

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

2016 年年度报告摘要

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. 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董 事	张俊平	因事未能亲自出席本次董事会会议	潘 刚
董 事	杨金国	因事未能亲自出席本次董事会会议	胡利平

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[2017]002553号”审计报告，公司（母公司）2016年度实现净利润4,310,040,128.80元，加年初未分配利润4,422,492,824.70元，提取法定盈余公积431,004,012.88元，派发2015年度现金红利2,729,160,048.60元后，可供股东分配的利润为5,572,368,892.02元。根据《公司法》、《内蒙古伊利实业集团股份有限公司章程》及《内蒙古伊利实业集团股份有限公司股票期权与限制性股票激励计划》的有关规定，以激励对象限制性股票完成登记后的总股本6,079,000,108股为基数，拟向全体股东每10股派发现金红利6.00元（含税），派发现金红利总额3,647,400,064.80元。本次派发现金红利后，公司（母公司）未分配利润为1,924,968,827.22元。

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	胡利平	旭 日
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	huliping@yili.com	rxu@yili.com

2. 报告期公司主要业务简介

2.1 报告期内公司所从事的主要业务、经营模式

(1) 经营范围

公司属于乳制品制造行业（以下简称“乳业”），主要业务涉及乳及乳制品的加工、制造与销售，旗下拥有液体乳、乳饮料、奶粉、冷冻饮品、酸奶等几大产品系列。

报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。

(2) 经营模式

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、酸奶四大产品业务群和原奶保障服务群。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。

(3) 主要业绩驱动因素

近年来，公司秉承董事长潘刚提出的“伊利即品质”的信条，继续致力于 100%安全、100%健康乳品的生产与服务，将严苛的质量管控标准贯穿于全产业链，以高品质的产品赢得了更多消费者的青睐。

报告期，公司通过建立贯穿全产业链的创新发展体系，精准识别并满足消费者需求，新产品销售收入占比 22.7%，较上年增加约 7 个百分点。“金典”、“安慕希”、“畅轻”、“金领冠”、“巧乐兹”、“甄稀”等重点产品的收入占比 49%，较上年提升 3.2 个百分点，创新成为驱动公司业务持续增长的源动力。

报告期，公司通过搭建财务、人力、大数据等管理平台，加强了对资源的统筹规划和协同共享。同时，利用渠道精耕及供应链优化等专项行动的全面推进，提升了终端门店管理水平和渠道服务能力。

报告期，公司实现营业总收入 606.09 亿元，较上年同期增长 0.41%，净利润 56.69 亿元，较上年同期增长 21.80%，实现基本每股收益 0.93 元。

2.2 公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

(1) 行业发展阶段与周期性特点

近年来，受经济大环境影响，全球乳品消费低迷，需求增长放缓。国内乳业经过近二十年的快速成长之后，进入平稳发展阶段。短期内，乳品行业及乳品企业面临着消费需求升级与产品同质化的矛盾，发展压力增大。但与此同时，一些创新乳品品类以及新兴渠道或分级市场的乳品消费在快速增长并逐步发展壮大，其中个别品类已成长为一支新的细分业务，需求结构升级成为国

内乳品市场新的增长动力。

2016 年 5 月，国家卫生计生委疾控局发布《中国居民膳食指南》，其中根据我国居民营养健康状况和基本需求，提出了“人均每天摄入相当于 300 克液体乳”的膳食平衡建议。而当前，按照凯度消费者指数 (Kantar Worldpanel) 监测信息，2016 年中国城市家庭户均购买液态奶为 58.1 升，按照国家卫计委《中国家庭发展报告 2015》公布的城市户均人口 3.07 人测算，城市人均液态奶年购买量为 18.9 升，不足欧美发达国家的 1/5。由此判断：国内乳品市场依旧蕴育着较大的发展机遇，随着消费者饮食习惯的改变和人均消费支出能力的增加，乳业发展潜力巨大。

乳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

当前，在行业整体增速放缓的前提下，公司通过“练内功”、“抓机遇”，实现了业务和盈利水平双向提升。由荷兰合作银行发布 2016 年度“全球乳业 20 强”榜单显示，公司跻身全球乳业 8 强，继续稳居亚洲乳业首位。

在 2017 年度 Brand Finance 全球乳制品品牌价值排行榜中，伊利位居全球第二，亚洲第一；特别是品牌强度指数位居全球第一。

在 2017 年度 BrandZ™ 最具价值中国品牌 100 强中，伊利位列第 18 名，蝉联食品行业第一。

三、公司主要会计数据和财务指标

1. 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	39,262,272,885.74	39,630,968,248.50	-0.93	39,494,298,817.03
营业收入	60,312,009,671.16	59,863,485,730.88	0.75	53,959,298,690.78
归属于上市公司股东的净利润	5,661,807,747.14	4,631,791,823.05	22.24	4,144,280,536.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,526,898,436.24	4,018,368,911.66	12.66	3,767,648,982.96
归属于上市公司股东的净资产	23,081,766,710.88	19,984,397,434.55	15.50	18,633,924,842.04
经营活动产生的现金流量净额	12,817,325,815.25	9,536,498,591.50	34.40	2,436,487,020.35
基本每股收益（元/股）	0.93	0.76	22.37	0.68
稀释每股收益（元/股）	0.93	0.76	22.37	0.68
加权平均净资产收益率（%）	26.58	23.87	增加2.71个 百分点	23.66

