

昆明雪兰牛奶有限责任公司： 为乳企全渠道营销提供可复制案例

都市时报全媒体记者 张小燕

“以前，商超冰柜缺不缺货，需要业务员现场查看，或店主主动告知。如今，有了智能冰柜系统，公司后台能第一时间监测到哪家店缺货，并马上联系业务员补货，可以说，数字化转型让雪兰牛奶有了‘千里眼’。”8月29日，昆明雪兰牛奶有限责任公司党委书记王耘介绍，昆明雪兰牛奶有限责任公司（以下简称“雪兰牛奶”）通过引入“全渠道智慧营销 SaaS 平台”，助力低温乳品行业中小企业实现全面数字化转型。

终端陈列数据采集时效从 3—5 天提升为实时呈现，终端稽查管理时间从 15 天缩短为 3 天……作为昆明市中小企业数字化“链式”转型的首家企业，雪兰牛奶已逐步探索出了数字化转型的新路径，为云南省乃至国内地方性乳企的全渠道营销向数字化转型提供可复制的“雪兰案例”。

各生产线智能化改造 “生产环节看不到一滴奶”

每天凌晨时分，雪兰牛奶厂区内总是灯火辉煌。几个小时后，新鲜的牛奶走进昆明大街小巷，摆上市民的餐桌。“可以说，雪兰牛奶承载着代代昆明人的童年记忆。”王耘介绍，雪兰牛奶成立于 2000 年 1 月 1 日，前身为 1980 年成立的昆明市牛奶公司，是新希望集团旗下全资子公司。20 世纪 80 年代，雪兰牛奶只有瓶装、袋装鲜奶，包装形式单一。借助昆明 99 世博会的东风，雪兰牛奶成功引进国外先进设备，推出“屋顶盒”装鲜奶，产品及包装更加多元化。

近年来，雪兰牛奶紧抓奶源建设，先后投资近 4 亿元，打造石林、陆良、威家山 3 个通过 ChinaGAP+ 一级认证的专业化、现代化牧场。优选来自澳大利亚的荷斯坦奶牛，为奶牛佩戴专属的耳标和智能脖环，通过智能方式进行科学化饲养，形成西南片区自有奶牛存栏最多、规模最大的牧场群，对提高本地区奶牛养殖现代化水平，起到了农业产业化龙头企业的示范与带动作用。

8 月 29 日，记者看到，在雪兰牛奶厂区一线车间，产品全部采用机器生产运输，生产线上鲜有工作人员进行干预。王耘表示，目前，雪兰牛奶工厂各生产线已

经高度完成智能化改造，最大限度减少人为因素对产品的干扰，确保无菌生产环境，从运输到进罐，再到各产品生产下线，全程 2—6℃冷链密封，做到“生产环节看不到一滴奶”。

“这是我们的灌装车间，全部为万级洁净车间，先后引进国际先进的利乐砖、枕、钻等常温灌装机，无菌灌装机引进国际上自动化程度高、速度最快的瑞典利乐进口设备，低温灌装机采用国内外一流品牌设备，最大限度地保障了生产过程的产品质量。”王耘介绍，包装车间占地约 1200 平方米，其中利乐枕高速生产线能够实现每小时 12000 袋产品的自动装箱，利乐砖两条高速生产线能够实现每小时 24000 盒产品的自动贴管和自动装箱，极大地降低了人员劳动强度，提高了生产效率。

目前，雪兰牛奶具有日处理 500 吨鲜奶的生产能力，拥有 28 条达到国际先进水平的生产线，产品涵盖六大系列 100 多个品种。2011 年，雪兰牛奶在业内率先推出从生产到下架不超过 24 小时的“巴氏鲜牛乳”，深受市民喜爱；2014 年，雪兰牛奶成为全国首家优质乳试点企业；2016 年 9 月 6 日，雪兰牛奶成为全国首家通过“中国优质乳工程验收”的乳制品企业，成为行业标杆。

目前，雪兰牛奶已成为国家、省、市级农业产业化重点龙头企业，国家学生奶定点生产企业，中国绿色食品、中国有机食品、云南名牌、云南省绿色食品 10 强企业。

针对痛点堵点问题 对线下渠道进行全链路数字化升级

王耘坦言，低温乳品行业中小企业的线下渠道数字化转型，关乎企业的可持续发展，但由于投资预算低、企业内部数据基础薄弱、线下渠道链路协调效率低等桎梏，企业“不会转”“不敢转”和“转不起”等痛点堵点问题突出。

