

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

2020 年年度报告摘要



二〇二一年四月

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. 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	潘刚
董事	赵成霞	因事未能亲自出席	王晓刚

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 [2021]000657号”审计报告，公司（母公司）2020年度实现净利润7,262,053,044.92元，加年初未分配利润11,188,944,032.74元，派发2019年度现金红利4,913,183,654.73元，本年度因部分股权激励对象离职原因，收回已分配的现金股利907,402.50元，报告期末可供股东分配的利润为13,538,720,825.43元。公司2020年年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润，本次利润分配方案如下：

公司拟向全体股东每10股派发现金红利8.20元（含税），以2020年12月31日公司总股本6,082,624,833股为基数，以此计算合计拟派发现金红利总额为4,987,752,363.06元。如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，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与销售，产品销往世界各地。

3、主要业绩驱动因素

报告期，公司在积极防控疫情的同时，继续以满足消费者需求为目的，坚守“伊利即品质”信条，主动担当起行业龙头企业的社会责任，通过“帮上游、稳中游、通下游”等一系列举措，带动行业快速恢复；同时，公司以满足消费者需求为核心，积极拓展“社区服务”“社群营销”

“O2O 到家”等新零售模式，继续加强与电商平台的战略合作，抓住乡镇市场发展机遇，不断提升渠道渗透水平，促进公司整体业务迅速恢复增长，提前实现“进入全球乳业五强”的战略目标。

公司进一步深化创新能力，持续培育并拓展新业务，报告期，公司新品销售收入占比 16.0%。同期，“伊利”奶酪系列产品、“金典”低温牛奶、配方升级后的“金领冠”婴幼儿配方奶粉等业务实现了良好发展，成为公司新的业绩增长点。

报告期，公司持续推动产品优化升级，不断完善消费体验，提升品牌形象，并通过精准营销，“金典”“安慕希”“畅轻”“金领冠”“巧乐兹”等重点产品销售收入比上年同期增长 9.6%。同期，公司精准洞察消费需求，抓住机会推动液体乳业务快速发展，数据显示，报告期，公司液体乳业务零售额比上年同期增长 12.7%，其中有机液体乳零售额比上年同期增长 35.1%，市占份额达 50.6%，在对应的细分市场位居首位。

报告期，公司持续推进国际化业务，在营销、供应链等领域加强了协同运营管理，当前海外业务拓展进度正常。

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，全面提升了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

随着大众健康意识提升、消费升级及消费场景多元化，乳制品受到越来越多的关注，市场整体呈“健康化”发展态势。

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，蝉联亚洲第一，并提前进入全球乳业五强。

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 33.3%，比上年同期提高了 0.9 个百分点；婴幼儿配方奶粉零售额市占份额约为 6%，与上年基本持平。

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

	2020年	2019年	本年比上年增减(%)	2018年
总资产	71,154,264,385.29	60,461,267,016.42	17.69	47,606,204,460.43
营业收入	96,523,963,249.92	90,009,132,852.26	7.24	78,976,388,687.29
归属于上市公司股东的净利润	7,078,176,787.81	6,933,763,430.47	2.08	6,439,749,610.82
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,625,112,858.43	6,268,158,933.70	5.69	5,878,050,473.25

归属于上市公司股东的净资产	30,383,910,257.46	26,131,025,017.47	16.28	27,915,583,839.88
经营活动产生的现金流量净额	9,851,639,164.55	8,455,480,282.43	16.51	8,624,771,799.80
基本每股收益（元/股）	1.17	1.15	1.74	1.06
稀释每股收益（元/股）	1.18	1.15	2.61	1.06
加权平均净资产收益率（%）	25.18	26.38	减少1.20个百分点	24.33

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	20,544,425,567.09	26,799,707,697.44	26,161,559,864.29	23,018,270,121.10
归属于上市公司股东的净利润	1,142,854,815.45	2,592,386,358.20	2,289,132,097.64	1,053,803,516.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,368,567,137.93	2,397,051,667.89	2,041,583,048.07	817,911,004.54
经营活动产生的现金流量净额	-2,652,825,692.20	6,374,684,957.56	4,192,695,261.73	1,937,084,637.46