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	15,225,128,360.99	14,700,402,650.78	15,997,411,496.05	14,389,067,163.34
归属于上市公司股东的净利润	1,553,738,790.59	1,657,750,330.78	1,178,454,090.23	1,271,864,535.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,412,145,214.61	1,137,533,999.43	1,049,610,525.95	927,608,696.25
经营活动产生的现金流量净额	966,431,060.39	6,535,438,631.61	4,797,211,439.29	518,244,683.96

四、股本及股东情况

1. 普通股股东数量及前 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）					271,139		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					269,025		
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	
呼和浩特投资有限责任公司	67,130,537	600,461,363	9.90	0	质押	108,200,000	其他
香港中央结算有限公司	92,386,311	348,337,314	5.74	0	未知		其他
潘刚	0	236,086,628	3.89	0	质押	212,400,000	境内自然人
中国证券金融股份有限公司	-16,347,927	169,448,143	2.79	0	未知		其他
内蒙古电力（集团）有限责任公司	110,162,694	110,162,694	1.82	0	未知		国有法人
阳光人寿保险股份有限公司—分红保险产品	-300	109,108,607	1.80	0	未知		其他
全国社保基金一零四组合	-7,400,000	97,599,998	1.61	0	未知		其他
赵成霞	0	84,090,140	1.39	0	质押	75,600,000	境内自然人
刘春海	0	83,308,288	1.37	0	质押	74,600,000	境内自然人
胡利平	0	79,340,536	1.31	0	质押	71,100,000	境内自然人

五、经营情况讨论与分析

1. 经营情况讨论与分析

报告期，国内宏观经济平稳运行，城乡居民人均可支配收入及消费能力稳步提升。同时，随着社会保障及医疗福利体系的健全和完善，城乡收入和消费支出水平的差距日趋缩小，整体消费

品市场保持平稳较快增长态势，消费结构不断升级。

当前，乳品消费升级，主要表现为产品品质与需求结构升级、渠道结构升级和三四线市场消费能力升级。

(1) 报告期，消费者更加关注奶源安全，并青睐于乳及乳制品的营养均衡和健康功能。因此，乳品的品质和功能升级，已成为乳品行业发展的主要趋势。凯度调研数据显示，报告期，高端白奶、常温与低温酸奶品类的消费支出分别比上年增长 7.8%、43.1%、9.7%，以上品类销售增速领涨整体乳品市场。

(2) 当前，快节奏、高压已成为越来越多城市人群的生活新常态，健康营养的乳品与触手可得的电子商务、便利店等新兴渠道相结合，满足了上述人群的日常乳品消费需求。艾瑞电商平台数据监测显示，报告期，液态乳品 B2C 线上交易额比上年增长 61.9%，增速明显高于网购整体水平；同时，尼尔森零研数据也显示，报告期，液态类乳品在便利店的零售额比上年增长 11.3%，增速明显快于其他零售渠道。

(3) 伴随着城镇化的持续推进，城乡居民收入差距日趋缩小，三四线城市以及乡镇市场的乳品消费能力大幅上升，乳品市场蕴含着新的消费增长机会。凯度调研数据显示，报告期，县级市及县城的液态奶消费支出比上年增长 8.4%。

(4) 消费升级为国内乳业带来了新的增长动力，但同时，也为乳品企业在增强产品创新、优化运营能力等方面，带来了新的挑战：如何识别、洞察消费者需求及变化趋势，并以消费者需求为导向，能够快速、成功实现产品创新；如何借力渠道升级趋势，主动开创新的渠道管理模式，在提升整体供应链运营能力、实现分级市场快速渗透和需求响应的同时，将线上线下营销策略进行深度融合。以上挑战，对乳品企业内部的渠道拓展、市场响应和供应链服务能力提出了更高要求。

(5) 报告期，全球主要乳品出口国采取控产、保价策略，国际乳品供需市场总体趋紧，下半年全球原料乳价格呈回升趋势，受此影响，报告期末国内原料乳价格出现回升势头。

(6) 报告期，国内奶牛养殖行业继续向现代化和集约化方向推进，随着养殖水平的持续提升，国内奶源发展规划日趋科学合理，奶源供需的保障程度逐步提高。

尼尔森零研数据显示，报告期，公司在整体乳品市场的零售额市占份额为 20.0%，比上年增加 1.1 个百分点，位居市场第一。其中，公司常温液态奶零售额市占份额为 31.6%，位居细分市场第一，比上年同期上升 1.8 个百分点；低温液态奶零售额市占份额为 16.2%，比上年同期提升 0.6 个百分点；婴儿配方奶粉产品全渠道零售额市占份额为 5.0%，比上年同期提升 0.2 个百分点。根据行业信息统计，报告期内，公司冷饮产品销售额蝉联全国第一。

2. 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业总收入 606.09 亿元，较上年同期增长 0.41%，实现净利润 56.69 亿元，较上年同期增长 21.80%。

