**内蒙古伊利实业集团股份有限公司**

**投资者问答汇总**

**1.问：2018年，乳制品行业整体的增长情况？**

答：从供应者角度来看，根据行业信息显示，报告期，国内乳品加工行业进入统计范围的企业有 587 家，较上年减少 24 家，全年加工和制造各类乳品产量 2,687 万吨，比上年（可比口径）增长 4.4%，共计实现销售收入 3,399 亿元，比上年（可比口径）增长 11%，利润总额 230 亿元，比上年（可比口径）减少 1%。

从市场消费角度来看，结合尼尔森和星图公司调研数据测算，报告期，国内常温+低温液态乳品及奶粉产品的整体市场（线上、线下）零售额比上年同期增长10.6%，其中上述产品的线上零售额比上年同期增长 24.1%，线下零售额比上年同期增长 8.6%。

**2.问：公司在产业链共赢方面所做的努力？**

答：近年来，公司遵循产业链共赢原则，搭建起覆盖乳业上下游的融资平台，主动为合作伙伴提供融资服务，推动了全链条业务的持续健康发展。报告期，公司发放融资款约 143.5 亿元，为3,593 家上下游合作伙伴提供了融资服务。自 2014 年公司正式启动产业链金融业务以来，累计发放融资款约 282 亿元，累计服务客户数近 4,400 户。

与此同时，公司依托奶牛学校平台，积极整合国际优质资源，全面升级了现代牧场人才的培养模式，开发了覆盖青贮制作、奶牛健康管理等覆盖牧场各生产环节的网络课程，培训供应商达上万人次，自 2016 年至 2018 年期间，公司帮助奶农将奶牛日均单产提升了 2 公斤，每公斤牛奶养殖成本下降了 0.4 元，通过上述“一升一降”，公司为奶农增收 30 多亿元。

**3.问：2018年，公司的市占率情况？**

2018年，尼尔森零研数据显示，公司常温及低温液态奶业务的零售额市占份额为 36.8%、16.6%，比上年分别提高了 2.3 和 0.5 个百分点；公司婴幼儿配方奶粉的零售额市占份额为 5.8%，比上年同期提高了 0.6 个百分点。

**4.问：2018年，公司重点产品以及新产品的销售情况？**

答：2018年，公司依托全球资源体系和创新体系，通过产品创新升级和精准营销，“金典”“安慕希”“畅意 100%”“畅轻”“Joy Day”“金领冠”“巧乐兹”“甄稀” 等重点产品销售收入同比增长 34.3%；同期， 新品销售收入占比 14.8%，较上年同期提高了 5.6 个百分点。

**5.问：公司有机产品业务的发展情况？**

近年来，随着消费升级趋势，有机产品备受消费者青睐。公司以此为契机，持续推进有机产品业务，旗下已有“金典”“畅轻”“QQ 星”等有机产品系列，目前该业务发展良好。报告期，尼尔森零研数据显示，公司有机产品零售额市占份额居市场首位，其中，金典有机常温液态奶产品，在对应的细分市场中，零售额市占份额为 44.1%，较上年同期提高 8.9 个百分点。

**6.问：公司在渠道建设方面的情况？在电商、母婴、便利店等渠道收入的增长情况？**

答：报告期，公司产品在国内市场的渠道渗透能力继续增强，推动市占份额稳步提升。凯度调研数据显示，截至 2018 年 12 月，公司常温液态类乳品的市场渗透率为 82.3%，较上年同期提升了2.2 个百分点。报告期，公司直控村级网点近 60.8 万家，较上年提升了 14.7%。

报告期，公司继续积极探索新的渠道合作模式，通过大力推进电商平台、母婴店、便利店等渠道业务发展，带动销售增长。报告期，公司电商业务收入较上年增长 61%；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 32%；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 3.7 个百分点。

**7.问：公司2019年经营计划？公司如何实现经营目标？**

答：根据行业发展情况， 2019 年公司计划实现营业总收入 900 亿元，利润总额 76 亿元。

为圆满完成 2019 年经营目标，公司重点在以下方面进行部署：

坚守“伊利即品质” 信条，进一步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。

加快创新步伐，坚持创新引领发展，以满足消费者需求为目的，积极探索全新的产品创新及渠道管理模式，推动公司业务健康持续发展。

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关键能力，为公司整体业务高效发展提供支持。

依托大数据技术，强化信息化建设及应用能力，实现数据驱动下的业务与管理创新。

继续以“精准营销、精益运营、精确管理” 为指导，打造卓越经营能力。

强化伊利文化的践行与传承，夯实公司基业长青的文化根基。