

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

2015 年年度报告摘要

一、重要提示

1.1 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网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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。

1.3 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	因事未能亲自出席本次董事会会议	潘 刚

1.4 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。

1.5 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	胡利平	旭 日
电话	0471-3350092	0471-3350092
传真	0471-3601621	0471-3601621
电子信箱	huliping@yili.com	rxu@yili.com

1.6 根据大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具的“大华审字[2016]001261号”审计报告,公司(母公司)2015年度实现净利润3,115,879,832.17元,加年初未分配利润4,069,697,802.15元,提取法定盈余公积311,587,983.22元,派发2014年度现金红利2,451,496,826.40元后,可供股东分配的利润为4,422,492,824.70元。根据《公司法》、《公司章程》的有关规定,公司以2015年12月31日总股本6,064,800,108股为基数,拟向全体股东每10股派发现金红利4.50元(含税),派发现金红利总额2,729,160,048.60元。本次派发现金红利后,公司(母公司)未分配利润为1,693,332,776.10元。

二、报告期主要业务或产品简介

2.1 报告期内公司所从事主要业务及经营模式

1、经营范围

公司属于乳制品制造行业（以下简称“乳业”），主要业务涉及乳及乳制品的加工、制造与销售，旗下拥有液体乳、乳饮料、酸奶、奶粉、冷冻饮品等几大产品系列。

报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。

2、经营模式

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、冷饮、奶粉、酸奶四大产品业务群和原奶保障服务群。在集团总部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。

3、主要业绩驱动因素

报告期，公司聚焦“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”战略愿景，以落实质量领先战略为基础，依托奶源、产能、品牌等资源优势，通过加快创新步伐，不断对产品结构进行优化；借助渠道拓展与精耕计划的实施，持续改善业务运营效率，在行业发展放缓的环境下，保持了良好、健康的业务增长态势。

报告期，公司“金典”、“安慕希”、“畅轻”、“金领冠”、“巧乐兹”、“甄稀”等重点产品的收入占比，较上年提升近 5 个百分点；同时，根据 AC 尼尔森零研数据显示，公司液态类乳品在三线城市与农村市场的零售额，较上年增长 13.2%。

报告期，公司实现营业总收入 603.60 亿元，较上年同期增长 10.88%，归属于上市公司股东的净利润 46.32 亿元，较上年同期增长 11.76%，实现基本每股收益 0.76 元。

2.2 行业发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1、行业发展阶段与周期性特点

报告期内，因受国内外经济大环境的影响，乳业整体发展增速较前期有所回落。国家统计局信息显示：2015 年 1-11 月，规模以上乳企累计实现营业收入 3015 亿元，比上年同期增长 1.5%，各类乳品产量 2531 万吨，比上年同期增长 4.42%。

短期来看，未来一两年内经济发展仍面临诸多挑战，在一定程度上将会继续影响乳业增速；但从中长期发展趋势来看，由于国内现有人均乳品消费量远低于世界平均水平，且当前乳品消费市场的增长方式，已逐渐由规模增长向品质升级转变，在消费需求不断升级的驱动下，国内乳业仍有较大的发展空间，行业处于上升阶段。

乳品属于日常消费品，行业周期性特征不明显。

2、公司所处的行业地位

报告期，公司主动把握国内乳品消费升级的趋势性机遇，实施创新与国际化驱动发展战略，在坚持执行质量领先战略的基础上，通过多项运营优化举措，实现了良好的增长，业务规模与市场占有率持续稳步提升，行业领导者地位更加凸显。在荷兰合作银行发布的“2015 年度全球乳业排名”中，公司蝉联全球乳业 10 强，亚洲乳业第一。

三、会计数据和财务指标摘要

单位：元币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年增减(%)	2013年
总资产	39,630,968,248.50	39,494,298,817.03	0.35	32,877,387,559.54
营业收入	59,863,485,730.88	53,959,298,690.78	10.94	47,778,865,826.24
归属于上市公司股东的净利润	4,631,791,823.05	4,144,280,536.11	11.76	3,187,239,562.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,018,368,911.66	3,767,648,982.96	6.65	2,200,828,027.44
归属于上市公司股东的净资产	19,984,397,434.55	18,633,924,842.04	7.25	16,125,099,260.91
经营活动产生的现金流量净额	9,536,498,591.50	2,436,487,020.35	291.40	5,474,748,415.96
期末总股本	6,064,800,108.00	3,064,371,033.00	97.91	2,042,914,022.00
基本每股收益（元/股）	0.76	0.68	11.76	0.55
稀释每股收益（元/股）	0.76	0.68	11.76	0.55
加权平均净资产收益率（%）	23.87	23.66	增加0.21个百分点	23.15

四、2015 年分季度的主要财务指标

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	14,838,571,366.22	15,017,050,295.79	15,622,962,355.36	14,384,901,713.51
归属于上市公司股东的净利润	1,302,767,938.39	1,359,410,495.98	975,129,725.66	994,483,663.02
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	1,259,420,160.55	1,318,546,603.63	848,824,897.82	591,577,249.66
经营活动产生的现金流量净额	2,150,025,661.83	3,946,258,731.51	3,327,615,147.48	112,599,050.68

五、股本及股东情况

5.1 普通股股东数量及前 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）					364,151		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					337,456		
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	
呼和浩特投资有限责任公司	248,065,413	533,330,826	8.79	81,663,750	质押	245,000,000	其他
香港中央结算有限公司	190,076,683	255,951,003	4.22	0	未知		其他
潘刚	118,043,314	236,086,628	3.89	0	质押	125,925,546	境内自然人
中国证券金融股份有限公司	185,796,070	185,796,070	3.06	0	未知		其他
阳光人寿保险股份有限公司 一分红保险产品	108,172,028	109,108,907	1.80	0	未知		其他
全国社保基金一零四组合	58,600,113	104,999,998	1.73	0	未知		其他
赵成霞	42,045,070	84,090,140	1.39	0	质押	44,711,176	境内自然人
刘春海	41,654,144	83,308,288	1.37	0	质押	44,183,176	境内自然人
胡利平	39,670,268	79,340,536	1.31	0	质押	41,975,180	境内自然人
全国社保基金五零三组合	39,200,000	78,800,000	1.30	0	未知		其他

