醇乳杆菌及其应用’的专利加到里面，这样就会促进新消费，因为它是一个新质生产力的产品。所以，不要去卷价格，只有卷技术才能不断地促进新消费。”

据了解，在益生菌行业，目前中国人均消费只有0.4美元，而意大利的人均消费是10.04美元。王均豪认为，国内益生菌产业才刚刚开始，正处于一个婴儿期，因此大家要保护这个行业，不要一开始就卷价格，而是要做好产品，让消费

者觉得好，这样才能促进新消费的发展空间，才是真正的品牌。

文化搭台 经济唱戏

新质生产力是近几年最热的词汇之一，对于王均豪而言，所谓的新质生产力是在国内能够具备核心竞争力，在国际能够参与竞争，能够站在喜马拉雅山顶孤独求败，找不到竞争对手。

王均豪表示：“就目前来说，均瑶健康已经具备了国际竞争力，我们要做全球益生菌的领跑者，目前在B端市场已经拿到了72个国家的出口许可。在C端市场，今年线上的益生菌销量比去年有所增长。这就是我们通过科技赋能、新质生产力创造出来的消费新空间。每个菌株、每个技术要进步，科技要赋能，我们要耐得住寂寞，目前均瑶健康的深冷发酵剂已经具备了全球竞争力。”

据了解，现在均瑶健康正在开发几个新产品，相关专利为“一种植物乳杆菌及其在制备预防便秘的食品中的应用”“一种能够缓解慢性酒精性肝损伤的鼠李糖乳杆菌及其用途”“植物乳杆菌J26组合物、制法和在减肥产品中的应用”“一种具有减肥降脂功效的植物乳杆菌J26后生元冻干粉及其制备方法和应用”。他指出，要让产品说话，这样才能形成真正的核心竞争力。

与此同时，王均豪认为，新质生产力不仅体现在技术层面，文化也是新质生产力的一部分，能够与益生菌产业相辅相成。

“很多年前，我突然听到古琴，开始喜欢上了古琴。古琴是世界非物质文化遗产，我们有缘得到了一批文物老琴，让现在的琴人听得到、摸得到、看得到老琴。现在我把古琴也作为一个社会事业，要让文化搭台，经济唱戏，建立了均瑶健康公益古琴店，打造世界古琴与文化交流中心。”王均豪说。

他指出，要让中国文化自信起来，让它活起来。让中国的益生菌走向世界，让身心共同健康，真正把新质生产力做到国际领先，这才是我们中国企业未来要拓展的新空间。

彭毅萍：让发芽糙米成为健康主食新选择

本报记者 钟楚涵 蒋政 北京报道

“我们公司传承袁老发芽糙米的梦想，让发芽糙米成为人民饭桌上的健康主食新选择，也能为实现健康中国梦出一份力。这是我们的使命。”广东发芽红生物科技有限公司创始人、董事长彭毅萍在2024中国新消费论坛上表示。



彭毅萍
广东发芽红生物科技有限公司创始人、董事长

发芽糙米的意义

彭毅萍介绍：“一粒稻谷有两件衣服的话，脱掉一件衣服叫糙米，脱掉两件衣服保留胚芽就叫胚芽米，把衣服和胚芽全部去掉就叫精米。而发芽糙米就是在糙米鲜活的情况下（重点是要鲜活，活的米才能够发芽），吃活的、发了芽的米，这就叫发芽糙米。”

公开资料显示，发芽糙米以糙米为原料，通过科学的深加工，让它在萌芽过程中保留了糙米含有的营养成分，像丰富的维生素、矿物质、膳食纤维，同时通过生物转化产生一些对人体健康、生理有益的活性成分。

彭毅萍提到，大米作为我们国家最主要的主食，但是现在大部分人吃的米中95%的营养都没有了，只留下了和现在肥胖、慢病有关的原材料碳水。彭毅萍表示：“2023年5月23日，人民科普网对100位以上的人进行了发芽糙米试吃，最终验证结果食用发芽糙米可以改善二型糖尿病。”

对于发芽糙米的益处，南京医科大学教授、江苏省营养学会名誉理事长蔡云清此前也曾表示，首先，

发芽糙米的营养价值大大高于精白米和糙米、杂粮；其次，发芽糙米血糖生成指数比较低；再次，发芽糙米符合中国居民膳食指南要求；最后，由于发芽糙米的高质量 and 营养价值，体现的经济价值可能会更高。

发芽糙米的创新

彭毅萍指出，公司产品发芽糙米的创新在于三方面，第一，持续改进口感，因为它作为食物，好吃是第一要素；第二，便民，为使消费者都能够随时随地吃到新鲜、有营养的发芽糙米，发明了家用发芽机；第三，利民，相对于100多元一斤的进口商品，发芽红9.9元起的更为亲民，同时在全国线下体验店进行推广，能够更接近消费者，让消费者有机会认识、了解、接触、享受相关产品。

今年7月，“发芽糙米千城万店”项目正式启动。彭毅萍表示：“目前我们推广的方法是品牌联合营店模式，店铺只需要最低的成本就能够嫁接一个联营店，在吃我们产品的同时可以经营、销售相关产品。相关店铺经营者在吃的过程中觉得有效果，就传播给身边的朋友，最终慢慢变成生意。我们的千城万店项目就是以此方式推广，目前在半年的时间内已经进入20个城市，拥有100家门店。”

在彭毅萍看来，发芽糙米的体量巨大。“2022年小麦和大米的总产量是6.9万亿斤，以此规模计算，在销售9.9元一斤的前提下，哪怕未来5年、10年中国只有1%的人吃（发芽糙米），那也有千亿级的市场。”同时，可以用到发芽糙米的深加工场景也有很多。彭毅萍指出：“发芽糙米可以应用于做饭团、代餐、奶昔等场景，以及发芽糙米茶、发芽糙米酒等。发芽糙米可以叠加千行百业，其中零售、特色餐饮、美容、养老机构、传统点心等行业都可以做互联网联盟。”

彭毅萍表示：“目前中小微企业生存困难，我们希望通过好的产品传播，让更多的人推广这个产品，获得健康的同时能够获得小本经营的机会。同时也想让更多人知道中国还有一个很有价值、很有营养的产品，能够带给更多朋友健康的机会。”