**内蒙古伊利实业集团股份有限公司**

**投资者问答汇总**

**1.问：2021年上半年，乳制品行业整体的增长情况？**

答：随着国内城乡人均收入不断增加和城市化发展趋势，乳制品作为改善国民身体素质、打造健康生活方式的重要构成，消费规模持续扩大，乳品行业及以乳基为主要原料的相关食品行业发展空间良好。

自“新冠肺炎疫情”爆发以来，消费者健康意识提升，乳制品以其特有的健康营养属性，吸引了更多消费者，乳制品的市场渗透率进一步提高，整体消费规模呈持续增长趋势。

2021年上半年，国内经济稳定恢复，以乳制品为代表的健康食品消费需求保持了良好增长态势，乳制品的市场渗透率和覆盖人群继续增加。尼尔森零研数据显示，报告期国内液态乳品市场零售额同比增幅9%，婴幼儿及成人配方奶粉市场零售额同比增幅7.7%，奶酪市场零售额同比增幅35.3%。

**2.问：公司重点产品和新产品的增长情况？**

答：2021年上半年，公司液体乳、奶粉及奶制品、冷饮业务保持稳定增长态势，旗下“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20.7%；以“金典”A2β酪蛋白有机纯牛奶、“伊利”臻浓牛奶高钙、“畅轻”蔗糖减半果茶酸奶、“QQ星”儿童成长配方羊奶粉、“巧乐兹”巧榛橘冰淇淋、“优酸乳”乳汽气泡乳等为代表的新品收入占比15.6%。

**3.问：公司在渠道建设方面的进展情况？**

答：2021年上半年，公司深化全渠道战略布局，挖掘渠道发展潜力，在夯实现有渠道的基础上，大力拓展新兴渠道，提升渠道产出效率。凯度调研数据显示：截至2021年6月，公司常温液态类乳品的市场渗透率为85.7%，比上年同期提升了1.5个百分点；同期，公司电商业务收入比上年同期增长21.8%，根据星图零研数据显示，在电商平台，公司常温液态奶市场份额第一。

**4.问：公司各业务线的增长情况和市占率情况？**

答：2021年上半年，公司液体乳业务实现营业收入424.07亿元，同比增长19.65%，市场零售额份额较去年同期提升了0.7个百分点，稳居行业第一；奶粉及奶制品业务实现营业收入76.27亿元，同比增长14.83%，其中婴幼儿配方奶粉的市场零售额份额比上年同期提高了0.9个百分点，奶酪业务的终端市场零售端份额比上年同期提升6.7个百分点；冷饮业务继续引领行业，销售收入同比增长13.80%。

**5.问：公司在数字化方面是否有规划和布局？**

答：2021年上半年，公司积极探索“消费者运营”创新营销模式，通过将消费者信息、消费需求洞察与研究等系统进行整合，构建公司数字化消费者运营平台、升级数字化转型专职团队等举措，加速推动业务全链路数字化转型。

公司统筹整合了“安慕希”“金典”“优酸乳”等品牌运营微信小程序，建立了具有自主知识产权的数据中台和业务中台，无缝连接互联网生态和媒体生态，开展与消费者的品牌互动，探索DTC模式，在与消费者开展产品共创的同时，通过一键下单、在线支付、育婴营养师线上一对一服务等便捷、高效的服务模式，进一步提升了消费者体验满意度。

同时，公司部署了算法中台，应用人工智能提升供应链运营效率，引领行业数字化转型；沉淀前中后台数据与技术能力，赋能产业链上下游合作伙伴，致力于构筑公司数字化转型生态圈。

**6.问：国内乳制品行业发展所面临的挑战是什么？**

答：原料奶、油脂、纸箱、塑料等原辅材料价格同比大幅上涨，企业成本控制压力不断加大；同时，国际贸易政策法规、汇率波动及境外疫情等因素的不确定性，也给乳企发展带来挑战。