六、管理层讨论与分析

6.1 管理层讨论与分析

报告期，在国际经济环境复杂多变、国内经济下行压力加大的背景下，国内乳品消费市场整体增长速度放缓。

面对挑战，公司积极寻找和探索新的市场发展机遇。

1、从乳业中长期发展前景来看，基于当前全球各地人均乳品消费水平现状以及收入与人口增长趋势，未来几年，全球乳品消费将继续保持稳步增长态势。国际乳品联合会 IDF 分析机构预测，2013-2020 年期间，亚非拉地区仍将是全球乳品消费增长的主引擎，年均复合增速预计为 4%，其消费增量贡献预计占比为 84%。进军海外乳品市场，也将成为国内乳企新的业务增长点。

2、以人均乳品消费水平来看，中国与发达国家相比，甚至与世界平均水平相比，差距都还十分悬殊。根据全球最大市场研究集团凯度公司的“消费者指数”（Kantar Worldpanel）监测信息，2015 年中国内地城市人均乳品年消费量为 19.4 升（已将固体乳品还原为液态），尚不足欧美发达国家的 1/5。而美国农业部（FAO）数据也显示，2015 年中国人均液体乳消费量为 10.6kg，低于日韩 31kg、欧盟 60kg 和美国 82.4kg 的消费水平。因此推断，国内人均乳品消费水平远未

饱和，乳品整体市场发展潜力巨大。

3、稳定的社会经济环境、城镇化率的逐步提高、“二胎”生育政策的放开以及中产阶级群体的扩大等因素，都将驱动乳品消费的进一步增长；同时，随着人们健康意识的增强，国内乳品消费市场的增长方式已逐渐从规模增长向品质升级转变。在消费升级的需求驱动下，一些全新品类正在成为未来乳品增长的关键所在。报告期内，作为创新品类的常温酸奶、常温乳酸菌饮料、低温酸奶等，备受消费者青睐，根据 AC 尼尔森零研数据显示，其零售额比上年同期分别增长 91.1%、35.9%、10.2%，远高于液态类乳品市场 2.7%的增速，成为支撑整体液态乳品市场增长的主动力。

4、报告期内，根据 2015 年凯度调研数据显示，国内三四线城市中，低温乳品市场渗透率比上年提升 1.3 个百分点。其零售额比上年同期增长 16%，显著高于行业平均增速（AC 尼尔森零研数据）。在城镇化进程加快和乳品市场渗透率提升的驱动下，三四线城镇将成为中国乳品消费增长的核心区域。

5、在“互联网+”时代，随着电商渠道的异军突起，在移动支付技术、大数据营销和消费金融的推动下，企业通过全方位的品牌传播手段，能够与更多消费者建立互动关系，满足消费者个性化需求，为乳品销售带来更多增长机会。2015 年，根据国家统计局信息显示，国内网上零售额 38,773 亿元，其中食品零售额比上年同期增长 40.8%；根据淘宝数据显示，在国内最大电商平台，液态类乳品零售额比上年增长 1.1 倍，婴儿及成人奶粉类产品零售额比上年增长 10%，乳品电商渠道的销售增长更为强劲。

6、近年来，小型现代渠道为消费者提供了更多便利，获得了蓬勃发展，而乳品则有望借便利性渠道的发展，获得更多销售机会。AC 尼尔森零研数据显示：2015 年，低温酸奶和发酵乳饮料品类在便利店的零售量比上年增长 15.1%，高于该品类全国整体市场 9.8%的增幅。

7、报告期，国内奶源及进口原料奶粉供应量相对充足，且供应价格较上年有所回落，乳品加工成本呈下降趋势，为行业持续发展提供了有力保障。

面对报告期行业增速放缓的压力，公司审时度势，积极把握国内乳品消费升级的趋势性机遇，大力推动创新与国际化双轮驱动发展战略，固守“质量”与“责任”两个根本，通过新产品推广和产品结构优化等营销举措，有效提高了产品市场竞争力，实现了增长。

根据 AC 尼尔森零研数据显示，2015 年 12 月，公司液态奶产品零售额市占份额比上年同期提升 2.5 个百分点；在低温酸奶细分市场中，公司零售额市占份额比上年同期提升近 2.4 个百分点；婴儿奶粉业务在国产品牌中保持市占率第一；冷饮业务继续蝉联行业冠军。

6.2 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业总收入 603.60 亿元，较上年同期增长 10.88%，实现净利润 46.54 亿元，较上年同期增长 11.71%。

6.2.1 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	59,863,485,730.88	53,959,298,690.78	10.94
营业成本	38,375,578,127.73	36,399,991,138.52	5.43
销售费用	13,258,334,249.39	10,074,550,860.62	31.60
管理费用	3,456,163,869.74	3,163,230,547.49	9.26
财务费用	297,162,787.03	154,886,533.97	91.86
经营活动产生的现金流量净额	9,536,498,591.50	2,436,487,020.35	291.40
投资活动产生的现金流量净额	-3,486,938,748.95	-998,650,077.59	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-6,279,015,750.21	2,882,475,873.64	-317.83
研发支出	80,261,682.03	69,558,702.59	15.39

