

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

2021 年年度报告摘要



二〇二二年四月

第一节 重要提示

一、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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。

二、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性、准确性、完整性，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。

三、公司全体董事出席董事会会议。

四、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。

五、董事会决议通过的本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 [2022]002403号”审计报告，公司（母公司）2021年度实现净利润8,404,397,634.37元，加年初未分配利润13,540,695,960.33元，提取法定盈余公积151,876,030.00元，派发2020年度现金红利4,987,752,363.06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728,936.00元，处置其他权益工具投资减少未分配利润49,003.65元，报告期末可供股东分配的利润为16,806,145,133.99元。公司2021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9.60元（含税），以2021年12月31日公司总股本6,400,130,918股为基数，以此计算合计拟派发现金红利总额为6,144,125,681.28元。占公司2021年度合并报表归属于母公司股东净利润比例为70.58%。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。

第二节 公司基本情况

一、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	ytnliuyanan@yili.com

二、报告期公司主要业务简介

（一）行业发展阶段与周期性特点

乳制品为全球消费者提供了健康、优质的营养来源，乳企通过持续的产品与技术创新，与健康生活方式相融合，不断丰富、拓展乳制品品类，在吸引更多消费者的同时，也将面向每位消费者提供具有不同健康营养功能的专业乳品，乳品行业在当下以及未来有着更为长远的发展前景。

在国家奶业振兴战略指导下，我国乳类产品的总体规模和生产技术已达到世界先进水平，但由于我国人口基数大，人均乳制品年消费量不足 25kg（按照国家统计局乳及乳制品产量折算为牛奶量，以下人均消费量均指牛奶量），远低于世界平均水平 113kg（全球经济合作与发展组织公布数据），仅占欧美国家人均年消费量 220kg 的 1/10，对比日、韩人均年消费量 100kg 以上水平，或对比同为发展中国家的印度人均年消费量 144kg（NATIONL DAIRY DEVELOPMENT BOARD 官方网站 2018-2019 年数据），我国乳品行业有着广阔的发展空间。

国务院发布的《国民营养计划（2017-2030 年）》以及国家卫健委发布《新型冠状病毒感染的肺炎防治营养膳食指导》中均提出“乳制品是平衡膳食、增强体质不可或缺的营养食品”，鼓励国人多食用各类乳及乳制品。未来，随着国民健康意识不断提升，乳品将继续成为城乡居民基础营养的重要食品来源，乳品消费需求将得到进一步释放，乳类产品更加丰富和专业化，国内乳品市场消费规模将持续扩大。

乳类产品属于大众日常消费品，行业周期性特征不明显。

（二）公司所处的行业地位

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，整体业绩稳居中国乳业第一，亚洲乳业第一，全球乳业五强。

报告期，尼尔森零研数据显示，公司液态类乳品零售额市占份额同比提高了 0.4 个百分点，

继续保持市场领导地位；婴幼儿配方奶粉零售额市占份额同比提高了 1.4 个百分点，增速位列市场第一，截至目前市占份额位居市场第二；成人配方奶粉零售额市占份额同比提高了 2.2 个百分点，报告期末市占份额位居市场第一，保持绝对领先地位；奶酪业务的零售额市占份额同比提升 6.3 个百分点，市占份额快速提升；冷饮业务市占份额保持市场第一，继续引领行业。

（一）经营范围

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。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，公司包装饮用水业务尚处于起步阶段，下文针对行业的分析，均指国内乳品行业。

（二）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、奶酪五大产品业务群。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带动示范作用，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。

（三）主要业绩驱动因素

报告期，在“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”愿景指引下，公司“以消费者为中心”，坚持健康、持续的发展理念，主动把握市场机会，与产业链上下游合作伙伴积极协同联动，实施

创新与国际化战略，全年营业收入突破千亿，且收入及利润均实现了双位数的增长，盈利水平逐年稳步提升。

公司聚焦消费者健康营养诉求，通过产品与技术创新突破，以“金领冠婴幼儿全新配方奶粉”“欣活膳底系列配方奶粉”“金典 A2β-酪蛋白有机纯牛奶”“舒化奶富硒系列功能奶”“伊利臻浓高钙牛奶”“畅轻黑标蛋白时光”“QQ 星儿童成长配方羊奶粉”“巧乐兹巧榛橘冰淇淋”“优酸乳气泡乳”等为代表的新产品收入占比 13.4%，为公司业务发展带来了蓬勃活力。

