

公司代码：600887

公司简称：伊利股份

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

600887

2019 年年度报告摘要



二〇二〇年四月

## 一、重要提示

1. 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2. 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3. 公司全体董事出席董事会会议。

4. 大华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

### 5. 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大华审字[2020]001121 号”审计报告，公司(母公司)2019 年度实现净利润 7,493,903,744.43 元，加年初未分配利润 8,109,863,775.78 元，提取法定盈余公积 161,238,411.87 元，派发 2018 年度现金红利 4,254,689,325.60 元，本年度因部分股权激励对象离职等原因，收回已分配的现金股利 1,104,250.00 元。报告期末公司可供股东分配的利润为 11,188,944,032.74 元。

根据《公司法》《公司章程》等有关规定，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 8.10 元（含税），截至 2019 年 12 月 31 日，公司总股本为 6,096,378,858 股，扣除公司同日回购专户股份 30,720,025 股，以此计算合计拟派发现金红利总额为 4,913,183,654.73 元。如在利润分配预案公告之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

## 二、公司基本情况

### 1. 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	伊利股份	600887	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邱向敏	刘雅男
办公地址	呼和浩特市金山开发区金山大街1号	呼和浩特市金山开发区金山大街1号
电话	0471-3350092	0471-3350092
电子信箱	qxm@yili.com	ytnliuyan@yili.com

## 2. 报告期公司主要业务简介

### （一）报告期内公司所从事的主要业务、经营模式

#### 1、经营范围

报告期，公司主要从事各类乳制品及健康饮品的加工、制造与销售活动，旗下拥有液体乳、乳饮料、奶粉、酸奶、冷冻饮品、奶酪、乳脂、包装饮用水几大产品系列。报告期，公司产品主要以国内市场销售为主，部分产品销往海外市场。

报告期，公司健康饮品产品业务尚处于起步阶段，下文针对行业的分析，均指乳品行业。

#### 2、经营模式

（1）经营模式：报告期，公司按照产品系列及服务划分，以事业部的形式，构建了液态奶、奶粉、冷饮、酸奶、健康饮品、奶酪六大产品业务群。在公司的战略统筹和专业管理下，事业部于各自业务领域内开展产、供、销运营活动。

（2）原材料采购模式：公司通过招标方式，对主要原辅材料进行集中采购，以提高公司的资金使用效率和议价能力。

（3）原料乳采购供应模式：公司主要通过资本或技术合作，以嵌入式服务的方式，充分发挥农业产业化龙头企业的示范带动作用，与奶源供应商建立利益共同体，稳定并增加奶源供给，满足乳品生产需求。

（4）生产模式：公司依照《乳制品加工行业准入条件》《乳制品工业产业政策》等行业规范，通过实施“全球织网”计划布局生产基地，严格执行产品质量与安全标准，为国内外市场提供产品服务。

（5）物流配送模式：公司利用大数据技术，科学规划物流发运线路和仓储节点；通过与第三方物流服务商合作，借助信息技术平台和服务，快速、精准响应客户需求。

（6）销售模式：公司采取经销与直营相结合的销售模式，实现渠道拓展目标和终端门店业务标准化、规范化管理。

（7）海外业务管控模式：公司对海外业务实施统筹规划与运营流程设计。报告期，公司下属子公司 Oceania Dairy Limited、PT.Green Asia Food Indonesia、Westland Dairy Company Limited、THE CHOMTHANA COMPANY LIMITED 主要从事奶粉、乳铁蛋白、乳脂、冷冻饮品等食品的生产和销售，产品销往世界各地。

#### 3、主要业绩驱动因素

报告期，公司继续秉承潘刚董事长提出的“伊利即品质”的信条，坚守“品质领先”战略，持续为消费者提供健康、营养的产品，在助力每位消费者追求健康生活的同时，与合作伙伴共建“全球健康生态圈”，在“开放包容、创新驱动、合作共赢”的发展理念下，公司整体业务保持健康增长态势。