2.1 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	60,312,009,671.16	59,863,485,730.88	0.75
营业成本	37,427,435,447.17	38,375,578,127.73	-2.47
销售费用	14,114,316,499.65	13,258,334,249.39	6.46
管理费用	3,456,666,028.41	3,456,163,869.74	0.01
财务费用	23,879,679.28	297,162,787.03	-91.96
经营活动产生的现金流量净额	12,817,325,815.25	9,536,498,591.50	34.40
投资活动产生的现金流量净额	-3,243,212,119.84	-3,486,938,748.95	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-8,814,533,066.40	-6,279,015,750.21	不适用
研发支出	171,962,177.71	80,261,682.03	114.25

1、收入和成本分析

报告期内，公司实现营业总收入 606.09 亿元，较上期增加 2.49 亿元，同比增长 0.41%，本期营业成本 374.27 亿元，较上期减少 9.48 亿元，同比下降 2.47%。公司主要业务的收入和成本影响因素如下：

(1) 液体乳产品本期实现主营业务收入 495.22 亿元，较上期增加 23.71 亿元，同比增长 5.03%，本期主营业务成本 317.14 亿元，较上期增加 6.32 亿元，同比增长 2.03%，其中因销量上升增加收入 11.39 亿元、增加成本 7.51 亿元，因产品结构调整增加收入 29.46 亿元，因销售价格变动减少收入 17.14 亿元，因材料价格变动以及产品结构调整减少成本 1.19 亿元。

(2) 冷饮产品本期实现主营业务收入 41.94 亿元，较上期增加 0.96 亿元，同比增加 2.35%，本期主营业务成本 23.88 亿元，较上期减少 2.21 亿元，同比下降 8.47%，其中因销量下降减少收入 3.51 亿元、减少成本 2.23 亿元，因销售价格变动增加收入 3.08 亿元，因产品结构调整增加收入 1.39 亿元，因材料价格变动以及产品结构调整增加成本 0.02 亿元。

(3) 奶粉及奶制品本期实现主营业务收入 54.56 亿元，较上期减少 9.91 亿元，同比下降 15.38%，本期主营业务成本 23.91 亿元，较上期减少 4.48 亿元，同比下降 15.77%，其中因销量下降减少收入 6.88 亿元、减少成本 3.03 亿元，因销售价格变动减少收入 4.76 亿元，因产品结构调整增加收入 1.73 亿元，因材料价格变动以及产品结构调整减少成本 1.45 亿元。

公司于 2016 年 4 月处置优然牧业股权，2016 年 5 至 12 月不再合并优然牧业营业收入，如按同口径对比，假设 2015 年合并报表不包含优然牧业 5 至 12 月营业收入，则 2016 年度营业收入 603.12 亿元较 2015 年度调整后营业收入 586.71 亿元增加 16.41 亿元，同比增长 2.80%，2016

年度主营业务收入 596.14 亿元较 2015 年度调整后主营业务收入 579.10 亿元，增加 17.04 亿元，同比增长 2.94%。

(1) 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位：元 币种：人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
液体乳及乳制品制造业	59,172,170,448.34	36,493,255,513.05	38.33	2.56	-0.10	增加 1.64 个百分点
混合饲料制造业	408,223,168.71	307,551,114.30	24.66	-61.42	-63.65	增加 4.61 个百分点
担保、保理业务	33,180,183.04		100.00	272.06		
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
液体乳	49,522,298,467.50	31,713,832,038.62	35.96	5.03	2.03	增加 1.88 个百分点
冷饮产品	4,194,158,465.22	2,388,417,351.56	43.05	2.35	-8.47	增加 6.73 个百分点
奶粉及奶制品	5,455,713,515.62	2,391,006,122.87	56.17	-15.38	-15.77	增加 0.20 个百分点
混合饲料	408,223,168.71	307,551,114.30	24.66	-61.42	-63.65	增加 4.61 个百分点
担保、保理业务	33,180,183.04		100.00	272.06		
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
华北	18,686,314,932.93	11,419,950,491.80	38.89	-1.18	-3.83	增加 1.69 个百分点
华南	16,879,630,380.72	10,556,206,002.19	37.46	-4.05	-9.07	增加 3.45 个百分点
其他	24,047,628,486.44	14,824,650,133.36	38.35	8.03	6.72	增加 0.75 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明：

混合饲料本期营业收入、营业成本下降原因：由于报告期内处置优然牧业股权，其 2016 年 5 至 12 月的报表不再纳入合并报表范围所致。

担保、保理业务收入增加原因：公司的供应商、经销商在子公司内蒙古惠商融资担保有限公司、惠商商业保理有限公司办理的贷款担保、应收款项保理业务量增加所致。

(2) 产销量情况分析表

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
液体乳	661.59 万吨	653.63 万吨	21.53 万吨	3.43	2.42	58.61
冷饮产品	38.90 万吨	38.67 万吨	0.74 万吨	-5.39	-8.55	44.68
奶粉及奶制品	8.85 万吨	8.44 万吨	1.03 万吨	-4.92	-10.67	68.60

