

蒙牛：一个非互联网公司的数字化创新

乌镇世界互联网大会。2000 多名国际组织负责人、互联网企业领军人物、专家学者的水乡聚会，映照出世界互联网的热潮。当马云、雷军、李彦宏、张朝阳、柳传志等互联网大咖们西装革履地出现在媒体镜头中，我们却发现了不一样的风景。

这一抹清新蓝色掠过镜头时，很多人眼前一亮——蒙牛乳业总裁孙伊萍，本次互联网大会中，来自乳品行业第一阵营中唯一一位女掌门。

一个有 16 年历史的传统乳制品公司，一场分量更重、规格更高的世界性的互联网盛宴，他们之间的交集有多大？将碰撞出怎样的火花？

孙伊萍认为：“希望互联网大会不仅仅是互联网公司的大会，而是为了不断创新给互联网生态圈下的、应用互联网与消费者连接的公司更多的机会。”

2015 年 12 月 17 日下午，作为本届大会唯一被推选出的乳制品企业代表，孙伊萍出席了“乌镇论道·数字中国”论坛，并发表了《快消品的互联网跨界创新》的演讲，分享了蒙牛的数字化管理和运营模式，以及新产品



孙伊萍分享蒙牛的数字化创新案例

研发和链接消费者下的生态圈创新和发展战略创新。在这个非常专业的互联网大会上，蒙牛这个传统乳品企业的国际化和数据化双轮驱动创新战略以及“互

联网+”的探索，受到大会平台以及新闻界的极大关注。

“互联网+牛奶”的空间有多大？孙伊萍介绍了蒙牛在产品、渠道、营销等多个领域的数

字化实验。例如，消费者熟知的蒙牛精选牧场纯牛奶与百度合作的云端牧场、新养道与京东合作的一键购业务、M-PLUS 与时云科技合作为健身族群定制精准的健身方案、嗨 Milk 在微信搭建的微商平台，还有双十一期间引入进口品牌“鲜语牧场 MouMilk”入驻天猫……踏着时代的节奏，蒙牛在近两年内组建的“互联网生态圈”伙伴不下十个。

在孙伊萍分享的案例中，蒙牛联合明星合伙人羽泉打造的互联网高品质牛奶品牌嗨 Milk，在品质、商业模式、消费者沟通等层面，与互联网的嵌入融合最为紧密、直接：专属牧场可视化，微商年度定期购，最快 48 小时从牧场直达餐桌等等。通过颠覆传统的商业模式和数字化沟通体验，成功将消费者转化成忠实用户。

孙伊萍说，“互联网不仅仅是给互联网行业带来发展机遇，对传统的乳业来说有挑战，但创新的空间和机遇更大。蒙牛未来要做‘最具中国活力的国际化公司’，将牢牢抓住国际化和数字化核心，以互联网的系统化的创新思维，推动品牌与技术创新路径向横向与纵深发展。”

当千年古镇遇上新兴互联网，当传统企业登上世界互联网大会的讲台，我们有理由相信，如蒙牛一样的很多传统企业正在破旧立新，成为互联网经济中不可忽视的一股新生力量。正如我们从那张被热议的价值过百万亿的互联网大咖合影中窥见到的那样，未来，在这场世界性的、互联网企业主导、男性占据主流的大会上，还能看到更多“新鲜”面孔。