近年来，公司紧跟消费升级趋势，积极开发新品类、拓展新业务。报告期，公司新品销售收入占比 19.4%，较上年同期提高了 4.6 个百分点。同期，乳矿饮料、奶酪、乳脂、包装饮用水等业务陆续启动，其将成为公司新的业绩增长点。

报告期，公司坚持“天然、营养、健康”理念，持续提升品牌价值，实施精准营销，“金典”“安慕希”“畅轻”“金领冠”“巧乐兹”“畅意 100%”等重点产品销售收入同比增长 22.3%。

报告期，公司加快全球优质资源整合步伐，国际化业务稳步发展，通过投资、并购方式，持续推进东南亚市场业务；收购新西兰 Westland Co-Operative Dairy Company Limited，完成了国际化业务阶段性布局。

报告期，公司继续依托全球资源，应用大数据与智能制造等技术，全面提升消费洞察能力和供应链运营效率。

（二）公司所属行业的发展阶段、周期性特点及公司所处的行业地位

1、行业发展阶段与周期性特点

随着乳品消费升级及消费场景的多元化，国内乳品市场保持稳步增长态势。

乳制品及健康饮品属于大众日常消费品，行业周期性特征不明显。

2、公司所处的行业地位

报告期，公司把握市场机遇，在创新和国际化业务驱动下，继续保持良好发展势头，整体业绩稳居行业领导地位，并继续蝉联亚洲第一。

报告期，尼尔森零研数据显示，公司液态类乳品的零售额市占份额为 32.4%，比上年同期提高了 1.2 个百分点；婴幼儿配方奶粉零售额市占份额为 6.0%，比上年同期提高了 0.4 个百分点。

3. 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019年	2018年	本年比上年增减(%)	2017年
总资产	60,461,267,016.42	47,606,204,460.43	27.00	49,300,355,318.14
营业收入	90,009,132,852.26	78,976,388,687.29	13.97	67,547,449,530.32
归属于上市公司股东的净利润	6,933,763,430.47	6,439,749,610.82	7.67	6,000,884,926.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,268,158,933.70	5,878,050,473.25	6.64	5,328,249,297.18
归属于上市公司股东的净资产	26,131,025,017.47	27,915,583,839.88	-6.39	25,103,389,199.94
经营活动产生的现金流量净额	8,455,480,282.43	8,624,771,799.80	-1.96	7,006,297,178.98
基本每股收益（元 / 股）	1.15	1.06	8.49	0.99
稀释每股收益（元 / 股）	1.15	1.06	8.49	0.99
加权平均净资产收益率（%）	26.38	24.33	增加2.05个百分点	25.22

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	23,077,373,617.97	21,887,760,617.31	23,552,042,711.66	21,491,955,905.32
归属于上市公司股东的净利润	2,275,767,650.20	1,504,763,880.66	1,850,160,423.81	1,303,071,475.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性 损益后的净利润	2,181,704,582.46	1,336,982,393.94	1,745,179,625.08	1,004,292,332.22
经营活动产生的现金流量净额	1,349,987,110.18	2,415,148,883.22	2,437,777,598.11	2,252,566,690.92

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4. 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）				228,366			
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）				266,664			
前 10 名股东持股情况							
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例（%）	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
香港中央结算有限公司	-168,396,726	737,140,650	12.09		未知		其他
呼和浩特投资有限责任公司	0	538,535,826	8.83		质押	249,000,000	其他
潘刚	50,660,000	286,746,628	4.70	50,660,000	质押	159,447,769	境内自然人
中国证券金融股份有限公司	0	182,421,501	2.99		未知		其他
阳光人寿保险股份有限公司－分红保险产品	0	109,108,607	1.79		未知		其他
赵成霞	8,330,000	92,420,140	1.52	8,330,000	质押	62,905,037	境内自然人
刘春海	8,330,000	91,638,288	1.50	8,330,000	质押	61,345,531	境内自然人
胡利平	0	79,340,536	1.30		质押	57,439,129	境内自然人
中国人寿保险股份有限公司－分红－个人分红－005L－FH002 沪	30,858,281	72,116,215	1.18		未知		其他
交通银行－易方达 50 指数证券投资基金	7,899,752	60,609,462	0.99		未知		其他

