



NOVA Adult Day Care Center & Home Care 乐园日间护理中心

4-088

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心

- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理，亲情式融入



招聘 诚邀您加入我们的团队：
司机、办公室人员 RN注册护士、PCA护理人员

办公室：703-433-8888 传真号：703-433-1111

地址：44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874 Web: www.jasminecenter.com



欢迎致电查询

邹秉雄
240-683-0033
吕思慧
240-386-7882
中心电话
240-232-2288

中心特色

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

中心宗旨

We are an equal opportunity employer

- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理
华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务

真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

中国农业数字化，乳业能否打响第一枪？

“我们的养殖基地新建了牛舍、运动场、挤奶厅、草料房。宽敞的牛舍内有铺满沙子的卧床，所有牛都戴着耳标，智能系统随时监测着每头泌乳牛的情况，对身体指标和产奶数据都一目了然。”

90后连勇在太原市晋源区开了一家数字化奶牛养殖场，几名饲养员借科技之力照顾四五百头奶牛，年销售额达500余万元。“新农人”连勇的养牛故事，只是畜牧业数字化的一个缩影，农牧产业发展的下半场已至，数字化转型成为“标配”。

“牛羊大户”内蒙古打造了草原羊肉的全产业链追溯体系，做到牛羊源头可追溯；浙江省数字化升级生猪产业链，全产业链价值超1700亿元，成为名副其实的生猪产强省。

在“数字风”之下，数字经济已不是方法论，而是发展定论。

01 “数字养牛”会更好吗？

没有实现数字化的牧场可能会“抬不起头”。

乳业已经形成共识——一杯好牛奶，等于奶牛、设备、管理的集合。正如国家奶牛产业技术体系首席科学家李胜利所说，用科学技术信息化手段降本增效，是未来奶产业可持续发展的必经之路，“数字奶牛金钥匙”是中国奶业高质量发展的积极探索。

数字化牧场的饲养员在屏幕前就可以实现生产。在伊利勒勒川生态智慧牧场，全牧场、全天候均可通过运营管理系统监控，挤奶、饲喂、推料全部由机器完成。“自从有了智慧管理系统后，自动纠偏报警让挤料投喂省时省力还精准，奶牛营养摄入有保障，产出的奶质量也高。仅一年时间，奶牛单产就提升了6-7公斤。”内蒙古呼和浩特市托克托县古城牧场主罗利恒分享道。

牧场数字化设备和技术的应用，有效提高整体运营效率，也提升了单产水平。数据显示，数字化科技可帮助牧场在日常养殖工作中节约66%的时间、降低约60%的管理成本，节省约30%的各类成本，并提高30%的

产出与利润。

认养一头牛的1200多位员工，负责6万多头牛的养殖——基本上由200人负责1万头牛，去年几个牧场的平均单产为12.5吨。

牧场数字化运营效率提升的基础上，各大乳企还通过大数据、物联网、人工智能等技术开启了“云养牛”模式，用数字技术“监控”奶牛健康，从而提升原奶品质。

据悉，光明乳业在全国有22个牧场，7.5万头奶牛全都被数字化管理；在认养一头牛，奶牛们也全部被戴上了SCR智能项圈，被全天候监测活动量、呼吸频率、健康状态等数据。

许多乳企还在数字化牧场“标配”自动挤奶、自动清粪、自动喷淋装置等全自动化管理设施，借由数字化的力量让牧场饲养员彻底摆脱了过去重体力、脏乱差的工作环境。

对奶牛进行全生命周期数智化管理如今已经成为大多数乳企的标配，“好牛产好奶”已成为共识，推动着“数字养牛”持续向前。

02 线上VS线下，谁代表未来？

近年来，我国线上消费份额不断递增，占比近四分之一。各大乳企除了在上游牧场打造生产数字化，在销售数字化方面也在“大步快跑”。数据显示，2022年1-6月低温奶、常温奶、牛奶粉、羊奶制品四种基本乳制品线上总销售额693.15亿元，销量2.21万吨，线上渠道已然成为乳企“兵家必争之地”。

被媒体称为“牛奶刺客”的认养一头牛，2019-2021年线上销售收入占主营业务收入的比例分别为62.30%、77.50%和77.67%。数字营销能力让这家公司异军突起，杀出了乳业红海，在今年递交了IPO，再次登上天猫双十一乳饮店品类榜单TOP1。