1、收入和成本分析

报告期内，公司实现营业总收入 603.60 亿元，较上期增加 59.23 亿元，同比增长 10.88%，本期发生营业成本 383.76 亿元，较上期增加 19.76 亿元，同比增长 5.43%，其中主要业务的收入和成本影响因素如下：

(1) 液体乳产品本期实现主营业务收入 471.51 亿元，较上期增加 47.45 亿元，同比增长 11.19%，本期主营业务成本 310.82 亿元，较上期增加 17.47 亿元，同比增长 5.96%，其中因销量增长而增加收入 44.66 亿元、增加成本 30.90 亿元，因产品结构调整增加收入 25.31 亿元，因销售价格变动使收入减少 22.52 亿元，主要受材料价格下降以及产品结构影响减少成本 13.43 亿元。

(2) 冷饮产品本期实现主营业务收入 40.98 亿元，较上期减少 1.86 亿元，同比下降 4.34%，本期主营业务成本 26.09 亿元，较上期减少 1.73 亿元，同比下降 6.22%，其中受销量下降影响减少收入 1.28 亿元、减少成本 0.83 亿元，因销售价格变动减少收入 2.77 亿元，因产品结构调整增加收入 2.19 亿元，主要受材料价格下降以及产品结构影响减少成本 0.90 亿元。

(3) 奶粉及奶制品本期实现主营业务收入 64.47 亿元，较上期增加 4.34 亿元，同比增长 7.21%，本期主营业务成本 28.39 亿元，较上期减少 4.32 亿元，同比下降 13.20%，其中由于销量增长而增加收入 1.76 亿元、增加成本 0.95 亿元，受产品结构调整影响收入增加 3.90 亿元，因销售价格变动减少收入 1.32 亿元，主要受材料价格下降以及产品结构影响减少成本 5.27 亿元。

报告期内，公司对前五名客户实现营业收入 1,561,155,611 元，占公司营业收入的比重为 2.61%，公司向前五名供应商的采购金额为 5,636,515,901 元，占公司采购总额的比重为 17.07%。

(1) 主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:元币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
液体乳及乳制品 制造业	57,696,406,338.75	36,530,047,403.61	36.69	9.47	3.23	增加 3.83 个百分点
混合饲料制造业	1,058,183,502.25	846,017,258.95	20.05	35.14	27.94	增加 4.50 个百分点
担保、保理业务	8,918,054.03		100.00	2,104.15		
利息收入	496,388,115.74		100.00	4.04		
销售材料等其他 业务	1,099,977,835.85	999,513,465.17	9.13	132.85	184.67	减少 16.54 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
液体乳	47,151,386,511.42	31,082,195,405.55	34.08	11.19	5.96	增加 3.26 个百分点
冷饮产品系列	4,097,822,503.71	2,609,305,440.90	36.32	-4.34	-6.22	增加 1.27 个百分点
奶粉及奶制品	6,447,197,323.62	2,838,546,557.16	55.97	7.21	-13.20	增加 10.35 个百分点
混合饲料	1,058,183,502.25	846,017,258.95	20.05	35.14	27.94	增加 4.50 个百分点
担保、保理业务	8,918,054.03		100.00	2,104.15		
利息收入	496,388,115.74		100.00	4.04		
销售材料等其他 业务	1,099,977,835.85	999,513,465.17	9.13	132.85	184.67	减少 16.54 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入 比上年增 减 (%)	营业成本 比上年增 减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
华北	18,910,029,988.77	11,874,990,046.41	37.20	13.20	4.91	增加 4.96 个百分点
华南	17,592,449,788.93	11,609,699,829.79	34.01	15.79	11.31	增加 2.66 个百分点
其他	22,261,028,117.33	13,891,374,786.36	37.60	3.12	-2.86	增加 3.84 个百分点

(2) 产销量情况分析表

单位:万吨

主要产品	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减 (%)	销售量比上年增减 (%)	库存量比上年增减 (%)
液体乳	639.67	638.21	13.58	10.06	10.53	12.05
冷饮产品系列	41.12	42.29	0.51	-6.21	-3.00	-69.57
奶粉及奶制品	9.32	9.45	0.61	1.81	2.92	-17.86

(3) 成本分析表

单位：元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
液体乳及乳制品制造业							
	直接材料	32,193,110,556.21	88.13	31,614,553,541.40	89.34	1.83	
	直接人工	1,254,243,461.96	3.43	1,086,338,090.04	3.07	15.46	
	制造费用	3,082,693,385.44	8.44	2,686,744,294.05	7.59	14.74	
混合饲料							
	直接材料	819,768,155.01	96.89	639,625,558.12	96.73	28.16	
	直接人工	9,533,902.61	1.13	8,175,703.14	1.24	16.61	
	制造费用	16,715,201.33	1.98	13,444,878.67	2.03	24.32	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
液体乳							
	直接材料	27,959,161,136.15	89.95	26,746,680,775.37	91.18	4.53	
	直接人工	842,184,162.14	2.71	694,646,305.18	2.37	21.24	
	制造费用	2,280,850,107.26	7.34	1,893,505,604.35	6.45	20.46	
冷饮产品系列							
	直接材料	1,897,565,383.44	72.72	2,100,267,009.53	75.49	-9.65	
	直接人工	287,982,870.94	11.04	279,159,071.45	10.03	3.16	
	制造费用	423,757,186.52	16.24	402,984,812.97	14.48	5.15	
奶粉及奶制品							
	直接材料	2,336,384,036.62	82.31	2,767,605,756.50	84.63	-15.58	
	直接人工	124,076,428.88	4.37	112,532,713.41	3.44	10.26	
	制造费用	378,086,091.66	13.32	390,253,876.73	11.93	-3.12	
混合饲料							
	直接材料	819,768,155.01	96.89	639,625,558.12	96.73	28.16	
	直接人工	9,533,902.61	1.13	8,175,703.14	1.24	16.61	
	制造费用	16,715,201.33	1.98	13,444,878.67	2.03	24.32	

