



践行“消费与服务” 乳业迎来绿色复兴



近日中消协发布了“消费与服务”的2010年3·15年主题,有关于消费者权益,产品品质与服务再一次成为人们热议的话题。在全球经济危机的冲击与重建市场信心双重压力下,正是依靠扩大内需,服务于广大消费者,服务于经济发展,服务于和谐社会,中国乳业在蒙牛等领军企业的引领下,用可靠的品质和踏实的服务意识重铸信心,实现了行业的绿色复兴。



目前,蒙牛已经参股建设了11座万头以上的生态草原牧场。

全面升级产品 蒙牛以服务提升品质

不久前,年度最权威消费调查活动——“首都消费者最喜爱牛奶品牌”大型票选结果揭晓。经过为期一个月的网络开放票选,蒙牛在众多乳企品牌中脱颖而出,凭借蒙牛牛奶的自然纯品质、生态草原牧场的奶源优势和持续的绿色公益行动,获得“首都消费者最喜爱牛奶品牌”大奖,而特仑苏则斩获“最受北京女性消费者喜爱的牛奶品牌”荣誉。

中消协副秘书长武高汉日前对媒体表示,对于企业经营者而言,自然应该坚持诚实守信、依法经营。而除了要保证所出售的商品和服务质量外,还要自觉履行社会责任,为消费者创造良好的消费环境。企业在经营过程中,应主动研究动态,积极研发低碳、环保产品,提供个性化、多样化服务,这就是商品品质之外的“企业品质”。

今天的乳品消费已经进入了一个细分市场的时代,多样化新品的推出正是为了满足消费者日趋个性化的口味和营养需求。为

此,蒙牛依托科技,不断创新,为消费者打造丰富的产品体系。除传统纯奶产品外,蒙牛还拥有时尚乳饮“酸酸乳”,美丽饮品“真果粒”等等,另外营养学认为各个年龄区间的消费者对乳制品的营养需求也是不同的,例如蒙牛的儿童奶“未来星”就是针对儿童的膳食营养特别设计的。今天,蒙牛的乳品外延范围还将不断扩大,蒙牛将以消费者诉求细分和卓越品质为基础,搭建一个适应消费者不同需求的立体牛奶产品体系。而这一发展方向正是基于为消费者提供个性化饮食体验和对消费者不同饮食喜好的绝对信任与尊重。

体察消费者需求 率先开放式互动体验

蒙牛乳业一向重视消费者的感受、善于精确体察消费者的需求动向,2009年蒙牛率先推出国内首家全景视频技术企业网站,网友轻点鼠标就能在网络“畅游”蒙牛。此后更有蒙牛网上电子商城、蒙牛微博等全新的开放式体验先后跟

进,令消费者感觉耳目一新。

为了更好的与消费者直接沟通,蒙牛乳业专门注册企业微博,定期发布饮奶常识、普及正确的饮奶观念,随时接收消费者的反馈信息。“目前微博还处于开发期,蒙牛第一时间进驻,就是为了更好的与消费者互动,通过企业官网、商城、博客、微博等全方位接触来自消费者的第一手信息,最大程度地贴近消费者需要。”据蒙牛负责人表示,进一步直面消费者,增进双方的沟通和互动,是蒙牛新年的一项长期任务,“有效贴近消费者能够更好地倾听他们的意见与心声,这样我们才能为消费者提供更好的产品与服务。”

“自然纯”保证奶源 蒙牛以品质制胜

“这是我们生长的天与地,也是你的自然纯。”正是这句出自中国生态草原基金制作的公益广告片中的清新语句让很多人记住了蒙牛的全新关键词:自然纯。草原是乳业的根本,也是蒙牛可持续发展的基础。唯有建设好草原,才能为消费者提供优质天然的牛奶。

作为中国乳业的领军企业,蒙牛多年来致力奶源建设,在全国范围内积极推进建设万头奶牛规模牧场的战略布局。据悉,2010年,蒙牛将投入资金用于建设生态牧场,进一步夯实基础建设,走可持续发展之路。目前蒙牛已在内蒙古、河北、湖北、四川等地建成11座万头牧场。与此同时,蒙牛也大力倡导社会各界对草地资源大力保护,于2009年9月牵头成立国内首个草原生态基金。以更绿色的产品服务消费者,代表着蒙牛建设绿色产业链、为消费者提供优质牛奶与服务的蓬勃力量与决心。

