

## 原料鮮奶供應

蒙牛透過與1,000多個奶站及奶戶訂立獨家供奶合同，此舉確保蒙牛在業務增長的過程中，獲取穩定的優質原料鮮奶供應。

## 生產

蒙牛共經營九個生產基地，配備世界級生產及包裝技術，在二零零四年上半年形成產能達166萬噸。

## 前景

董事相信中國國內生產總值之不斷增長將會提升個人的購買力，鼓勵乳製品行業進一步增長。為爭佔市場份額，蒙牛將會繼續改善品牌知名度、推出新產品、深化市場滲透率、擴充產能、締結更緊密的業務夥伴關係，同時會管理可能因過度擴充業務而出現的風險。本集團相信有能力把握中國乳製品行業的增長勢頭。

## 推出新產品

液體奶是蒙牛的主要產品，而本集團會投入更多資源，鞏固市場地位、擴大經銷渠道，及透過推出不同產品系列，例如果味及功能性牛奶產品、優質酸奶及其他乳製品，擴大產品組合，以爭取業務發展機會。

本集團將會提供更多中高檔冰淇淋產品，以爭取更大市場。本集團會增加內部冰淇淋產量，有別於沿用至今部分產品委托生產之安排。

本集團亦有意發展副品牌，以更能區別不同的乳製品，使不同品牌瞄準不同消費群。

## 開闢新市場

蒙牛將會透過目標銷售渠道深化市場滲透率，鞏固在一級城市的龍頭地位，同時謹慎地開闢二級及三級城市的市場。本集團會通過有效宣傳、在全國性電視網絡的黃金廣告時段進行宣傳及拓展銷售網絡，藉以提升本集團品牌及產品的知名度。

## 提升產能

蒙牛最終目標是建設100多條液體奶產品新生產線、30多條冰淇淋產品新生產線及50多條其他乳製品新生產線，於二零零五年年底前將合計年生產能力提高至275萬噸。蒙牛將全球售股所得款項用於擴充產能，蓄勢應付日益提升的產品需求。

## 夥伴合作

目前的原料鮮奶供應源頭眾多但卻分散，蒙牛考慮到這一點，將繼續致力加強與奶戶及奶站合作，以擴充奶源及確保有充足優質原料鮮奶供應。本集團將繼續鼓勵現有供應商和新供應商發展中型及較大型奶站，此舉將有助蒙牛滿足日益增加的產品需求。

## 管理方面的獎勵

蒙牛為鼓勵成功推行增長策略，會繼續加強管理制度，務求僱員有出色表現。管理層會透過完善的升遷及薪酬制度，策勵僱員努力奮進及提升工作表現。