2、费用

单位：元

项目名称	本期数	上年同期数	增长率
营业税金及附加	251,039,621.28	185,388,696.48	35.41%
销售费用	13,258,334,249.39	10,074,550,860.62	31.60%
财务费用	297,162,787.03	154,886,533.97	91.86%
资产减值损失	13,620,769.43	176,432,072.84	-92.28%
投资收益	186,347,547.36	107,739,750.69	72.96%
营业外收入	712,271,532.61	463,408,540.37	53.70%
所得税费用	869,108,383.22	619,347,321.70	40.33%

(1) 营业税金及附加增加主要原因：主要是本期应交增值税增加导致城市维护建设税和教育费附加增加所致。

(2)销售费用增加主要原因：由于市场竞争激烈，本期投入的广告、导购理货等营销费用增加所致。

(3)财务费用增加主要原因：本期新西兰元兑美元汇率下降导致汇兑净损失增加，以及利息收入减少所致。

(4)资产减值损失减少主要原因：上期对列入可供出售金融资产的辉山乳业计提了资产减值准备导致上期资产减值损失金额较大所致。

(5)投资收益增加原因：主要是本期处置金宇集团、内蒙发展等可供出售金融资产所致。

(6)营业外收入增加主要原因：本期收到的政府补助增加所致。

(7)所得税费用增加主要原因：本期实现应纳税所得额增加导致计提的所得税费用增加所致。

3、研发投入

研发投入情况表

单位：元

本期费用化研发投入	80,261,682.03
本期资本化研发投入	
研发投入合计	80,261,682.03
研发投入总额占营业收入比例（%）	0.13
公司研发人员的数量	349
研发人员数量占公司总人数的比例（%）	0.60
研发投入资本化的比重（%）	0

情况说明

公司在“创新和国际化”战略下，不仅注重自主研发，而且重视开放式创新，除持续加强乳品基础研究、风险评估和产品开发外，运用全球资源，不断推动原始创新、引进、消化、吸收和再创新能力提升，重视消费者洞察，拓宽产品研发领域，完善组织架构和平台建设，加强人才培养和引进，加大技术开发和产品开发投入，为公司领跑中国乳业夯实了基础。

4、现金流

单位：元

项目名称	本期数	上年同期数	增长率
收到的税费返还	30,826.54	324,919.41	-90.51%
存放中央银行和同业款项净增加额	-963,028,861.91	1,806,425,684.12	-153.31%
支付的各项税费	3,654,510,250.30	2,739,842,120.19	33.38%
支付其他与经营活动有关的现金	1,027,818,840.86	789,176,943.93	30.24%
经营活动产生的现金流量净额	9,536,498,591.50	2,436,487,020.35	291.40%
收回投资收到的现金	189,944,707.17	42,873,387.61	343.04%
取得投资收益收到的现金	63,539,196.10	111,024,844.13	-42.77%
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	26,361,846.79	14,920,924.38	76.68%
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	44,795,070.64		100.00%
收到其他与投资活动有关的现金		2,900,000,000.00	-100.00%
投资支付的现金	159,447,991.00	121,000,000.00	31.78%
偿还债务支付的现金	13,406,493,857.35	4,871,160,723.51	175.22%
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,658,969,290.03	1,807,193,272.43	47.13%
支付其他与筹资活动有关的现金	1,034,377,314.11		100.00%

(1) 收到的税费返还减少原因：本期子公司收到的房产税返还减少所致。

(2) 存放中央银行和同业款项净增加额减少原因：财务公司上期首次交存法定存款准备金导致上期现金流出较大；本期由于法定存款准备金率下降导致本期存放中央银行法定存款准备金减少。

(3) 支付的各项税费增加原因：主要是本期缴纳的增值税增加所致。

(4) 支付其他与经营活动有关的现金增加原因：主要是本期差旅费和咨询费用增加所致。

(5) 经营活动产生的现金流量净额增加主要原因：1) 本期应付账款增加导致本期现金流出相对较小，而上期由于原材料储备增加导致上期现金流出金额较大，受二者共同影响本期购买商品接受劳务支付的现金较上期增幅较小；上期由于预收账款下降较快导致上期现金流入相对较小；财务公司上期首次交存法定存款准备金导致上期现金流出较大，而本期法定存款准备金率下降导致本期存放中央银行法定存款准备金减少。

(6) 收回投资收到的现金增加原因：主要是本期处置金宇集团、内蒙发展等可供出售金融资产收回现金所致。

(7) 取得投资收益收到的现金减少原因：主要是上期银行理财产品的收益较大所致。

(8) 处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额增加原因：主要是本期处置机器设备收到的现金净额增加所致。