产销量情况说明：

库存量较上年末增加主要原因：2017 年春节在 1 月，较 2016 年春节提前 11 天，公司为春节销售备货导致库存量增加。

(3) 成本分析表

单位：元 币种：人民币

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
液体乳及乳制品制造业	直接材料	31,916,251,084.66	87.46	32,193,110,556.21	88.13	-0.86	
	直接人工	1,229,002,231.23	3.37	1,254,243,461.96	3.43	-2.01	
	制造费用	3,348,002,197.16	9.17	3,082,693,385.44	8.44	8.61	
混合饲料制造业	直接材料	295,106,170.46	95.96	819,768,155.01	96.89	-64.00	
	直接人工	3,881,921.91	1.26	9,533,902.61	1.13	-59.28	
	制造费用	8,563,021.93	2.78	16,715,201.33	1.98	-48.77	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
液体乳	直接材料	28,280,708,565.74	89.18	27,959,161,136.15	89.95	1.15	
	直接人工	875,765,505.67	2.76	842,184,162.14	2.71	3.99	
	制造费用	2,557,357,967.21	8.06	2,280,850,107.26	7.34	12.12	
冷饮产品	直接材料	1,719,616,239.01	72.00	1,897,565,383.44	72.72	-9.38	
	直接人工	257,497,913.37	10.78	287,982,870.94	11.04	-10.59	
	制造费用	411,303,199.18	17.22	423,757,186.52	16.24	-2.94	
奶粉及奶制品	直接材料	1,915,926,279.91	80.13	2,336,384,036.62	82.31	-18.00	
	直接人工	95,738,812.19	4.00	124,076,428.88	4.37	-22.84	
	制造费用	379,341,030.77	15.87	378,086,091.66	13.32	0.33	
混合饲料	直接材料	295,106,170.46	95.96	819,768,155.01	96.89	-64.00	
	直接人工	3,881,921.91	1.26	9,533,902.61	1.13	-59.28	
	制造费用	8,563,021.93	2.78	16,715,201.33	1.98	-48.77	

(4) 主要销售客户及主要供应商情况

前五名客户销售额 159,132.15 万元，占年度销售总额 2.64%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 530,666.48 万元，占年度采购总额 16.47%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 60,479.27 万元，占年度采购总额 1.88%。

2、费用

单位：元 币种：人民币

项目名称	本期数	上年同期数	变动额	变动幅度
税金及附加	420,072,423.22	251,039,621.28	169,032,801.94	67.33%
财务费用	23,879,679.28	297,162,787.03	-273,283,107.75	-91.96%
资产减值损失	45,700,243.62	13,620,769.43	32,079,474.19	235.52%
投资收益	399,261,007.93	186,347,547.36	212,913,460.57	114.26%
营业外收入	1,178,781,540.53	712,271,532.61	466,510,007.92	65.50%

(1) 税金及附加增加主要原因：公司根据《增值税会计处理规定》将 2016 年 5 至 12 月发生的房产税、土地使用税、车船使用税和印花税等从“管理费用”调整至“税金及附加”所致。

(2) 财务费用减少主要原因：一是本期平均借款余额以及借款利率较去年同期下降导致本期利息支出减少；二是上期新西兰元兑美元汇率下降导致上期汇兑损失较大。

(3) 资产减值损失增加主要原因：本期部分子公司对技术性能下降的机器设备计提的减值准备增加，以及本期应收账款增加导致计提坏账准备增加。

(4) 投资收益增加主要原因：本期处置辉山乳业和优然牧业股权所致。

(5) 营业外收入增加主要原因：本期收到的政府补助增加所致。

3、研发投入

研发投入情况表

单位：元 币种：人民币

本期费用化研发投入	171,962,177.71
本期资本化研发投入	
研发投入合计	171,962,177.71
研发投入总额占营业收入比例 (%)	0.29
公司研发人员的数量	346
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	0.63
研发投入资本化的比重 (%)	0

公司作为国家国际科技合作基地和国家技术创新示范企业，进一步深化全球布局，集合全球

智力资源，升级创新机制，不断提升企业技术创新和产品开发能力；公司更加重视人才培养和引进工作，不断完善组织架构和创新资源，持续推进基础研究，推动企业科技进步；同时坚持以消费者为核心，利用大数据技术进行消费者潜在需求的洞察和研究，拓宽产品开发领域，推出满足各类消费者需求的多元化产品，引领行业发展。

4、现金流

单位：元 币种：人民币

项目名称	本期数	上年同期数	变动额	变动幅度
收取利息、手续费及佣金的现金	337,117,728.04	494,460,605.57	-157,342,877.53	-31.82%
收到的税费返还	1,701,488.16	30,826.54	1,670,661.62	5419.56%
收到其他与经营活动有关的现金	1,452,537,922.67	1,019,483,218.00	433,054,704.67	42.48%
经营活动产生的现金流量净额	12,817,325,815.25	9,536,498,591.50	3,280,827,223.75	34.40%
收回投资收到的现金	420,647,517.49	189,944,707.17	230,702,810.32	121.46%
取得投资收益收到的现金	133,210,695.75	63,539,196.10	69,671,499.65	109.65%
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	1,227,900,964.31	44,795,070.64	1,183,105,893.67	2641.15%
投资支付的现金	1,489,238,057.00	159,447,991.00	1,329,790,066.00	834.00%
支付其他与投资活动有关的现金	139,601,930.34		139,601,930.34	100.00%
取得借款收到的现金	550,000,000.00	10,820,824,711.28	-10,270,824,711.28	-94.92%
偿还债务支付的现金	6,588,000,000.00	13,406,493,857.35	-6,818,493,857.35	-50.86%
支付其他与筹资活动有关的现金	300,000.00	1,034,377,314.11	-1,034,077,314.11	-99.97%