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）								272,071
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）								471,066
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	86,173,328	823,313,978	13.54		未知		其他	
呼和浩特投资有限责任公司	0	538,535,826	8.85		质押	225,350,000	国有法人	
潘刚	0	286,746,628	4.71	40,528,000	质押	109,818,520	境内自然人	
中国证券金融股份有限公司	0	182,421,501	3.00		未知		其他	
赵成霞	0	92,420,140	1.52	6,664,000	质押	45,656,795	境内自然人	
刘春海	0	91,638,288	1.51	6,664,000	质押	45,525,492	境内自然人	
交通银行一易方达 50 指数证 券投资基金	-2,456,920	58,152,542	0.96		未知		其他	
阿布达比投资局	6,639,973	50,007,382	0.82		未知		其他	
中国人寿保险股份有限公司 一分红一个人分红一005L一 FH002 沪	-22,682,128	49,434,087	0.81		未知		其他	
中国工商银行一上证 50 交易 型开放式指数证券投资基金	-1,691,616	45,276,126	0.74		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 27 日	2022 年 11 月 27 日	0	3.37	按年付息、到期一次还本	上海证券交易所
内蒙古伊利实业集团股份有限公司公开发行 2020 年短期公司债券（第一期）	20 伊利 S1	163806	2020 年 6 月 5 日	2020 年 9 月 3 日	0	1.95	到期一次还本付息	上海证券交易所
内蒙古伊利实业集团股份有限公司公开发行 2020 年短期公司债券（第二期）	20 伊利 S2	163804	2020 年 6 月 5 日	2020 年 11 月 2 日	0	1.98	到期一次还本付息	上海证券交易所

5.2 公司债券付息兑付情况

适用 不适用

截至报告期末，公司债“19 伊利 01”于 2020 年 11 月 27 日完成本金及 2019 年 11 月 27 日至 2020 年 11 月 26 日期间的利息兑付、公司债“20 伊利 S1”按约定于 2020 年 9 月 3 日完成 2020 年 6 月 5 日至 2020 年 9 月 2 日期间的利息及本金兑付、公司债“20 伊利 S2”按约定于 2020 年 11 月 2 日完成 2020 年 6 月 5 日至 2020 年 11 月 1 日期间的利息及本金兑付。公司债“19 伊利 01”于 2021 年 1 月 6 日在上海证券交易所提前摘牌。

5.3 公司债券评级情况

适用 不适用

2020 年 6 月 23 日，联合信用评级有限公司出具《跟踪评级公告》，评定发行人的主体长期信用评级为 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。

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	2020 年	2019 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	57.09	56.54	0.97
EBITDA 全部债务比	0.73	1.01	-27.72
利息保障倍数	17.43	31.08	-43.92

三、经营情况讨论与分析

1. 报告期内主要经营情况

2020 年年初，新冠肺炎疫情防控形势严峻，公司积极贯彻疫情防控与复工复产两手抓的号召，努力克服物流运输不畅、终端铺货受阻等困难，确保了产、销等环节有序运行，全力以赴满足城乡居民的乳品消费需求，迅速将业务恢复到了正常水平；此外，公司在密切关注疫情变化、保障企业运营安全的同时，充分利用大数据分析技术，监测消费者需求动态，并借助线上数字化营销手段，快速识别和主动把握新的市场机会，适时调整经营策略，推动业务稳步发展。

报告期，公司坚守“伊利即品质”信条，落实“品质领先”战略，继续以创新和国际业务为突破，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 968.86 亿元，较上年同期增长 7.38%，净利润 70.99 亿元，较上年同期增长 2.13%。

报告期，公司液体乳系列产品营业收入比上年增长 3.20%，奶粉及奶制品系列产品营业收入比上年增长 28.15%，冷饮系列产品营业收入比上年增长 9.35%。

公司 2020 年经营计划执行情况如下：

(1) 坚守“伊利即品质”信条，夯实全球品质领先管理体系。

报告期，公司持续升级品质领先管理体系，在构建全球食品安全风险防控体系的基础上，借助大数据技术，完善了产品品质评价体系，并获得了国内首张食品领域“质量源于设计 QbD-符合性认证”证书；同时，公司通过持续强化品质自主管理，进一步夯实了全链条品质领先管理体系。

(2) 以消费者为中心，创新新模式，开拓新业务，带动公司业务健康发展。

报告期，公司推动全产业链创新合作，在研发、技术和创新方面持续加大投入，依托覆盖亚洲、欧洲、大洋洲和美洲的全球创新网络平台，实时利用大数据洞察消费者深层次需求，不断创新产品品类，加快布局大健康领域。

报告期，公司推出“安慕希”芝士波波球常温酸奶、“金典”低温牛奶、“畅轻”纤酪乳低温酸奶、“QQ 星”儿童成长配方奶粉、“伊利”欣活纤糖膳底配方成人营养品、“伊利”可以吸的儿童奶酪、“妙芝”口袋芝士成人奶酪棒、“伊然”乳矿气泡水、“伊然”乳矿奶茶及“植选”高蛋白无糖豆乳等系列新品，深受消费者喜爱，带动了公司业务健康发展。