公司继续加快推动高增长业务的布局和发展节奏，其中奶酪、黄油、矿泉水、配方奶粉等业务均保持了快速增长。金典纯牛奶、安慕希常温酸奶、金领冠婴幼儿配方奶粉、巧乐兹冰淇淋、QQ 星儿童牛奶、伊利儿童奶酪棒等重点产品的销售收入比上年同期增长 15.83%，市场占有率持续提升。

公司克服国外疫情影响，努力开拓全球市场，加快海外生产基地建设步伐，推动国际化进程，主要产品已覆盖到五大洲、60 多个国家和地区，海外业务收入比上年同期增长 8%。

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

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	101,962,339,842.65	71,154,264,385.29	43.30	60,461,267,016.42
归属于上市公司股东的净资产	47,708,310,432.24	30,383,910,257.46	57.02	26,131,025,017.47
营业收入	110,143,986,386.03	96,523,963,249.92	14.11	90,009,132,852.26
归属于上市公司股东的净利润	8,704,915,103.95	7,078,176,787.81	22.98	6,933,763,430.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,943,784,753.50	6,625,112,858.43	19.90	6,268,158,933.70
经营活动产生的现金流量净额	15,527,519,680.07	9,851,639,164.55	57.61	8,455,480,282.43
加权平均净资产收益率(%)	25.59	25.18	增加0.41个百分点	26.38
基本每股收益(元/股)	1.43	1.17	22.22	1.15
稀释每股收益(元/股)	1.43	1.18	21.19	1.15

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	27,258,854,219.90	29,034,736,783.65	28,380,628,325.02	25,469,767,057.46
归属于上市公司股东的净利润	2,830,700,646.46	2,491,149,548.15	2,622,394,968.03	760,669,941.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,628,246,413.47	2,382,130,665.05	2,536,668,308.63	396,739,366.35
经营活动产生的现金流量净额	1,121,729,588.70	5,215,333,871.45	6,081,601,601.57	3,108,854,618.35

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

四、股东情况

1、报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		440,140					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		429,470					
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、标记或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
香港中央结算有限公司	183,792,183	1,007,106,161	15.74		未知	0	其他
呼和浩特投资有限责任公司	0	538,535,826	8.41		质押	219,350,000	国有法人
潘刚	0	286,746,628	4.48	30,396,000	质押	152,418,520	境内自然人
中国证券金融股份有限公司	-26	182,421,475	2.85		未知	0	其他
中国银行股份有限公司一易方达 蓝筹精选混合型证券投资基金	116,000,138	116,000,138	1.81		未知	0	其他
赵成霞	0	92,420,140	1.44	4,998,000	质押	48,349,145	境内自然人
刘春海	0	91,638,288	1.43	4,998,000	质押	47,309,512	境内自然人
交通银行股份有限公司一易方达 上证 50 指数增强型证券投资基金	371,248	58,523,790	0.91		未知	0	其他
阿布达比投资局	-4,994,004	45,013,378	0.70		未知	0	其他
胡利平	0	42,463,512	0.66		未知	0	境内自然人

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

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、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

五、公司债券情况

适用 不适用

1、公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
高级无抵押定息债券	YILI HI B2511	40471	2025/11/19	5 亿美元	1.625
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第八期超短期融资券	22 伊利实业 SCP008	012280852	2022/6/28	30	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第九期超短期融资券	22 伊利实业 SCP009	012281317	2022/6/17	60	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第十期超短期融资券	22 伊利实业 SCP010	012281315	2022/5/31	55	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第十一期超短期融资券	22 伊利实业 SCP011	012281337	2022/6/2	50	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第十二期超短期融资券	22 伊利实业 SCP012	012281336	2022/6/30	30	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第十三期超短期融资券	22 伊利实业 SCP013	012281383	2022/6/29	50	2.20
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2022 年度第十四期超短期融资券	22 伊利实业 SCP014	012281382	2022/6/29	25	2.20