世界期待着一个绿色未来,蒙牛用“自然纯”的理念坚持发展绿色经济,在为万千消费者提供优质产品的同时,深化服务理念,致力打造适应消费者高品质、个性化需求的牛奶产品矩阵。2009年,蒙牛代表中国乳业昂首跻身世界乳业20强,在国际乳业界用热烈的掌声为这个年轻的中国企业喝彩之时,蒙牛积极推动绿色生态草原建设,用高品质的产品与服务谋求中国乳业充满希望的绿色未来。

■记者 张文杰

走进绿色蒙牛 见证生态品质 蒙牛3月启动 “消费者特别接待日”

又是一年315。今年蒙牛于3月启动“消费者特别接待日”活动,上自总裁杨文俊下到生产车间的一线工人,蒙牛所有员工全线出动,接待消费者到访、倾听消费者需求,与消费者一起见证蒙牛的“生态品质”。据悉,截至目前为止,位于乳都核心区的蒙牛澳亚国际牧场已经接待了超过上千人次的到访消费者。

三重保险保障“生态品质”

“品质铸就品牌。专注品质生产、提升产品品质才是蒙牛赢得消费者、赢得市场的发展之源。”蒙牛相关负责人表示。事实上,在“为消费者提供高品质牛奶”理念的指导下,蒙牛从源头出发,将绿色生态理念融入生产过程中,建立了系统的“生态品质”生产体系。而持续的生态草原建设行动、高科技乳品研究院和高智能化生产基地的建设,更是为蒙牛的自然纯品质上了从源头到餐桌,贯穿全产业链的三道“保险”。

一如既往坚持“消费者为先”

“3月15日是消费者的权益日,但对我们来说,每一天我们都有义务为他们提供高品质产品和一如既往的贴心服务”,蒙牛相关负责人接受采访时表示。据悉,蒙牛是乳品企业中首家提出和启动“消费者特别接待日”活动的企业。

“蒙牛集团在坚持以‘消费者为中心’的服务宗旨,在‘关爱消费者需求’的服务理念的指导下,已经成为深受消费者喜欢的代表行业最高标准品牌”,行业专家表示。事实上,凭借生态自然品质和透明安全生产,蒙牛不仅赢得了消费者的“心”,更成为中国航天专用产品、国家体育总局训练局运动员专用产品、NBA中国官方市场合作伙伴、香港迪士尼乐园专用牛奶、博鳌亚洲论坛官方合作伙伴等权威机构的信赖之选。■记者 张文杰




Green LED
我们专注绿色视听科技

3.15同方电视 震撼双升级

产品升级、服务升级,同方全线“以旧换新”
特别推荐无与伦比的 **清华学堂** 网络电视震撼上市!

产品升级

- E11V免费升级后价值2400元/年的清华同方教育资源
- 同方绿色液晶全线产品荣获中国环境标志产品认证

服务升级

- 软件定期升级
- 7天包退30天包换
- 免费上门服务
- 3月13日—3月15日购买的同方电视产品均可享受整机保修长达三年的服务

“以旧换新”惊喜价

- 换同方绿色LED液晶电视、同方绿色网络液晶电视E11V成功上市,特举办全国范围的“以旧换新”活动,详情请咨询各商厦同方专柜。

购机好礼放送

- 活动期间,凡购买同方绿色液晶任一产品均有机会获得精美礼品一份,送完即止,赠行不取!

全国免费咨询热线: 400-818-5858



每一天 为明天

3

大品质保障

- 中国生态草原
- 高科技乳品研究院
- 高智能化生产基地

1

心一意服务

- 三万蒙牛员工全心做好牛奶

5

大权威信赖之选

- 中国航天专用产品
- 国家体育总局训练局运动员专用产品
- NBA中国官方市场合作伙伴
- 香港迪士尼乐园专用牛奶
- 博鳌亚洲论坛官方合作伙伴

生态品质**315**
绿色健康**365**



生态草原自然纯