“乳业大品牌的线下渠道非常扎实，这是我们无法超越的。认养一头牛要感谢线上渠道的发展，让我们在新消费的风口上通过年轻化的品牌营销实现稳定增长。”认养

一头牛相关负责人对「创业最前线」说道。

基于主打线上渠道的策略，认养一头牛在创立初期就通过微信等互联网生态触达年轻消费人群，采用一物一码、游戏互动、用户分销等一系列的社群互动计划吸收会员，并利用私域流量、直播电商等线上消费渠道打造销售场。

数字营销组合拳，让其实现了全网粉丝2000万、三年营收50.81亿的成绩，目前其抖音账号粉丝达到了307.8万，超过了伊利、蒙牛、光明、三元等乳企。

诚如新潮传媒集团联合创始人兼高级副总裁梁春华的观点，线上和线下没有绝对输赢。“在今天的媒介时代，线上、线下渠道可以整体协同，广告主应根据自身的发展阶段规划媒介投入渠道。新品牌营销成本有限的情况下，趁着细分赛道线上还有红利先赶紧去吃，先跑通自己的商业模式，当线上流量竞价到天花板，势必需要拓展线下渠道，此时再从线上品牌向全渠道品牌转型。”

与此同时，其他老牌乳企也没有停下脚步，纷纷在数字营销上发力。此前人民网“透明工厂”的直播节目探访三元牛奶生产基地，就让1300多万网友通过直播看到了70年乳企三元全产业链数字化生产的概貌。

新媒介让乳业工厂生产更“透明”，也间接增强了消费者对购买产品的信心。“我已经习惯在短视频直播平台、电商平台等线上渠道囤货，既有价格优惠，又非常方便。”家住天津的黄女士对「创业最前线」说道。

03 “数字牛奶”的想象空间有多大？

如今，数字化建设已经贯穿了乳业的每一个环节，形成一个全程可追溯、数据互通共享的体系，乳品行业备受关注的食品安全也通过这套体系实现了最大程度的保障。

在今天的乳企数字化工厂，生产车间机器人及机械臂有条不紊地进行着灌装、打包、封口、传输等工作。从原奶化验、生产线到包装成箱，全环节都是密封无菌自动化智能生产。

蒙牛去年落地的曲靖工厂，智能制造涵

盖了设备、控制、车间等多维度，让人、设备、系统互联互通，从而可完成状态感知、实时分析、快速决策和精准执行；工厂内的数字化“食品安全质量实时监控平台”覆盖牧场、工厂乃至销售环节，实时监测食品安全状况。为了实现60多个工厂的全数字化布局，蒙牛还采用螺旋式发展策略对工厂的数字化进行升级建设。

不仅仅蒙牛，每一家乳企都在乳品产业升级中迸发势能。可以说，如今消费者喝到的每一滴奶，从牧场进工厂再到餐桌，都实现了数字化。

但放眼未来，中国乳企在高质量发展阶段中，还需前瞻性地规划解决更多的新挑战。

一是养殖专业人才紧缺。奶牛养殖、饲草种植工作环境艰苦，生产加工、创新研发等专业技术要求高，招人难、留人难，随着乳业市场不断发展，牧场规模化进程不断深入，行业迫切需要畜牧业专业人才。

二是加速实现低碳转型。不断构建自身的绿色生产能力，从而减少对土壤的破坏，维持草场的生态平衡、保护生物多样性等。以君乐宝为例，将一、二、三产业相融合，建设“田种草、草喂牛、牛产奶、粪还田、沼气发电”的生态循环产业链。

三是关键技术亟待攻克。我国奶业培育技术发展相对滞后，乳品营养与人体健康相关的研究开展较晚，整体发展水平与世界领先水平还存在一定差距，需要全行业在科研上加大投入，让研发经费追赶营销经费，为长远发展下更多苦功夫。

随着传统“粮食”边界的拓展，“奶也是粮食”的理念逐渐深入人心，乳业发展已上升到保障国家粮食安全的战略高度，奶业振兴的尽头是14亿老百姓的餐桌。

要想实现全产业链的数字化晋升，全行业还有很长的一段路要走，无论是头部企业、新兴企业，抑或是中小企业、个人牧业，怎样借助数字化技术进行逐步的改革，依然是未来的关键要隘。