(9) 处置子公司及其他营业单位收到的现金净额增加原因：本期处置石河子伊利乳业有限责任公司和肇东伊利乳品有限公司所致。

(10) 收到其他与投资活动有关的现金减少原因：上期收回银行理财产品的本金所致。

(11) 投资支付的现金增加原因：主要是本期投资山东新巨丰科技包装有限责任公司支付的现金增加所致。

(12) 偿还债务支付的现金增加原因：本期归还的分期付息到期还本的长、短期借款增加所致。

(13) 分配股利、利润或偿付利息支付的现金增加原因：主要是本期支付股利增加以及支付的银行借款利息支出增加所致。

(14) 支付其他与筹资活动有关的现金增加原因：本期进行回购股份以及购买少数股东股权支付现金所致。

6.2.2 非主营业务导致利润重大变化的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

6.2.3 资产、负债情况分析

资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
预付款项	614,524,341.58	1.55	389,960,876.90	0.99	57.59	
长期应收款	2,640,092.22	0.01			100.00	
长期股权投资	121,879,207.33	0.31	25,726,556.22	0.07	373.75	
工程物资	6,685,264.22	0.02	18,825,024.39	0.05	-64.49	
固定资产清理			3,601,099.09	0.01	-100.00	
递延所得税资产	411,671,286.96	1.04	686,182,446.30	1.74	-40.01	
应付票据	563,109,677.86	1.42	266,080,000.00	0.67	111.63	
应付利息	2,931,747.17	0.01	11,405,220.38	0.03	-74.29	
长期借款	289,000.00		703,974,000.00	1.78	-99.96	
递延所得税负债			6,778,664.34	0.02	-100.00	
股本	6,064,800,108.00	15.30	3,064,371,033.00	7.76	97.91	
资本公积	2,476,707,919.74	6.25	6,481,242,246.74	16.41	-61.79	
其他综合收益	196,880,591.66	0.50	22,597,743.80	0.06	771.24	

其他说明

- 1、预付账款增加原因：主要是本期预付广告宣传费和包装材料款增加所致。
- 2、长期应收款增加原因：本期子公司内蒙古牧泉元兴饲料有限责任公司对客户采用分期收款方式销售青贮收割机所致。
- 3、长期股权投资增加原因：本期投资山东新巨丰科技包装有限责任公司所致。
- 4、工程物资减少原因：本期专用设备和专用材料减少所致。
- 5、固定资产清理减少原因：本期对期初准备报废的机器设备进行了处置。
- 6、递延所得税资产减少原因：主要是本期实现应纳税所得额，可抵扣亏损减少导致递延所得税资产冲回所致。
- 7、应付票据增加原因：本期向供应商采购原材料和包装材料使用的银行承兑汇票增加所致。
- 8、应付利息减少原因：银行借款期末余额较期初减少以及本期借款利率下降，导致计提的应付利息相应减少。
- 9、长期借款减少原因：本期子公司香港金港商贸控股有限公司归还借款所致。
- 10、递延所得税负债减少原因：列入可供出售金融资产核算的金宇集团、内蒙发展在本期处

置导致计提的递延所得税负债冲回所致。

11、股本增加原因：主要是本期资本公积金转增股本所致。

12、资本公积减少原因：主要是本期进行了资本公积金转增股本以及股份回购所致。

13、其他综合收益增加原因：主要是列入可供出售金融资产核算的辉山乳业本期股价上涨所致。

6.2.4行业经营性信息分析

报告期，国内乳品行业呈现以下特点：

1、从供应者角度来看，根据国家统计局信息显示，2015 年 1-11 月国内乳企加工和制造各类乳品累计产量 2531 万吨，比上年增长 4.42%；同期，根据国家海关数据显示，国内各类乳品进口量达到 192 万吨，比上年下降 6.3%，按 CIF 价格计算，共计价值 61 亿美元，比上年下降 28.2%，其中，终端消费的乳品进口量占国内产量的 2%，与上年相比，该比例未发生明显变化。

2、从市场消费角度来看，根据 AC 尼尔森零研数据显示，2015 年度各类乳品线下零售额比上年增长 4.3%，其中，低温酸奶大类产品(低温酸奶+低温发酵乳饮料)零售额比上年增长 8.8%，高端奶零售额比上年增长 15.5%；线上与线下合计，婴儿配方奶粉零售额比上年增长 7.2%。

6.2.5 投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

截止到本报告期末公司对外股权投资状况见下表：

单位：元币种：人民币

被投资单位名称	会计核算科目	期初余额	增减变动	期末余额	在被投资单位持股比例（%）	减值准备	本期现金红利
石河子开发区绿洲牧业奶牛养殖有限责任公司	长期股权投资	6,715,207.05	-6,715,207.05		40.00		
呼伦贝尔盛鑫投资有限公司	长期股权投资	19,011,349.17	-190,959.77	18,820,389.40	40.00		
山东新巨丰科技包装有限责任公司	长期股权投资		103,058,817.93	103,058,817.93	20.00		
成都银行股份有限公司	可供出售金融资产	81,250,000.00		81,250,000.00	1.00		8,125,000.00
绵阳科技城产业投资基金	可供出售金融资产	145,831,083.47	-14,821,609.74	131,009,473.73	2.22		6,431,345.49
内蒙古大宗畜产品交易所有限公司	可供出售金融资产	500,000.00	-500,000.00				
中信产业投资基金管理有限公司	可供出售金融资产	121,500,000.00		121,500,000.00	5.00		37,500,000.00
内蒙古伊生生物科技有限公司	可供出售金融资产	400,000.00		400,000.00	10.00		
深圳市华泰瑞麟股权投资基金合伙企业	可供出售金融资产	50,000,000.00		50,000,000.00	5.00		
国际纸业(呼和浩特)包装有限公司	可供出售金融资产	10,418,992.39		10,418,992.39	18.64		
国开博裕一期（上海）股权投资合伙企业	可供出售金融资产	146,000,000.00	32,994,980.00	178,994,980.00	4.09		8,999,858.77
呼市驻海口办事处	可供出售金融资产	50,000.00		50,000.00		50,000.00	
呼市商城房地产	可供出售金融资产	300,000.00		300,000.00	1.37	300,000.00	
协同创新基金	可供出售金融资产		20,000,000.00	20,000,000.00	10.24		
内蒙古金宇集团股份有限公司	可供出售金融资产	35,080,000.00	-35,080,000.00				300,000.00
内蒙古敕勒川科技发展股份有限公司	可供出售金融资产	3,846,960.00	-3,846,960.00				
上海磐沅投资中心	可供出售金融资产	52,196,135.60	-52,196,135.60				
CITICPE Holdings Limited	可供出售金融资产	20,363,210.83	10,195,455.18	30,558,666.01	5.00		
中国辉山乳业控股有限公司	可供出售金融资产	154,636,427.33	206,655,413.25	361,291,840.58	1.08		2,182,991.84