报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
高级无抵押定息债券	2021 年 5 月 14 日和 2021 年 11 月 15 日各兑付利息 4,062,500 美元。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司公开发行 2021 年短期公司债券（第一期）	2021 年 8 月 9 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2020 年度第二十九期超短期融资券	2021 年 4 月 23 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2020 年度第三十期超短期融资券	2021 年 4 月 27 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第一期超短期融资券	2021 年 2 月 10 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二期超短期融资券	2021 年 2 月 9 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第三期超短期融资券	2021 年 3 月 31 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第四期超短期融资券	2021 年 3 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第五期超短期融资券	2021 年 3 月 31 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第七期超短期融资券	2021 年 3 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第八期超短期融资券	2021 年 3 月 26 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第九期超短期融资券	2021 年 4 月 9 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十期超短期融资券	2021 年 3 月 26 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十一期超短期融资券	2021 年 4 月 26 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十二期超短期融资券	2021 年 5 月 7 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十三期超短期融资券	2021 年 6 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十四期超短期融资券	2021 年 5 月 12 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十五期超短期融资券	2021 年 5 月 12 日完成本息兑付。

内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十六期超短期融资券	2021 年 6 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十七期超短期融资券	2021 年 6 月 16 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十八期超短期融资券	2021 年 6 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第十九期超短期融资券	2021 年 6 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十期超短期融资券	2021 年 6 月 24 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十一期超短期融资券	2021 年 6 月 24 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十二期超短期融资券	2021 年 7 月 2 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十三期超短期融资券	2021 年 7 月 2 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十四期超短期融资券	2021 年 7 月 21 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十五期超短期融资券	2021 年 9 月 30 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十六期超短期融资券	2021 年 8 月 11 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十七期超短期融资券	2021 年 8 月 13 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十八期超短期融资券	2021 年 9 月 18 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第二十九期超短期融资券	2021 年 11 月 18 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第三十期超短期融资券	2021 年 8 月 31 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第三十一期超短期融资券	2021 年 12 月 24 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第三十二期超短期融资券	2021 年 12 月 24 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2021 年度第三十三期超短期融资券	2021 年 12 月 24 日完成本息兑付。
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2019 年度第一期中期票据	2021 年 1 月 21 日兑付利息 18,500,000.00 元。

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

2、公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2021 年	2020 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	52.15	57.09	-8.65
扣除非经常性损益后净利润	7,943,784,753.50	6,625,112,858.43	19.90
EBITDA 全部债务比	0.63	0.73	-13.70
利息保障倍数	13.49	17.43	-22.60

第三节 重要事项

一、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期，公司实现营业总收入 1,105.95 亿元，较上年同期增长 14.15%，净利润 87.32 亿元，较上年同期增长 23.00%。

（一）液体乳业务

报告期，公司液体乳业务实现营业收入 849.11 亿元，同比增长 11.54%。通过构建立体化渠道和积极拓展地、县级下线市场，液体乳业务规模及市占地位继续保持行业领导者地位，其中，“伊利纯牛奶”“金典纯牛奶”“安慕希常温酸奶”系列产品年销售规模均超过 200 亿级，成为近 13 亿级消费者信赖的“国民品牌”。

公司坚持品质领先战略，继续深化金典“有机生活倡导者”的品牌形象，实施有机引领、品质升级举措，常温有机液体乳市占份额在连续多年保持市场领先地位的基础上，较上年同期增长 0.64 个百分点，通过有机系列引领行业增长。公司聚焦高端儿童白奶，推广“原生营养儿童牛奶”新品类，构建“儿童专属、帮助孩子成长的”品牌核心竞争力，推动“QQ 星”品牌升级发展。

公司抓住疫情下消费者的健康营养诉求，对“臻浓”系列纯牛奶进行产品线升级，满足了消费者浓郁口感的体验，该品类年度销售收入较上年同期增长近六成；公司通过“舒化”高端功能系列产品，持续夯实无乳糖、好吸收的品牌利益点，进一步拓展了细分业务赛道，年度销售收入较上年同期增长近三成。

（二）奶粉及奶制品业务

报告期，公司奶粉及奶制品业务实现营业收入 162.09 亿元，同比增长 25.80%；其中，“金领冠”旗下系列婴幼儿配方奶粉，专注母乳研究 19 年，持续技术创新与突破，结合通过中欧双重有机认证的有机 A2 奶源，实现了有机婴幼儿配方奶粉的重大突破，全方位打造专业配方核心竞争力，年销售收入突破百亿级，带动奶粉业务实现加速增长。

公司聚焦专业化乳品的创新开发，依托国内、新西兰双核心奶源基地，搭建“伊利 Pro”平台，为烘焙、餐饮、饮品行业的专业级客户提供高品质、全方位产品解决方案的乳品和服务，促进奶酪、乳脂业务快速发展。