(3) 继续拓展海外市场，推动海外业务稳步发展。

报告期，公司搭建国内及海外业务“双循环”发展格局，持续建设“全球资源体系、全球创新体系，全球市场体系”，依托国内及大洋洲、东南亚等基地市场，稳步推进海外业务。

报告期，公司设在印尼的工厂已完成主体建设，投产后将显著提升在相关市场的需求响应和

服务保障能力；通过加快泰国市场的渠道及终端基础建设，提高了业务运营效率，公司在泰国的年度销售额同比增长了 68%；同时，利用“安慕希”差异化占位东南亚高端酸奶市场，进一步加快了国内及海外业务的融合，在产品布局、销售网络、供应链优化等方面取得了突破。

(4) 精准洞察消费趋势，抓住市场机遇，大力促进业务发展。

报告期，公司利用大数据平台，快速并精准洞察消费者需求偏好、消费方式等变化趋势，通过不断创新产品品类，加快产品口味、包装及技术升级节奏等举措，持续向消费者提供高品质的产品和服务，并获得了更多消费者的认可。

报告期，在凯度消费者指数《2020 年亚洲品牌足迹报告》中，公司凭借 91.6%的品牌渗透率、近 13 亿的消费者触及数和近 8 次的购买频次，连续五年位列中国市场消费者选择最多的品牌榜首。

近年来，公司深化全渠道运营体系建设，开展线上、线下营销整合。报告期，公司在加强推动电商平台业务的基础上，积极发展新零售渠道，探索社群营销、跨界营销、与热门 IP 联名定制产品等新营销模式，在丰富营销场景的同时，强化了与消费者的互动与沟通，助力业务快速增长。报告期，公司电商业务收入较上年增长 55.0%，同期，星图公司调研数据，公司常温液体乳在电商平台的零售额市占份额为 28.1%，位居电商平台常温液体乳细分市场首位。

在数字化会员建设方面，通过构建 CDP 数据中台，实现线上、线下数据一体化管理和分析，同时，强化“数据采集-数据整合分析-数据运营”机制，实施精准营销。

(5) 携手合作伙伴，共建健康产业生态圈，致力于实现产业链共赢。

近年来，公司践行“携手乳业上下游合作伙伴共同发展”的初心和使命，开办合作伙伴发展学院，借助产业链普惠金融等平台，为乳业上下游合作伙伴提供能力建设、融资等服务，构建多方共赢的“健康产业生态圈”，全面推动行业发展。

报告期，公司共计发放融资款约 212 亿元，为 4,948 家上下游合作伙伴提供了融资服务。2014 年至 2020 年期间，公司累计发放融资款约 676 亿元，累计服务客户数 7,633 户。特别在 2020 年新冠肺炎疫情爆发初期，公司主动为合作伙伴提供防疫物资，采取下调融资利率、延长还款期等扶持措施，加大对乳业上下游合作伙伴支持力度，携手共克时艰。

(6) 深入践行伊利文化，夯实公司基业长青的文化根基。

报告期，新冠肺炎疫情突发并肆意蔓延，全球经济环境复杂多变，给企业经营、发展带来诸多困难和挑战。面对严峻的发展环境，公司敏捷响应，坚持贯彻董事长潘刚提出的“疫情防控和业务发展，两手都要抓，两手都要硬”的要求，全力抗击疫情，用优质的产品和服务守护全国人民的营养和健康，持续开展捐赠和救援行动，竭尽全力帮助合作伙伴共渡难关，充分体现出行业龙头的责任和担当；坚守“伊利即品质”的企业信条，以消费者为中心，始终坚持创新，加速国际化进程，推动业务实现稳健发展。

报告期，公司逆势涨薪，不断升级员工关爱举措，陆续出台系列激励方案，启动公司级荣誉认可活动，全方位、大力度、多维度关爱员工、认可员工、激发员工。全体伊利人备受鼓舞，主动担当，不畏艰险，迎难而上，推动业务快速复苏；始终坚持创新，努力探索业务发展的新机会、新模式、新方法，持续增强公司核心竞争力。过程中涌现出一批积极践行企业文化的优秀个人、团队和一个个感人肺腑、催人奋进的文化践行故事，全体伊利人对伊利文化的理解更加深入，对公司的认同感、归属感和荣誉感进一步增强，对公司未来的发展充满信心，团队的向心力、凝聚力和战斗力进一步提高。

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 2020 年年度报告》第十一节“五、重要会计政策及会计估计”之“44、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 109 户，具体详见《公司 2020 年年度报告》第十一节“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 16 户，具体详见《公司 2020 年年度报告》第十一节“八、合并范围的变更”。