

# 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

## 投资者问答汇总

### 1. 问：2020年，乳制品行业整体的增长情况？

答：结合尼尔森和星图公司调研数据进行初步测算，2020年，国内液态类乳品及奶粉终端市场（含线上、线下渠道）零售额比上年同期增长2.1%，其中上述产品的线上渠道零售额比上年同期增长35.7%，线下渠道零售额比上年同期下降2.7%。

### 2. 问：公司在产业链共赢方面所做的努力？

答：2020年，公司与内蒙古自治区土默特左旗政府联合编制《“伊起小康”伊利集团助力土左旗脱贫攻坚工作实施方案》，围绕产业扶贫兴农、技术扶贫兴农、文化扶贫兴农开展帮扶，投入约56.21万元，联合产业链供应商规划青贮种植收购的产业扶贫项目，在市场价基础上增加20元/吨作为扶贫补贴，带动当地青贮销售35,300余吨，为农户创造收益约1,696.28万元；投入200万元启动“伊起小康”扶贫公益基金，用于“补短板、强弱项”专项扶贫活动。

### 3. 问：2020年，公司的市占率情况？

答：2020年，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。

### 4. 问：2020年，公司重点产品的销售情况？

答：2020年，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%。

**5. 问：公司有机产品业务的发展情况？**

答：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，2020 年，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%，在对应的细分市场中位居首位。

**6. 问：公司在渠道建设方面的进展情况？**

答：2020 年，公司深化全渠道战略布局，开展线上、线下营销整合，积极拓展“会员营销”“社群营销”“O2O 到家”等新零售模式，并加强与电商平台的战略合作，构建共赢的新零售生态；公司继续执行年度渠道精耕计划，抓住乡镇市场业务发展机遇，公司服务的乡镇村网点近 109.6 万家，较上年提升了 5.5%。同时，公司不断提升渠道渗透水平，凯度零研数据显示，截至 2020 年 12 月底，常温液态类乳品的市场渗透率为 84.7%，较上年同期提升了 0.4 个百分点。

**7. 问：公司 2021 年经营计划？公司如何实现经营目标？**

答：根据行业发展情况，2021 年，公司计划实现营业总收入 1,070 亿元，利润总额 93 亿元。

2021 年公司将重点做好以下工作：

1、坚守“伊利即品质”信条，继续以高品质的产品和服务引领业务健康持续发展。

2、加快产品创新，继续积极发展健康食品领域新业务。

- 3、继续开拓海外市场，推动国际化业务稳步发展。
- 4、加快数字化转型，提升全渠道运营能力。
- 5、加快奶源发展步伐，提高供应链服务保障能力。
- 6、持续打造“全球健康生态圈”，实现与合作伙伴的协同发展、合作共赢。
- 7、继续以“精益求精、追求卓越、不断超越自我”为要求，夯实公司基业长青的文化根基。