（三）冷饮业务

报告期，公司冷饮业务实现营业收入 71.61 亿元，同比增长 16.28%，业务规模连续 20 多年保持第一的同时，盈利能力较上年同期大幅提升。其中，通过不断优化产品结构、打造“巧乐兹”“甄稀”“NOC 须尽欢”等青春有活力、浪漫、有趣的冰淇淋品牌形象，不断夯实渠道优势，积

极探索线上渠道以及实体店业务模式，进一步拓宽消费场景，市场渗透率遥遥领先，该业务已连续 27 年位居全国冷饮行业龙头地位。

公司 2021 年经营计划执行情况如下：

（一）坚持以消费者为中心，打造卓越品质标杆

近年来，公司坚守“伊利即品质”企业信条，持续升级全球质量管理体系，获得了 BRCGS 食品安全全球标准认证、欧盟有机认证以及等同于欧美药品设计的 QbD 符合性认证。同时，公司严格落实“集团——事业部——工厂”三级食品安全风险监测防控体系，确保从源头到终端的每一项食品安全和质量风险得到有效防控。

作为国内同时服务夏季奥运和冬季奥运的“双奥企业”，公司在服务奥运的 17 年中，持续打造“奥运品质”的产品与服务，不断满足并引领消费者的品质升级体验，“伊利即品质”得到了社会的高度认可。报告期，公司围绕品质生活场景，上市了“金典”“安慕希”“舒化奶”“畅轻”“甄稀”“须尽欢”等高端系列子品牌的新品，其中“安慕希”旗下的 AMX 无糖产品，满足了不同消费者的健康需求，成为常温酸奶领域里的明星产品，备受消费者青睐；“金典有机纯牛奶”与“金典低温鲜奶”以有机认证和 GAP 一级认证牧场的优质奶源，为消费者打造了品质好奶；“畅轻”低温酸奶的市场占有率位居市场细分品类第一（尼尔森零研数据）。

报告期，公司获得了“全国质量奖”“中国质量奖提名奖”“国家科技进步二等奖”三项科技质量领域权威奖项，是乳品行业内唯一获得“全国质量奖”的企业。

（二）坚持创新，驱动业务健康持续发展

“不创新 无未来”，公司始终坚持以创新驱动业务健康持续发展。报告期，公司通过增加创新资源投入、推进开放式创新平台搭建、引入高端健康食品研究人才等举措，不断夯实公司创新实力。

公司新建的乳业创新基地将作为国家乳业技术创新中心总部。该中心为科技部批复的唯一一个国家级乳业技术创新中心，将汇聚国内外乳业创新资源，推进技术成果应用转化，打造具有全球影响力的乳业科技创新中枢，推动中国乳业向国际领先地位、全球价值链高端迈进。同期，公司的乳及乳制品检测与监控技术实验室，已获批为国家市场监管重点实验室，成为国家级乳及乳制品前瞻性研究及重大关键技术突破研究基地。

报告期，公司完成了上海创新中心和北京创新中心实验室升级，并通过伊利母婴营养研究院（YMINI）与多家权威机构、高校共同搭建“母婴营养生态圈”，进一步促进国内婴幼儿营养及母婴健康“产、学、研、用”的融合发展，赋能伊利母乳研究和金领冠配方升级。公司“金领冠婴幼儿配方奶粉”旗下的专利已达 70 余项，为中国宝宝持续提供高端品质服务。

公司聚焦消费者健康营养需求，围绕消化、控糖及减脂等功能，开展系统的产品功能研究与

开发，并建立起原料、配方、工艺、功效、包装等环节的全方位创新推动机制，其中，通过搭建药食同源功效数据库，将营养属性与药食同源功能属性相结合，公司开发出针对中老年预防骨质疏松、促进心血管健康的“欣活”纾糖膳底功能配方奶粉，并在行业内推出了首款“0蔗糖、低升糖指数”的成人纾糖奶粉，以专业的产品和服务，助力中老年消费者健康生活。

（三）积极推动数字化转型，探索“消费者运营”新模式

公司持续探索“消费者运营”创新营销模式，在营销、渠道、运营及大数据等领域，采取开放合作的方式，与业务伙伴共建以消费者为中心的服务网络，并通过“社群营销”“O2O 到家”等新零售运营模式，实现“品牌-门店-消费者”的无缝连接，满足了消费者在多场景下的不同消费需求。