(1) 收取利息、手续费及佣金的现金减少主要原因：本期存放同业及中央银行款项下降，以及本期平均利率较上年同期下降影响，使得利息收入减少所致。

(2) 收到的税费返还增加原因：本期子公司收到的房产税、城镇土地使用税返还增加所致。

(3) 收到其他与经营活动有关的现金增加主要原因：本期收到政府补助增加，以及收取供应商和客户的押金、保证金增加所致。

(4) 经营活动产生的现金流量净额增加原因：主要受购买商品、接受劳务支付的现金减少，以及春节前经销商备货增加预收账款，使得经营活动产生的现金流量净额较去年同期增加。

(5) 收回投资收到的现金增加主要原因：本期处置辉山乳业股权收回投资所致。

(6) 取得投资收益收到的现金增加主要原因：本期收到绵阳科技城产业投资基金投资收益增加所致。

(7) 处置子公司及其他营业单位收到的现金净额增加原因：本期处置优然牧业股权所致。

(8) 投资支付的现金增加原因：本期投资 China Youran Dairy Holding Limited 股权所致。

(9) 支付其他与投资活动有关的现金增加原因：本期子公司 Oceania Dairy Limited 为增加资金收益，在商业银行存入定期存款所致。

(10) 取得借款收到的现金减少原因：本期借入的银行短期借款减少所致。

(11) 偿还债务支付的现金减少原因：本期归还到期的银行短期借款减少所致。

(12) 支付其他与筹资活动有关的现金减少主要原因：上期公司回购股份导致上年同期现金流出较大所致。

2.2 非主营业务导致利润重大变化的说明

适用 不适用

2.3 资产、负债情况分析

1、资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
应收利息	35,138,313.96	0.09	71,193,654.78	0.18	-50.64	
一年内到期的非流动资产	33,809,934.64	0.09			100.00	
可供出售金融资产	612,364,316.30	1.56	985,423,952.71	2.49	-37.86	
长期应收款			2,640,092.22	0.01	-100.00	
长期股权投资	1,631,100,350.13	4.15	121,879,207.33	0.31	1,238.29	
在建工程	1,343,596,812.57	3.42	776,269,197.23	1.96	73.08	
工程物资	51,897,322.77	0.13	6,685,264.22	0.02	676.29	
生产性生物资产			1,298,538,966.77	3.28	-100.00	
长期待摊费用	109,843,140.65	0.28	216,376,722.70	0.55	-49.24	
其他非流动资产	663,173,098.15	1.69	499,626,415.68	1.26	32.73	
短期借款	150,000,000.00	0.38	6,190,000,000.00	15.62	-97.58	
应付票据	337,619,879.05	0.86	563,109,677.86	1.42	-40.04	
预收款项	3,591,668,262.20	9.15	2,035,534,262.54	5.14	76.45	
应付职工薪酬	2,315,174,484.06	5.90	1,692,010,368.46	4.27	36.83	
应交税费	490,228,209.95	1.25	368,019,071.23	0.93	33.21	
应付利息	67,375.00	0.00	2,931,747.17	0.01	-97.70	
专项应付款			143,300,824.41	0.36	-100.00	

其他说明：

(1) 应收利息减少主要原因：本期存放同业及中央银行款项下降导致计提应收利息减少。

(2) 一年内到期的非流动资产增加原因：需在一年内摊销的长期待摊费用增加所致。

(3) 可供出售金融资产减少原因：主要是本期处置辉山乳业股权所致。

(4) 长期应收款、生产性生物资产、长期待摊费用减少原因：主要是本期处置优然牧业股权，

其不再纳入合并报表范围所致。

(5) 长期股权投资增加主要原因:本期投资 China Youran Dairy Holding Limited 股权所致。

(6) 在建工程增加主要原因:本期新西兰液态奶和奶粉项目、华中酸奶项目投资增加所致。

(7) 工程物资增加原因:华中酸奶项目购入工程物资增加所致。

(8) 其他非流动资产增加原因:本期预付的设备和工程款增加所致。

(9) 短期借款减少原因:本期归还到期的银行借款所致。

(10) 应付票据减少主要原因:本期采购原辅材料使用自开银行承兑汇票结算的业务量减少所致。

(11) 预收款项增加原因:本期预收经销商处于结算中的产品款增加所致。

(12) 应付职工薪酬增加主要原因:需在下年度发放的薪酬费用增加所致。

(13) 应交税费增加主要原因:期末应交的企业所得税增加所致。

(14) 应付利息减少原因:本期归还银行借款使得借款余额下降,导致计提的应付利息相应减少。

(15) 专项应付款减少原因:科研等专项资金本期使用所致。

2、截至报告期末主要资产受限情况

适用 不适用

2.4 行业经营性信息分析

报告期,国内乳品行业呈现以下特点:

1、从供应者角度来看,根据国家统计局信息显示,报告期国内乳品企业加工和制造各类乳品产量 2993 万吨,比上年增长 7.7%;同期,根据国家海关数据显示,国内各类乳品进口量为 231 万吨,比上年增长 20%,按 CIF 价格计算,共计价值 68 亿美元,比上年增长 11%,其中,终端消费的乳品进口量占国内产量的 2.6%,与上年 2.1%的占比相比,略有提升。