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☐适用 ☒不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

☐适用 ☒不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

☐适用 ☒不适用

5. 公司债券情况

☒适用 ☐不适用

5.1 公司债券基本情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率 (%)	还本付息 方式	交易场所
内蒙古伊利实业集团股份有限公司公开发行 2019 年公司债券（第一期）	19 伊利 01	163035	2019 年 11 月 26 日	2022 年 11 月 27 日	1,000,000,000	3.37	按年付息、到期一次还本	上海证券交易所

5.2 公司债券付息兑付情况

☐适用 ☒不适用

5.3 公司债券评级情况

☒适用 ☐不适用

2019 年 11 月 18 日，联合信用评级有限公司出具《内蒙古伊利实业集团股份有限公司公开发行 2019 年公司债券（第一期）信用评级报告》，评定发行人的主体信用评级为 AAA 级，评级展望为稳定；本级别的含义为：偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。联合信用评定本期债券信用等级为 AAA，本级别的含义为：偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低。

5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

☒适用 ☐不适用

主要指标	2019 年	2018 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	56.54	41.11	37.53
EBITDA 全部债务比	1.01	4.74	-78.69
利息保障倍数	31.08	58.58	-46.94

三、经营情况讨论与分析

1. 报告期内主要经营情况

报告期，公司积极把握市场发展机遇，在坚守“伊利即品质”信条、执行“品质领先”战略

的同时，继续以创新发展和拓展国际业务为突破，深入贯彻“精准营销、精益运营和精确管理”策略，不断提升运营效率，推动业务稳步增长。

报告期，公司实现营业总收入 902.23 亿元，较上年同期增长 13.41%，净利润 69.51 亿元，较上年同期增长 7.73%。

报告期，公司液体乳系列产品营业收入比上年增长 12.31%，奶粉及奶制品系列产品营业收入比上年增长 24.99%，冷饮系列产品营业收入比上年增长 12.70%。

公司 2019 年经营计划执行情况如下：

#### 1、坚守“伊利即品质”信条，进一步夯实品质领先管理体系。

报告期，公司在建设全球食品安全风险分析平台、继续完善食品安全风险防控体系的基础上，借助大数据技术，构筑了基于消费者需求的品质评价体系，持续强化品质自主管理，进一步夯实了品质领先管理体系，将质量管理向品质管理升级。

#### 2、以满足消费者需求为目的，积极探索创新管理模式，推动公司业务健康持续发展。

报告期，公司坚持创新驱动发展，依托欧洲及大洋洲创新中心，实现在健康食品领域对前沿科技的全方位探索。在建设全球创新网络平台的过程中，公司引入了共创模式，于母婴营养研究、益生菌等专业领域持续发力，相关研究成果应用于多个产品系列，在成功呵护消费者健康的同时，提高了产品附加值，有效推动了公司业绩的持续增长。

公司积极拓展新业务，加快大健康产业布局。报告期，公司首创推出“伊刻活泉”火山低温矿泉水和“伊然”乳矿轻饮新品；同期，“金典”梦幻盖有机纯牛奶、“金典”有机脱脂纯牛奶、“金领冠悠滋小羊”婴幼儿配方奶粉、“金领冠塞纳牧”婴幼儿有机配方奶粉、“伊利”儿童奶酪棒、“伊利”马苏里拉芝士碎等新品上市，市场表现良好。

#### 3、加快国际化业务发展步伐，高效推动公司战略落地。

近年来，在“全球健康生态圈”理念的引领下，公司坚定走国际化发展道路，通过搭建国际化业务运营管理平台及人才队伍，聚焦并强化国际化业务管理能力，稳步推进海外业务。报告期，公司并购了新西兰 Westland Co-Operative Dairy Company Limited，将畅销全球乳品市场的“Westpro”（威士宝）、“Westgold”（牧恩）黄油以及其他乳类产品，正式引入到中国市场，实现了品质、技术、资源和市场的全方位融合，加速了公司海外市场的开拓进程。

