

อีลี คว้าอันดับสามในการจัดอันดับแบรนด์อาหารที่มีมูลค่าสูงสุดของโลก และรั้งตำแหน่งแบรนด์ที่มีมูลค่ามากสุดในเอเชีย



แบรนด์ไฟแนนซ์ (Brand Finance) ได้เปิดเผยรายงานประจำปีด้านการจัดอันดับมูลค่าแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มทั่วโลกออกมาเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม ซึ่งผลปรากฏว่า อีลี กรุ๊ป (Yili Group) บริษัทผลิตภัณฑ์นมชั้นนำของจีน อยู่ในอันดับ 3 ของการจัดอันดับ “50 แรนด์อาหารที่มีมูลค่าสูงสุดในโลก” ขณะเดียวกัน ในการจัดอันดับ “10 แรนด์ผลิตภัณฑ์นมที่มีมูลค่ามากที่สุด” ของสถาบันเดียวกัน ยังแสดงให้เห็นอีกว่า อีลีสามารถรักษาดำแหน่งแบรนด์ที่มีมูลค่ามากที่สุดในเอเชียเอาไว้ได้ ทั้งยังคว้าตำแหน่งแบรนด์ผลิตภัณฑ์นมที่มีมูลค่ามากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลกมาครองเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

“นับเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่เราถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่สูงเช่นนี้โดยแบรนด์ไฟแนนซ์” คุณจาง อี้เปิง รองประธานของอีลี กรุ๊ป กล่าว “ความสำเร็จของเราไม่ได้มาจากแค่กลยุทธ์ ‘Smart Dairy’ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์อีลีของเราเพียงเท่านั้น แต่ยังมาจากความร่วมมือในการก่อตั้ง ‘Global Health Ecosystem’ ร่วมกับกลุ่มพันธมิตรระหว่างประเทศของเรา ซึ่งช่วยให้เราสามารถสร้างการเติบโตขึ้นได้อย่างมั่นคง”

ทั้งนี้ อีลีได้ทำการส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศระดับโลกอันแข็งแกร่งและเพิ่มมูลค่าของแบรนด์ในระดับโลกผ่านแนวคิด “WISH System” ซึ่งเน้นสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับผู้คนใน 4 แนวทาง ดังนี้:

- ผลลัพธ์ที่ต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ครอบคลุมทั่วทั้งห่วงโซ่อุตสาหกรรม : อีลีก้าวขึ้นเป็นผู้นำในการนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาห่วงโซ่อุตสาหกรรมสีเขียว และได้รับการแต่งตั้งจากองค์การสหประชาชาติตลอดจนสถาบันวิชาชีพระหว่างประเทศให้เป็น “บริษัทที่ทำผลงานได้ดีที่สุดในการสร้างมูลค่าให้กับสังคมด้วยแนวคิดของการลดคาร์บอน”
- คุณภาพและนวัตกรรม : อีลีได้รวบรวมกำลังการผลิตทั้งหมดมาไว้รวมกันเพื่อปกป้องความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งทั้งแผนกผลิตน้ำนม นมผง โยเกิร์ต และเครื่องดื่มเย็นของบริษัทต่างก็ผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร 22000 หรือ FSSC 22000
- สวัสดิการสังคม : อีลีใส่ใจต่อการเติบโตของเยาวชนและสนับสนุนการพัฒนาสุขภาพของชุมชน โดยเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา บริษัทย่อยของอีลีได้เข้าร่วมกิจกรรมการกุศล “One Million Help” ที่จัดโดยมูลนิธิโรคมะเร็งเด็กของอินโดนีเซีย ในกรุงจาการ์ตา และได้บริจาครายได้จากการขายทั้งหมดเพื่อการกุศล
- โภชนาการและสุขภาพ : อีลีเป็นผู้นำในการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร โดยได้เข้าไปร่วมมือกับสถาบันและศูนย์วิจัยระดับสูงหลายแห่ง รวมถึงมหาวิทยาลัยวาเกนนิ่งเกน ของเนเธอร์แลนด์ และมหาวิทยาลัยลินคอล์น ของนิวซีแลนด์ เพื่อส่งมอบโภชนาการและสุขภาพที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภคทั่วโลก

ในฐานะผู้นำอุตสาหกรรมนม อีลีมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ในการส่งเสริมระบบนิเวศด้านสุขภาพระดับโลกและสนับสนุน “ภูมิปัญญาจีน” ในการพัฒนาสุขภาพทั่วโลก

เกี่ยวกับอีลี

อีลี กรุ๊ป (Yili Group) ก่อตั้งขึ้นในปี 2499 โดยครองตำแหน่งบริษัทผลิตสินค้าจากนมที่ใหญ่ที่สุดของจีนมายาวนานกว่า 60 ปี ปัจจุบัน บริษัทรั้งอันดับหนึ่งของเอเชียในรายงาน “Global Dairy Top 20 Report 2018” ที่เผยแพร่โดย Rabobank และเป็นบริษัทนมเพียงแห่งเดียวที่นำผลิตภัณฑ์มาให้บริการในการแข่งขันกีฬาระดับโอลิมปิกทั้งในฤดูหนาวและฤดูร้อน ด้วยความมุ่งมั่นที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ อีลียังทุ่มเทให้กับสร้างศูนย์วิจัยและพัฒนา ระดับชั้นนำของโลก ตลอดจนพัฒนาแพลตฟอร์มความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อทำการวิจัยในด้านอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ อีลีคว้ารางวัล China’s best practices of Achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) จาก UN Global Compact ซึ่งเป็นโครงการริเริ่มด้านความยั่งยืนขององค์กรที่ใหญ่ที่สุดในโลกมาครองเมื่อปี 2560 และติดอันดับ 3 ในการจัดอันดับ “50 แบรินด์อาหารที่มีมูลค่าสูงสุดในโลก” โดยแบรนต์ ไฟแนนซ์ ในปี 2562 นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทอีลียังได้รับคัดเลือกให้เป็นแหล่งจัดการนมคุณภาพสูงในเขตพื้นที่เส้นทางสายไหมสีทองในภูมิภาคเอเชีย ยุโรป โอเชียเนีย และอเมริกา อีกทั้งยังมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการอาหารเพื่อสุขภาพที่น่าเชื่อถือที่สุดในโลก

ติดต่อ :

Liu Yu
+86-10-5864-0418
press.office@yili.com

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190718/2528357-1>