



### 湖北日报传媒集团副总编辑、楚天都市报总编辑 赵洪松

光荣与梦想在今天绽放。值此齐鲁晚报创刊三十周年之际,我谨代表楚天都市报全体同仁,道一声真挚的祝福,祝齐鲁晚报生日快乐。

诞生在改革风云中的齐鲁晚报,一直勇立时代潮头,30年来以深度专业的新闻报道,赢得了业界的尊重和广大读者的欢迎。在媒体大变革时代,领风气之先的齐鲁晚报率先迈出融合转型的步伐,技术引领,内容主导,打造了以齐鲁壹点为龙头产品的新媒体矩阵,为都市报转型探路。我们衷心祝愿齐鲁晚报融合之路越走越宽,未来更精彩。

赵洪松



### 大河报总编辑 杨青

三十而立,奋楫争先。  
弄潮儿向涛头立,手把红旗旗不湿!  
祝齐鲁晚报生日快乐,二十二岁的大河报愿与都市报“老大哥”齐鲁晚报一道,不忘初心,识时通变,坚守主流价值和传播定力,在“融”时代浴火重生。  
大河向东流,齐鲁峰竞秀。  
中国都市报,明天会更好!

杨青



### 新闻战线总编辑 万仕同

峥嵘半个甲子,风舞千里膏壤。在历史的长河里,30年可能只是一朵小小的浪花,而对齐鲁晚报来说,则是30乘以365个日日夜夜的点点滴滴的全记录。

这30年,中国改革开放大潮波澜起伏,齐鲁晚报人欣逢盛世,也不负时代,始终以笔为犁,深耕热土,钟情人民,潜心记录着齐鲁大地的风风雨雨、阴晴圆缺以及新生与消逝、悲欢与变迁,一圈圈沉淀成鲜活的山东年轮。你们苦累甘如饴,铁笔担道义,用青春和热血、智慧和激情铸就了属于自己的报业奇迹,也映射出新时期中国晚报业凯歌高奏的辉煌。

时光在回溯中尤显不凡。回望历史,齐鲁晚报走过了光荣和辉煌的30年;而今天,齐鲁人和全国传媒人一样,正身处一个前所未有的媒体变革时代。祝愿齐鲁晚报在媒体深度融合的新征程上,知所进退,有所作为,实现传统媒体和新兴媒体的“此长彼长”。

万仕同



### 中国记者总编辑 文璐

记录变迁服务百姓,传承文化讴歌英豪;一方水土齐鲁美名,融媒唱响山东旋律!  
祝30岁齐鲁晚报再创新辉煌!

文璐

## 常温、低温产品齐发力,强势跻身全球乳企十强

# 蒙牛打响“双千亿”小目标第一战

2017年12月16日,在风姿绰约的“海上花园”鹭岛厦门,蒙牛集团迎来了年度盛会——蒙牛集团2018客户年会。这是继金砖会议之后,蒙牛今年在厦门的又一盛事,7000余名经销商代表、蒙牛员工齐聚厦门国际会展中心,共同探寻2018共赢冠军的路径。蒙牛集团CEO卢敏放在年会做了“不忘初心 共赢冠军”的主题报告,他重点强调,蒙牛的初心是“内蒙牛,中国牛,世界牛”,在朝着初心奋进时更要塑造“狼性文化”,以必赢、共赢的狠劲,向冠军之路进发。此外,蒙牛在年会现场提前与客户分享了俄罗斯世界杯赞助的好消息,超高端新品也正式亮相,为打赢这场“共赢之战”不断加码。

### 跻身世界乳企前十 从内蒙牛成就世界牛

本次客户会上,特仑苏超高端荣耀首发的全球首款玻璃瓶常温酸奶、纯甄PET饮用型等新品集中亮相,惊艳了全场。

不仅如此,在今年,蒙牛明星品牌表现抢眼,去年销售额即已突破百亿的中国牛奶单品特仑苏获得了接近12%的增长。此外,纯甄、真果粒分别收获了30%、25%的高增长,冠益乳、优益C等产品也取得不俗业绩。

2017年,在股东的鼎力支持下,在“聚焦聚势,凝心聚力”的战略指引下,蒙牛继续推动组织架构调整,增持了现代牧业,发力常温、低温产品,并进行了广泛的战略合作。这一系列行动使得蒙牛走上了稳健增长的轨道。

值得庆贺的是,蒙牛低温事业部只用了11个月的时间就完成100.6亿元销售额,这也是中国乳业低温品类第一次实现这样的跨时代突破。蒙牛低温新产品销售占比突破性地占到总销售额的25%。明星产品的优异表现加上创新产品的集中爆发,帮助蒙牛低温品类实现了销售额两位数的增长,并牢牢占据着市场份额的首位。



蒙牛集团总裁卢敏放在年会上做了“不忘初心共赢冠军”的主题演讲。

7月12日,荷兰合作银行发布2017年“全球乳业20强”榜单,蒙牛乳业凭借近年来的亮眼表现跃居榜单前10名,迈入全球乳业第一阵营。

### 携手FIFA构筑巨头朋友圈 聚合优势资源铺就共赢路

在蒙牛集团总裁卢敏放上任一年之际,为蒙牛提出了“双千亿”的目标,即未来三年,销售额要达千亿元,市值也要达千亿元。

年会上蒙牛集团披露的“千镇万店”工程,网点突破200万等渠道新政,满满的“干货”让经销商客户直呼过瘾,对新的一年更是充满了信心和期待。而现场提前刷透的“蒙牛成为俄

斯世界杯全球官方赞助商”这一重磅消息更是让所有经销商为之振奋。不难看出,这场“共赢大战”即将开幕。

中粮集团副总裁、蒙牛集团董事长马建平参会并对2018年寄予厚望。他代表股东中粮、达能、阿拉·福兹,对蒙牛的组织改革成效、经营业绩的大跨步提升表示肯定,也对蒙牛2018年的战略部署和双千亿战略目标充满信心。他引用“爱拼才会赢”这句歌词,勉励蒙牛人以爱拼的精神向冠军进发。

近年来蒙牛对行业内外资源的成功整合,使蒙牛拥有了让竞争对手羡慕的朋友圈。目前,蒙牛的朋友圈不仅包含上海迪士尼度假区、北京环球度假区、NBA、中国航天基金会、博鳌亚洲论坛等国内外顶尖资源,也包括阿里、京东这样的互联网巨头,在今年的“双11”期间,蒙牛又喜获佳绩,再次拿下乳制品全网销售冠军,夺得三连冠。

新时代,新征程。正如蒙牛集团总裁卢敏放所说,“2018年,是蒙牛双‘千亿’目标的关键一年。在机遇与挑战并存的形势下蒙牛必须‘赢’,要讲好蒙牛品牌故事,聚焦资源优势,以创新保持不凡。在狼性精神的推动下,持续深化改革,降本增效,加大创新研发力度;同时拓宽视野,做好全球布局,培育全球品牌,同所有合作伙伴一起共赢冠军。”