同期，公司旗下高端常温酸奶安慕希系列产品正式在东南亚上市，产品备受新加坡、缅甸等国家消费者的青睐。

#### 4、积极开展业务创新，打造以“精准营销、精益运营、精确管理”为核心的卓越经营能力。

报告期，公司依托大数据平台，精准定位目标消费人群，不断加快重点产品口味、包装及生产技术的创新升级节奏，提高了消费者满意度，促进了产品销售。尼尔森零研数据显示，报告期，

金典有机常温液态奶产品零售额市占份额为 45.7%，在对应的细分市场中位居首位。在凯度消费者指数《2019 年亚洲品牌足迹报告》中，中国超九成的家庭选择“伊利”，是中国消费者选择最多的品牌。

近年来，公司在不断优化现有渠道服务能力的基础上，积极拓展社交电商、O2O 到家等新零售销售渠道，捕捉新的业务增长机会。报告期，公司电商业务收入较上年增长 49%；同期，尼尔森零研数据显示，在母婴渠道，公司的零售额较上年增长 27.1%；在便利店渠道，公司常温液态奶业务的零售额市占份额较上年提高 4.2 个百分点。

报告期，公司着力构建全新的乡镇村业务发展模式，市场渗透率持续提升。凯度调研数据显示，截至 2019 年 12 月，公司常温液态类乳品的市场渗透率为 84.3%，较上年同期提升了 1.9 个百分点。同期，公司所服务的线下液态奶终端网点已达 191 万家，比上年同期增长 9.1%。

报告期，公司借助物联网、大数据及 AI 等技术，在消费者需求洞察、智能制造和供应链运营优化等领域进行积极探索与创新，推动业务持续发展。

#### 5、携手合作伙伴，共建健康产业生态圈。

近年来，公司继续为乳业上下游合作伙伴提供能力建设、融资等服务，借助产业链普惠金融平台，创新融资支持模式，不断为乳业上下游合作伙伴提供资金支持。报告期，公司共计发放融资款约 183 亿元，为 4,137 家上下游合作伙伴提供了融资服务。2014 年至 2019 年期间，公司累计发放融资款约 464 亿元，累计服务客户数 5,992 户。

报告期，公司相继启动“伊利现代智慧健康谷”“伊利绿色智能示范区”等健康产业项目，随着以上项目的建设推进，将汇聚全球合作伙伴，发挥产业生态圈效应，推动健康产业持续发展。

#### 6、升级伊利文化，夯实公司基业长青的文化根基。

基于企业多元化、国际化、智能化发展的战略方向，公司企业文化面向全球焕新升级。报告期，秉持“优秀传承+与时俱进”的理念，公司将“滋养生命活力，让世界共享健康，是我们存在的价值和意义”的企业文化内涵进行了诠释，将“守护全球营养健康”作为全体伊利人的梦想，也进一步增强了伊利人的使命感。在加速国际化发展的背景下，公司核心价值观迭代升华为“卓越、担当、创新、共赢、尊重”，有利于凝聚更多不同国家、地域、文化、经历、教育背景的多元人才，也有利于促进企业在全局的交流、协同，打造“全球健康生态圈”。

升级后的企业文化，为公司实现战略目标注入了新的精神动力，也为公司开启“后千亿时代”注入思想和精神储备，将不断激发和调动员工的积极性和创造力，助力公司向“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的愿景聚势前行。

## 2. 导致暂停上市的原因

☐适用 ☒不适用



**3. 面临终止上市的情况和原因**

☐适用 ☒不适用

**4. 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明**

☒适用 ☐不适用

详见《公司 2019 年年度报告》附注五“重要会计政策及会计估计”之“41、重要会计政策和会计估计的变更”。

**5. 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明**

☐适用 ☒不适用

**6. 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。**

☒适用 ☐不适用

本期纳入合并范围的子公司 93 户，具体详见《公司 2019 年年度报告》附注九“在其他主体中的权益”。本期纳入合并财务报表范围的子公司较期初相比，新增 23 户，减少 2 户，具体详见《公司 2019 年年度报告》附注八“合并范围的变更”。