“以前，雪兰牛奶的线下渠道营销管理方式以人工为主，存在人员效能难保障、经销管理难协同、终端信息难洞察、目标消费者难触达等突出痛点。”王耘介绍，“而且终端数据洞察需要层层进行数据反馈+手动制作报表，数据反馈慢、数据分析耗时耗力，不利于快速洞察市场、高效决策。”企业急需通过数字化工具建立与终端的直接连接，敏捷洞察终端/消费者数据，从而改进面向终端的营销策略，开拓业绩新增量。

近年来，雪兰牛奶业务战略重心回归线下，不断提升传统渠道全链路的营销管理，数字化升级，这也成为其未来 5—10 年内的重要方向。

2023 年 10 月，雪兰牛奶通过将“全渠道智慧营销 SaaS 平台”引入低温乳品行业，构建业务员管理、经销商管理、终端管理、用户触达四大核心功能组件，推动



昆明雪兰牛奶优质乳生产基地



鲜奶运送专用罐车

本版图片 都市时报全媒体记者 李伟

行业内上、下游企业之间的互动与协同发展，助力低温乳品行业中小企业实现全面数字化转型。

平台以 SaaS 化的应用模式，融入了人工智能（AI）和数据智能（DI）等技术。例如，在业务管理环节，利用 DI 可提供存量网点智能分析、空白网点精准开拓等服务，从而有效帮助企业实现更快速精准的门店终端有效覆盖和管理。

而针对传统的广撒网式线上线下营销方式成本高、收效微的痛点，“融合通信中台模块”实现了信息的精准推送及自动回复，加速了企业对用户的响应与服务。同时，结合大数据分析平台、智能营销服务平台、智能客服系统等增值服务子系统，进一步挖掘分析客户需求，形成服务闭环，增强了雪兰乳业的核心竞争力。

通过“全渠道智慧营销 SaaS 平台”建设，雪兰牛奶实现了终端鲜奶退损率降低 5%—10%，核心单品分销率提升 15%，终端销量提升 20%，同时在业务人员管理、活动费用、终端数据获取方面降低成本 20%—30%。

入选昆明“链式”转型案例 智慧平台能满足 5 年使用需求

如今，雪兰牛奶通过先行试点与推广应用相结合的方式，已探索出一条以低门槛为基础、以懂行人为牵引、以云南省低温乳品行业共性痛点为切入口、以可预期收益为保障的数字化转型新路径。今年 8 月，雪兰牛奶成为昆明市中小企业数字化转型“链式”转型的首家企业。

基于雪兰乳业和云南省低温乳品行业当前业务现状和未来发展需求，“全渠道智慧营销 SaaS 平台”能够满足今后 5 年的使用需求。

同时，该平台通过厂商协同，实现“BtoBtoC”全链路打通，帮助企业实时同步供应商、生产商、经销商、零售终端各环节的数据信息，从而更好地了解市场需求和产业链运行情况，进而实现更精准的生产和销售决策，提高供应链各方的预测和计划准确性，实现库存成本降低 10%，库存周转率提高 15%。

此外，通过平台应用，促进供应链上、下游企业间的紧密合作，加强供应商、生产商、销售商等各方的联系和沟通，优化产业链的纵向协同，企业能够在不增加业务人员数量的情况下，拓展和维护更多的销售点；在不增加稽核人员的情况下，完成活动费用的全量稽核；在不需要人工到店的情况下，完成终端陈列数据的采集，最大提升 50% 的综合管理效率。这一“1+N”链式转型，达到数字化二级水平。

“雪兰牛奶一直践行视消费者为亲人的核心价值观，竭力为消费者带来新鲜优质的鲜牛奶。”王耘表示，在数字化转型的道路上，雪兰牛奶将一如既往地不断探索，努力打造“互联+创新”的智慧乳品企业，打造用户体验更优的鲜生活营养生态链，让消费者喝到营养健康的优质乳。



扫码看视频

视消费者为亲人

艰苦奋斗 开拓创新 自我批判

昆明雪兰牛奶有限责任公司党委书记王耘