2、从市场消费角度来看,根据尼尔森零研数据显示,2016 年度各类乳品线下零售额比上年增长 2.5%,其中,常温液态类乳品零售额比上年增长 2.0%,低温液态类乳品零售额比上年增长 4.2%;线上与线下相加,婴儿配方奶粉零售额比上年下降 1.5%,成人奶粉零售额比上年增长 8.8%。

2.5 投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

截止到本报告期末公司对外股权投资状况具体见下表：

单位：元 币种：人民币

被投资单位名称	会计核算科目	期初余额	增减变动	期末余额	在被投资单位持股比例 (%)	减值准备	本期现金红利
呼伦贝尔盛鑫投资有限公司	长期股权投资	18,820,389.40	62,513.61	18,882,903.01	40.00		
山东新巨丰科技包装股份有限公司	长期股权投资	103,058,817.93	13,141,259.17	116,200,077.10	18.00		
China Youran Dairy Holding Limited	长期股权投资		1,447,287,486.99	1,447,287,486.99	40.00		
北京久阳智慧投资基金管理有限公司	长期股权投资		48,729,883.03	48,729,883.03	24.50		
成都银行股份有限公司	可供出售金融资产	81,250,000.00		81,250,000.00	1.00		8,125,000.00
绵阳科技城产业投资基金	可供出售金融资产	131,009,473.73	-40,648,044.68	90,361,429.05	2.22		100,085,695.75
中信产业投资基金管理有限公司	可供出售金融资产	121,500,000.00		121,500,000.00	5.00		25,000,000.00
内蒙古伊生生物科技有限公司	可供出售金融资产	400,000.00		400,000.00	10.00		
深圳市华泰瑞麟股权投资基金合伙企业	可供出售金融资产	50,000,000.00	-16,000,000.00	34,000,000.00	10.00		
合众创亚（呼和浩特）包装有限公司	可供出售金融资产	10,418,992.39		10,418,992.39	18.64		
国开博裕一期（上海）股权投资合伙企业	可供出售金融资产	178,994,980.00	15,238,057.00	194,233,037.00	4.09		
呼市驻海口办事处	可供出售金融资产	50,000.00		50,000.00		50,000.00	
呼市商城房地产	可供出售金融资产	300,000.00		300,000.00	1.37	300,000.00	
协同创新基金	可供出售金融资产	20,000,000.00		20,000,000.00	10.24		
北京华泰新产业成长投资基金（有限合伙）	可供出售金融资产		25,000,000.00	25,000,000.00	10.00		
CITICPE Holdings Limited	可供出售金融资产	30,558,666.01	4,642,191.85	35,200,857.86	5.00		
中国辉山乳业控股有限公司	可供出售金融资产	361,291,840.58	-361,291,840.58				
合计		1,107,653,160.04	1,136,161,506.39	2,243,814,666.43		350,000.00	133,210,695.75

(1) 重大的股权投资

公司在 2016 年 4 月以自有资金支付 14 亿元人民币认购 Yogurt Holding (Cayman) Limited 部分增资，持股比例 40%，作为长期股权投资按权益法核算，由于投资日投资成本小于应享有其可辨认净资产公允价值产生的收益 63,458,504.64 元，本期对其计提投资收益-16,171,017.65 元。2016 年 5 月 Yogurt Holding (Cayman) Limited 将公司名称变更为 China Youran Dairy Holding Limited，其他情况详见公司于 2016 年 1 月 9 日在上交所发布的《内蒙古伊利实业集团股份有限公司关于认购 Yogurt Holding (Cayman) Limited 部分增资的公告》。

(2) 重大的非股权投资

报告期内公司在建项目情况如下：

单位：万元 币种：人民币

项目名称	项目金额	项目进度	本年度投入	累计投入	资金来源
液态奶项目	481,507.41	43.12%	147,626.99	207,628.75	自有资金
奶粉项目	51,058.63	56.50%	22,265.11	28,847.80	自有资金
冷饮项目	31,816.39	57.02%	16,871.04	18,141.59	自有资金
酸奶项目	216,691.61	21.80%	41,216.33	47,244.83	自有资金
其他	41,726.50	71.68%	9,076.57	29,907.63	自有资金
合计	822,800.53		237,056.04	331,770.60	

以上为截止到 2016 年末按产品类型披露的在建工程分类情况，因在建工程项目较多，不存在金额较大的单项在建工程。

(3) 以公允价值计量的金融资产

报告期内，公司持有以公允价值计量的金融资产及取得的投资收益情况如下：

单位：元 币种：人民币

项目	初始投资成本	期末占该公司股权比例 (%)	期初账面价值	本期发生额	期末账面价值	本期投资收益
CITICPE Holdings Limited	7,630,700.00	5.00	30,558,666.01	4,642,191.85	35,200,857.86	
中国辉山乳业控股有限公司	327,933,608.73		361,291,840.58	-361,291,840.58		194,293,802.29
合计	335,564,308.73		391,850,506.59	-356,649,648.73	35,200,857.86	194,293,802.29