(1) 重大的股权投资

不适用。

(2) 重大的非股权投资

单位：万元币种：人民币

项目名称	项目金额	项目进度	本年度投入	累计投入	资金来源
液态奶项目	761,250	60.73%	170,216	462,320	自有资金
奶粉项目	81,521	11.99%	7,942	9,773	自有资金
冷饮项目	162,025	81.88%	4,494	132,660	自有资金
酸奶项目	180,094	60.77%	37,680	109,438	自有资金
其他	325,663	59.79%	41,908	194,720	自有资金
合计	1,510,553		262,240	908,911	

(3) 以公允价值计量的金融资产

报告期内，公司持有以公允价值计量的金融资产及取得的投资收益情况如下：

单位：元币种：人民币

项目	初始投资成本	期末占该公司股权比例（%）	期初账面价值	本期发生额	期末账面价值	本期投资收益
内蒙古金宇集团股份有限公司	500,000.00		35,080,000.00	-35,080,000.00		77,084,756.30
内蒙古敕勒川科技发展股份有限公司	432,000.00		3,846,960.00	-3,846,960.00		6,398,027.57
上海磐沅投资中心	45,000,000.00		52,196,135.60	-52,196,135.60		35,305,302.56
CITICPE Holdings Limited	7,142,960.00	5.00	20,363,210.83	10,195,455.18	30,558,666.01	
中国辉山乳业控股有限公司	327,933,608.74	1.08	154,636,427.33	206,655,413.25	361,291,840.58	2,182,991.84
合计	381,008,568.74		266,122,733.76	125,727,772.83	391,850,506.59	120,971,078.27

内蒙古金宇集团股份有限公司，内蒙古敕勒川科技发展股份有限公司、上海磐沅投资中心已在本期处置。

6.2.6重大资产和股权出售

不适用。

6.2.7主要控股参股公司分析

1、主要子公司情况

单位：万元币种：人民币

子公司全称	经营范围	注册资本	总资产	净资产	净利润
湖北黄冈伊利乳业有限责任公司	乳及乳制品、乳饮料及冰淇淋制造及销售、牛奶收购销售、奶牛饲养等	79,700	144,319.93	103,924.97	7,976.63
定州伊利乳业有限责任公司	乳制品、饮料、食品用塑料包装容器工具等制品、冷冻饮品制造销售；牛奶收购、销售；包装材料、乳品设备销售；货物进出口、技术进出口	20,500	80,359.23	53,274.94	24,394.61
天津伊利乳业有限责任公司	乳制品[调制乳粉、其他乳制品（奶片）]、婴幼儿配方乳粉（干湿法复合工艺）、食品添加剂（氮气）的生产；自营和代理货物和技术进出口	10,000	83,111.93	41,195.50	8,992.56
合肥伊利乳业有限责任公司	奶牛饲养，牛奶收购和销售；乳、乳制品（不含婴幼儿配方奶粉）、饮料（蛋白饮料类）及冷冻饮品的生产和销售；预包装食品销售；机械设备销售；相关原辅料及包装物料的生产及销售，经营本企业自产品及技术的出口业务和本企业所需的原辅材料及技术的进口业务	26,500	76,631.42	52,496.36	9,224.26
肇东市伊利乳业有限责任公司	乳制品加工销售及所需设备及备件进口	13,000	80,513.34	27,368.99	9,228.78
济南伊利乳业有限责任公司	巴氏杀菌乳、发酵乳、灭菌乳、调制乳，全脂灭菌乳，强化维生素 A、D、铁、锌全脂灭菌调制乳，全脂灭菌乳，低乳糖灭菌调制乳，强化维生素 AD 低乳糖灭菌调制乳，强化维生素 D 高钙全脂灭菌调制乳，干酪、稀奶油、奶油、无水奶油、冰淇淋、雪糕、雪泥、冰棍、甜味冰、含乳饮料生产、销售；生鲜牛奶收购。相关原辅材料及包装物料的生产及销售，生产设备的进口	19,000	61,416.23	33,493.37	8,794.00
内蒙古金川伊利乳业有限责任公司	乳制品、含乳饮料及相关原辅材料的制造销售、饲养奶牛、牛奶收购等	16,475	67,730.98	37,611.14	10,954.83
内蒙古金海伊利乳业有限责任公司	牛奶收购，乳制品，冷冻食品生产、加工、销售	12,000	63,954.13	57,030.99	14,069.59
潍坊伊利乳业有限责任公司	乳制品（灭菌乳、调制乳）生产及销售；农产品收购及销售；相关原辅料及包装物料的生产及销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务	48,000	141,808.69	78,683.60	10,436.78
广东伊利乳业有限责任公司	生产、销售：饮料（蛋白饮料类）、乳及乳制品{液体乳（巴氏杀菌乳、酸乳）}，食品用塑料包装容器工具等制品的生产、销售与技术开发，本企业自用设备及自产产品的进出口业务，食品饮料加工设备的销售，牛奶的收购与销售	73,000	94,346.02	82,338.42	8,605.17
伊利财务有限公司	办理成员单位之间的委托贷款、票据承兑和贴现、办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算	100,000	1,289,553.01	162,351.97	31,820.10