公司进一步加强与电商平台的战略合作，提高电商业务运营效率，实现电商业务的高质量增长。报告期，星图公司调研数据显示，公司常温液体乳在电商平台的零售额市占份额为 28.4%，持续位居电商平台常温液体乳细分市场首位。

公司继续加强核心业务平台的信息化建设，通过数据治理以及 AI 算法平台的部署上线，为数字化业务转型提供了系统及数据环境保障。借助百万级销售终端、13 亿级消费者以及万余家合作伙伴提供的信息，公司应用大数据分析技术，精准把握消费需求动向，不断优化产品结构，全面提升消费者服务能力。

（四）加快推进海外业务发展，夯实全球供应链运营基础

报告期，公司在印尼投资建设的冷冻饮品生产基地一期项目完工投产，项目投资 8.67 亿元人民币，是公司为东南亚消费者提供高品质产品与本土化服务的核心基地。

公司对新西兰 Westland Dairy Company Limited 工厂进行升级，大幅提高优质草饲黄油品牌 Westgold（牧恩）的产量，扩大其在国际黄油市场的份额，为全球消费者带来更高品质的草饲黄油全新体验。

公司通过携手全球合作伙伴持续构建“全球健康生态圈”，充分发挥“全球供应链网络”的协同优势，有效保障了供、产、销体系的高效运营。

（五）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

多年来，公司始终坚持与产业链上下游合作伙伴共同成长，实现互利共赢。报告期，公司深入贯彻落实习总书记“加快探索以生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路子”重要指示精神，在内蒙古自治区、呼和浩特市两级政府的支持下，带头规划并推动建设伊利现代智慧健康谷项目，该项目以乳为产业发展核心，重点发展健康食品、现代奶业产业集群，通过建设高端配方奶粉、液态奶、奶酪生产基地，以及配套奶源基地，打造一个面向乳业全产业链的创新生态圈，全面推动行业健康持续发展。

公司通过夯实技术、金融、产业、风险、优质高产饲草料、奶牛品质升级、全面贴身服务七个方面的“利益联结”机制，全力扶持上游奶业发展，以奶业振兴带动乡村经济振兴、乳产业链健康持续发展。2014年至2021年期间，公司累计服务产业链伙伴8,590户，累计提供融资扶持约930亿元，以实际行动践行“携手乳业上下游合作伙伴共同发展”的初心与使命，通过产业链金融业务，帮助合作伙伴降低经营风险，解决融资困局，最大化发挥全产业链协同价值。

报告期，公司成立了数字化中心，通过构建“数字化规划、数据服务、技术与产品、新零售发展和消费者数字化运营”五项核心能力，一方面面向消费者，以提供高品质产品、创造更好消费者体验为联结，实现向“消费者运营”模式的转型；同时与互联网企业、数字化技术公司等机构建立紧密的合作共创机制，以数字化转型赋能全链创新、以智慧+产业“双融合”构建创新体系、以科技研发驱动产品创新，进一步完善乳业创新生态圈。

（六）持续夯实公司基业长青的文化根基，公司焕发出蓬勃的生机和活力

报告期，公司围绕战略重点，系统性推动企业文化建设工作，完善业务经营理念，以业务为导向动态优化价值观评估权重，推动企业文化建设举措与业务发展深度融合，强化战略、业务、文化一体化落地，更好地引领、赋能业务，助力战略目标实现。公司持续强化创新文化构建，通过优化管理机制、打造创新试点、开展“最美伊利人评选”“创新元”等以“创新”为主题的文化活动，营造公司创新文化氛围，全面激活组织创新活力。公司在全球分子公司开展186场文化故事分享会，面向全员分享了数千个感人肺腑、催人奋进的文化践行故事，强化了全体伊利人对于企业文化的理解、认同和践行，鼓舞了团队士气。公司通过打造一流职业发展平台，持续完善员工关爱体系，连续开展“春雨计划”，员工满意度、敬业度调研结果再创新高，团队的认同感、归属感和荣誉感进一步增强，团队的向心力、凝聚力和战斗力进一步提升。同时，公司以坚守品质信条为核心的特色文化建设，受到广泛认可，分别获得中国企业联合会、中国企业家协会颁发的“全国企业文化优秀成果特等奖”，中国化管理协会颁发的“2021年度新时代企业文化实践创新典范单位”，公司均是全国唯一一家获得荣誉表彰的乳制品企业。

二、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用