2.6 重大资产和股权出售

具体详见《公司 2016 年年度报告》附注八“合并范围的变更之 4、处置子公司”的说明。

2.7 主要控股参股公司分析

1、主要子公司情况

单位：万元 币种：人民币

子公司全称	经营范围	注册资本	总资产	净资产	净利润
潍坊伊利乳业有限责任公司	乳制品（灭菌乳、调制乳）生产及销售；农产品收购及销售；相关原辅料及包装物料的生产及销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务	48,000	132,007	86,883	17,199
伊利财务有限公司	办理成员单位之间的委托贷款、票据承兑和贴现、办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算	100,000	691,758	186,045	23,693
Oceania Dairy Limited	乳制品生产加工、销售	42354 万新西兰元	200,725	183,971	-2,026
内蒙古金德瑞贸易有限责任公司	预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）销售	5,000	197,701	11,871	444
湖北黄冈伊利乳业有限责任公司	乳及乳制品、乳饮料及冰淇淋制造及销售、牛奶收购销售、奶牛饲养等	79,700	151,203	111,744	7,819
香港金港商贸控股有限公司	乳制品贸易、投资	104824 万美元	700,664	698,864	-3,788
伊利国际发展有限公司	投资	18384 万美元	135,678	135,660	19,365
宁夏伊利乳业有限责任公司	乳制品（液体乳、灭菌乳、调制乳、其他乳制品（奶油、稀奶油）、饮料（蛋白饮料类）、发酵乳的生产及销售）	28,000	123,870	81,378	25,781
滦县伊利乳业有限责任公司	乳制品，饮料制造销售；牛奶收购销售；包装材料，乳品生产设备销售及进口	37,000	116,237	87,402	22,483
广东伊利乳业有限责任公司	生产、销售：饮料（蛋白饮料类）、乳及乳制品{液体乳（巴氏杀菌乳、酸乳）}，食品用塑料包装容器工具等制品的生产、销售与技术开发，本企业自用设备及自产产品的进出口业务，食品饮料加工设备的销售，牛奶的收购与销售	73,000	102,372	86,307	11,713

2、新增子公司情况

子公司名称	经营范围	取得方式	注册资本	期末净资产	本期净利润
利质美（上海）投资有限公司	实业投资，食品流通，机械设备的销售，从事货物及技术的进出口业务，国内道路运输，仓储，设计、制作、代理、利用自有媒体发布各类广告，餐饮企业管理，电子商务。	投资设立	10,000	8,879	-1,121
沈阳伊利乳品有限责任公司	乳制品、饮料生产、加工、销售；食品、饮料加工设备销售；包装材料生产、加工、销售；自营和代理各类商品和技术的进出口。	投资设立	500	498	-2

3、减少子公司情况

子公司名称	处置原因
呼和浩特市伊利奶业发展有限公司	注销
上海伊利冷冻食品有限公司	注销
北京天兆顺通广告有限公司	注销
内蒙古优然牧业有限责任公司	转让

其他说明：本期转让的内蒙古优然牧业有限责任公司包括其附属企业合计 20 家。

2.8 公司控制的结构化主体情况

适用 不适用

3. 公司关于公司未来发展的讨论与分析

3.1 行业格局和趋势

在国内乳业发展新常态下，消费升级、城镇化发展以及“二胎”政策，将继续驱动乳品行业稳步发展。在品质消费时代，大健康的食品概念已被更多消费者所接受，随着老龄化社会的来临，健康、高品质、具备营养保健功能的高附加值产品，已成为乳品企业持续成长的核心动力。但与此同时，乳品企业也将面临更多来自其他相关行业竞争者的挑战。

随着生活水平的提升，消费者将更加重视食品安全。为此，政府将继续加强对食品的安全监管，食品质量与安全环境不断得到净化，将带动整体乳业产业链的健康持续发展。公司作为行业龙头企业，也将继续坚持以产品质量和食品安全为生存根本，对标国际领先质量管控体系，以高品质产品赢得消费者信赖。

当前，国家针对上游奶业提出的供给侧结构性改革，以及婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理和“国家品牌计划”等一系列举措，将有效促进原料乳质量和安全水平的进一步提升，提振国内优质乳品品牌形象。

当前，国内乳业正值转型关键期，经历着由关注速度到追求质量、从强调制造到凸显创造、从深耕国内到布局全球的发展历程，需要以全球化的发展视野，通过创新和国际化促进转型升级。同时，自 2016 年第四季度开始，国内生产资料价格指数(PPI)持续上涨，乳品企业生产所需主要原辅材料如全脂奶粉、白糖、瓦楞纸、塑料等价格均呈上涨趋势，后期乳品企业也将面临采购及生产成本的上涨压力。

3.2 公司发展战略

2017 年，公司将继续贯彻董事长潘刚提出的进入“全球乳业 5 强”的战略目标，为此，公司在执行“质量领先”战略的基础上，延续执行以下战略举措：

(1) 以创新驱动业务发展，利用公司国内外研发资源，快速开发满足消费者需求的新产品，从而达到通过产品升级换代带动业务健康持续发展。

(2) 整合品牌资源，不断优化产品结构，持续提高盈利能力。

(3) 在积极开拓新兴渠道的同时，提高县乡镇农村市场产品渗透能力，挖掘空白市场业务机会。

(4) 持续推进渠道精耕计划的实施，加强与重点渠道合作伙伴的战略合作，提升营销资源的投入产出效益，从而增强终端市场竞争力，获取更多市场份额。

(5) 不断优化供应链，提升服务水平，促进销售增长，同时有效控制供应链成本，提高盈利能力。

(6) 积极拓展国际业务，增加新的业务和利润增长点。

3.3 经营计划

2016 年公司经营情况说明

报告期，公司继续坚持董事长潘刚提出的“质量领先”战略，在以创新和国际化为突破，推动整体业务持续健康增长的同时，贯彻执行“精准营销、精益运营、精确管理”方针，进一步加强并夯实了企业的核心经营能力，主要包括以下内容：