2、新增子公司情况

单位：万元币种：人民币

子公司名称	经营范围	取得方式	注册资本	期末净资产	本期净利润
保定伊和生物科技有限责任公司	饲料添加剂、添加剂预混料饲料生产、研发、销售；农副产品、粮食收购、销售及仓储服务；挤奶设备配件、纸巾、养殖用器械、兽药、生物制品销售	设立	1,000	444.25	-555.75
宁夏伊康元生物科技有限公司	经营项目筹建	设立	8,000	7,993.50	-6.50
惠商商业保理有限公司	保付代理	设立	30,000	30,091.14	91.14
PT.Green Asia Food Indonesia	商业贸易	设立	200 万美元	322.81	3.82

3、减少子公司情况

子公司名称	处置原因
吉林市伊利食品有限责任公司	注销
济源伊利畜牧发展有限责任公司	注销
Kinderfroh Nutritions Gmbh	注销
Fortune Fort International Limited	注销
肇东市伊利乳品有限公司	转让
石河子伊利乳业有限责任公司	转让

6.2.8公司控制的结构化主体情况

不适用。

6.3 公司关于公司未来发展的讨论与分析

6.3.1 行业竞争格局和发展趋势

在国内经济增长放缓以及经济结构转型升级背景下,国内乳品消费市场将从过去快速增长进入到平稳增长阶段。未来,在国内宏观经济稳中有增、城镇化率逐步提高、居民收入稳步增加、人口总数持续增长这四大关键因素推动下,国内乳品消费市场将继续保持良好增长态势。

当前,国内乳品市场也进入到了品质消费时代,在大健康食品概念下,健康、高品质、高附加值的产品,已成为乳企持续成长的核心动力,与此同时,乳企也将面临更多来自其他相关行业竞争者的挑战。

随着生活水平的提升,消费者更加重视食品安全,政府进一步加强了食品安全监管,食品质量与安全环境不断得到净化,将带动整体乳业产业链的健康持续发展。

未来,在全球经济一体化进程中,国内乳制品消费市场及相关产业的国际化开放步伐将进一步加快。国际化的竞争与合作升级,以及海外市场的发展机会,将给国内乳企带来更大的挑战和更多的机遇。

当前,国内乳业正值转型关键期,经历着由关注速度到追求质量、从强调制造到凸显创造、从深耕国内到布局全球的发展历程,需要以全球化的发展视野,通过创新和国际化促进转型升级。

6.3.2 公司发展战略

董事长潘刚为公司确定了进军“全球乳业 5 强”的战略目标。为实现该战略目标,公司在执行质量领先战略的基础上,将进一步落实以下战略举措:

- 1、以创新驱动业务发展。利用公司国内外研发资源,快速开发满足消费者需求的新产品,从而达到通过产品升级换代带动业务健康持续发展;
- 2、整合品牌资源,不断优化产品结构,持续提高盈利能力;
- 3、在积极开拓新兴渠道的同时,提高县乡镇农村市场产品渗透能力,挖掘空白市场业务机会;
- 4、持续推进渠道精耕计划的实施,加强与重点渠道合作伙伴的战略合作,提升营销资源的投入产出效益,从而增强终端市场竞争力,获取更多市场份额;
- 5、不断优化供应链,提升服务水平,促进销售增长,同时有效控制供应链成本,提高盈利能力;
- 6、积极拓展国际业务,增加新的业务和利润增长点。

6.3.3 经营计划

2015 年公司经营情况说明:

1、建设世界一流质量管理体系,升级并落实质量领先战略

报告期,公司以塑造消费者高度信赖的质量形象为目标,夯实质量领先管理体系和质量自主管理模式两项基础。在国际知名的检验、鉴定、测试和认证机构 SGS 咨询团队指导下,公司以全球食品安全管理体系 FSSC22000 为主线,建设世界一流的质量管理体系和质量管理团队,实现端到端全链条质量自主管理,有效管控质量风险,确保产品品质和服务领先,助力公司战略目标实现。

报告期,公司重新梳理了各项食品与生产安全制度与操作规范,并加强执行监督与改进,对

标 ISO14001 体系标准要素，完善企业内部环保评审标准与检核机制，健全环保监测评价管理体系，继续强化安全生产管理，提高了生产运营保障能力。

报告期，公司是荣膺国家工信部评选的“2015 工业企业质量标杆”的唯一乳制品企业。

2、以创新与国际化为驱动，持续推进公司战略实施

报告期，公司秉承董事长潘刚提出的“让创新成为伊利的态度”的管理思想，大力度推进创新工作，重构了创新组织和管理体系，新设市场研究部、创新中心等专门机构，搭建大数据平台，进行消费者需求洞察和研究。同时，公司继续深化落实董事长潘刚提出的“全球织网”战略，主导实施中美食品智慧谷，以及借助新西兰、荷兰研发平台，与全球农业、食品、生命科学领域顶尖科研院校、研究机构，建立起战略合作关系及合作机制，有效整合了内外创新资源，确保公司技术创新成果的领先性和应用性。

报告期，根据 AC 尼尔森零研数据显示，公司旗下创新品类产品销售增长强劲：常温酸奶安慕希零售额同比增长 460%；在母婴渠道，婴幼儿配方奶粉新品“金领冠珍护”零售额同比增长 27%，托菲尔零售额同比增长 921%。

2015 年年末，公司新西兰生产基地二期项目已完成设计规划，预计在 2017 年 4 月完工。该项目包括奶粉、液态奶等产品加工，是公司重要的战略基地。

自 2014 年与意大利斯嘉达公司达成战略合作以来，公司战略性布局进口液奶业务，共同推出纯进口牛奶培兰，有效推动了公司高端液奶业务的持续快速增长。

目前，公司荷兰与新西兰研发中心运转良好。

3、立足公司战略，提升品牌竞争力

报告期，公司启动以“品质、健康、有社会责任感”为主题的品质营销计划，利用“奔跑吧兄弟”、“最强大脑”等影视传播资源，实施线上线下整合营销策略。通过上述品牌传播活动，吸引更多消费者走近“伊利”，强化了与年轻消费群体的沟通及互动。

报告期，公司利用互联网平台和移动终端技术支持，积极加快伊利互联网“生态圈”的构建步伐。通过与“快的打车”、“宝宝树育儿网”等媒介平台建立战略合作关系，结合大数据分析工具，拓展渠道并助力品牌发展，开创了伊利“互联网+”新业务模式，提升了公司整体业务竞争力。

AC 尼尔森零研数据显示，在 2015 年乳品细分市场中，“伊利”旗下的“金典”、“安慕希”、“畅轻”、“金领冠珍护”品牌的零售额市占份额，比上年分别提高 0.6、2.3、1.1 和 0.3 个百分点。

4、夯实基础管理，提高整体运营效率

报告期，公司加强对奶源供应商的养殖技术服务和产业链融资服务，有效保障了奶源供应和质量，维护了奶源供应商的利益，并促进养殖业健康持续发展。2015 年，公司基地内奶牛日单产量同比提升 2 公斤，奶牛科学养殖和牧场运营管理水平持续提高。

2015 年 6 月底，公司完成了互联网业务战略及电商业务优化运营规划。经过半年的整合运营，公司电商业务运营流程更为顺畅便捷，全年销售额同比增长近 2.7 倍。报告期，通过提高母

婴渠道门店渗透率、重点产品铺货水平等关键营销举措，公司在母婴渠道的门店铺货率达到 73%，同比提升 9 个百分点，销售额同比增长 50%。

报告期，公司深入推进渠道精耕计划，不断改善重点城市终端门店服务水平；并启动实施数字化营销信息平台项目，借助互联网信息技术，进一步强化终端信息掌控能力。

报告期，公司继续推进供应链优化方案的实施，通过端到端的业务整合，改善了供应链服务水平和运营效率。2015 年 7 月，公司启动了商务金融项目，通过成立“伊利集团产业链金融中心”，整合内外部资源，为已建立稳定、良好合作关系的上游供应商和下游经销商提供金融服务。截至 2015 年底，公司为 525 户合作伙伴办理了约 11.5 亿元的融资，有效解决了客户的业务资金需求。

5、升级企业文化，追求卓越发展目标

报告期，立足“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的愿景，董事长潘刚将伊利文化全新升级为卓越文化，从愿景使命、核心价值观、行为标准、领导力等多个维度进行全新构建。新文化为公司打造核心竞争力、助力战略目标的实现提供了强大的精神动力和行为指引。

2016 年公司经营计划：

根据行业发展环境特点，2016 年公司计划实现营业总收入 630 亿元，利润总额 60 亿元。

该经营目标受未来经营环境影响存在一定的不确定性，并不构成对投资者的业绩承诺，敬请投资者注意投资风险。

为圆满完成 2016 年经营目标，公司重点在以下方面进行了部署：

1、升级质量领先战略，强化食品安全与生产安全管理

2016 年，公司在建设世界一流的质量管理体系框架下，着力构筑全链条端到端的质量自主管理能力，通过完善国际领先的食品安全风险防控和产品质量管控体系，确保产品品质和服务质量的领先。

2、以创新和国际化为突破，推动公司整体业务持续健康增长

2016 年，公司将继续健全消费者需求洞察和渠道及购物者研究机制，通过海外合作平台建设和合作项目实施进度的推进，建立并完善开放式产品创新模式，对海外最新研究趋势洞察，对新产品、新技术进行实时追踪。

公司持续并有序推进国际化战略，在构建海外贸易战略合作关系、布局海外生产基地的基础上，以全球健康食品领域视角，研究并规划海外市场业务，并通过多种方式推动业绩增长。

3、以“精准营销、精益运营、精确管理”为目标，加强并夯实核心经营能力

2016 年，公司将通过以下行动，在增强消费者洞察及产品创新能力、品牌规划能力的同时，进一步夯实渠道开拓与精进、供应链运营优化等基础能力。

（1）“精准营销”：以满足消费者需求为根本目的，研究和洞察消费者，精准定位目标市场与细分人群，精准开发产品，精准传播品牌形象，并在此前提下，完善集团品牌规划架构，提高子品牌竞争力。

（2）“精益运营”：持续优化供应链管理，提升供应链服务水平，降低整体运营成本；在不

断拓展新兴渠道，推动渠道多元化发展同时，继续推进渠道精耕，优化终端服务与管理标准，提升销售终端掌控能力。

(3)“精确管理”：公司自上而下聚焦“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”战略愿景，建立追求卓越、不断超越自我的业绩持续改进机制，通过夯实管理基础、完善制度与流程体系建设，导入先进的管理理念和工具，全方位提升整体业务运营能力。

因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求：

根据公司 2016 年度经营方针，公司本年度在主导产业项目及其支持性项目上计划投资 1,025,235.51 万元，所需资金拟通过公司自筹和银行贷款及其他融资等方式解决。

6.3.4可能面对的风险

2016 年，国内外宏观经济环境更加复杂，行业增速以及企业发展目标所面临的不确定性增加。企业将随时关注市场环境变化，及时采取应对策略。

食品安全是食品企业最为关注的风险，对此，公司本着追求产品质量永无止境的信念，以国际标准和切实行动，改善、优化、升级企业的全球质量管理体系，确保产品质量与安全。

6.3.5其他

无。

6.4公司因不适用准则规定或特殊原因，未按准则披露的情况和原因说明

☐适用 ☒不适用

七、涉及财务报告的相关事项

7.1与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用。

7.2报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

不适用。

7.3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。

本期纳入合并范围的子公司 94 户，具体详见《公司 2015 年年度报告》附注九“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，增加 4 户，减少 6 户，具体详见《公司 2015 年年度报告》附注八“合并范围的变更”。

7.4年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用。