(1) 升级“质量领先”战略，强化食品安全与生产安全管理

报告期，公司全面贯彻和落实习总书记关于用“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”保障食品安全的重要指示，以食品安全隐患“零容忍”的原则，建立起覆盖采购、生产、销售全过程的质量责任机制；搭建质量自主管理模式和升级质量监督评审机制，在国标线的基础上，设定了更为严苛的“企标线”、“预警线”，进一步提高了企业食品安全的风险管控能力。目前，公司在现有全球一流质量管理体系和食品安全风险监测防控体系“两大食品安全保护网”的基础上，为食品安全构筑起坚实的“防护墙”。

报告期，公司与荷兰瓦赫宁根大学合作，携手研究建设贯通全产业链的食品安全早期预警系统。公司利用该预警系统，筛查、分析乳业全产业链潜在的食品安全风险，并通过变更和异常管理的落实，将预警体系向全产业链延伸。

(2) 以创新和国际化为突破，推动公司整体业务持续健康增长

报告期，公司在董事长潘刚创新思维的引领下，对标学习并着手搭建世界一流食品集团创新管理模式，培养拥有全球创新视野的优秀人才，以满足消费者需求为核心，依托设在欧洲、大洋洲和美国的三大海外研发中心，与国内外领先研究机构建立合作机制，在加强基础领域研究的同时，及时了解并获取全球食品行业内最新的工艺、技术和新产品信息，为加快国际化业务推进步伐和跨出乳业开辟新的创新产品项目提供储备。

(3) 以“精准营销、精益运营、精确管理”为目标，加强并夯实核心经营能力

报告期，公司在重新梳理品牌定位的基础上，以深入消费者生活洞察和富有创意的形式，借助跨界媒体平台合作和互联网新技术，与线上粉丝建立了深度互动，并通过统一主题、终端规范以及“跑向里约”等线下活动的成功运作，实现立体营销，有效地推动了“活力品牌”定位与传播，升级了消费者体验。

报告期，公司通过构建多方面基础设施和智能化平台，为母婴人群提供更全面、更人性化的综合服务，升级“伊利母婴生态圈”战略，借助于“伊利母婴体验店”模式，推动母婴公共服务朝着国际化、智能化的方向发展。

报告期，公司加强与线上线下零售商战略合作，持续优化促销管理流程，利用渠道精耕及供应链优化等专项行动的全面推进，加快终端需求响应速度和提高县乡镇市场渗透水平，实现了线上

业务推进与线下供应链服务的无缝对接，在提高营销资源投入产出效益的同时，终端门店及渠道客户的服务能力逐步得到提升。报告期，公司电商业务收入同比增长 82%，同时，通过加快“村淘业务模式”的复制和推广进度，进一步满足了农村消费者的食品消费升级需求。

报告期，以建立追求卓越、不断超越自我的发展机制为目标，董事长潘刚全面升级伊利的企业文化，提出了“伊利即品质”的信条，并将其置于企业愿景之上，充分显示出伊利“视品质如生命”的态度。同时，结合公司持续健康发展的成功之道，凝练出包含主人翁心态、高度责任心、超强执行力在内的“伊利精神”，为实现进入“全球乳业 5 强”的战略目标和“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的宏伟愿景提供核心保障。

2017 年公司经营计划

根据行业发展情况，2017 年公司计划实现营业总收入 650 亿元，利润总额 62 亿元。

该经营目标受未来经营环境影响存在一定的不确定性，并不构成对投资者的业绩承诺，敬请投资者注意投资风险。

为圆满完成 2017 年经营目标，公司重点在以下方面进行部署：

- (1) 夯实全球领先的全链条端到端质量自主管理体系和高效的风险防控体系。
- (2) 坚持创新引领发展，积极拓展国际化业务，实现公司整体业务持续健康增长。
- (3) 继续以“精准营销、精益运营、精确管理”为目标，加强并夯实核心经营能力。
- (4) 整合规划并搭建信息、人力资源和财务一体化共享平台，服务新时期业务发展。
- (5) 大力推动伊利文化进一步落地，让“卓越、担当、创新、共赢”成为每一名伊利员工的行为准则。

因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求：

根据公司 2017 年度经营方针，公司本年度在主导产业项目及其支持性项目上计划投资 988,778.43 万元，所需资金拟通过公司自筹和银行贷款及其他融资等方式解决。

3.4 可能面对的风险

2017 年，国内外宏观经济环境走势尚未明朗，行业增速以及企业发展目标仍面临诸多不确定性，企业将随时关注市场环境变化，及时采取应对策略。

食品安全是食品企业最为关注的风险，对此，公司本着追求产品质量永无止境的信念，以国际标准和切实行动，持续改善、优化、升级企业的全球质量管理体系，确保产品质量与安全。

六、涉及财务报告的相关事项

1. 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用

2. 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用

3. 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。

本期纳入合并范围的子公司 73 户，具体详见《公司 2016 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，增加 2 户，减少 23 户，具体详见《公司 2016 年年度报告》附注八“合并范围的变更”。