**内蒙古伊利实业集团股份有限公司**

**投资者问答汇总**

**1.问：2022年，乳制品行业的发展趋势是怎样的？**

答：随着居民健康意识的增强和城乡居民消费力的提升，乳品作为改善国民身体素质、打造健康生活方式的重要构成，消费规模将继续扩大，乳品行业和以乳为原料的相关食品行业发展空间良好。凯度消费者调研数据显示：2022年消费液态乳品的家庭户数，对比2021年有3.5%的增幅，液态乳品的消费群体继续保持增长态势。同时，有机、低GI（升糖指数）、A2β-酪蛋白等具有健康和功能属性的乳品及乳基营养品，备受消费者青睐，创新成为驱动乳品行业持续发展的动力。

国内人口出生率继续下滑，新生儿总体规模持续减少。但随着国内乳品的持续创新和升级， 本土婴幼儿配方奶粉品牌赢得了更多消费者的认可，国产配方奶粉的市场竞争力进一步增强；与此同时，随着人口老龄化趋势和健康管理意识的增强，成人乳基营养品已成为行业新的增长 点。

此外，随着工作生活节奏的加快，近场化消费趋势明显，越来越多的消费者通过线上电商平台以及新零售渠道满足日常购物需求。通过渠道拓展和数字化转型，也为乳企带来了更多业务增长机会。

**2.问：2022年，公司的市占率情况？**

答：2022年，尼尔森零研数据显示，公司液态类乳品零售额市占份额为33.4%，稳居细分市场第一；婴幼儿配方奶粉零售额市占份额为 12.4%，跃居细分市场第二；成人奶粉零售额市占份额为25.3%，位列细分市场第一；奶酪业务的终端市场零售额份额比2021年提升了3.5个百分点；冷饮业务市场份额保持市场第一，连续28年稳居全国冷饮行业龙头地位。

**3.问：2022年，公司有哪些新品推出？**

答：近年来，公司加快了产品创新节奏，相继推出“金典”超滤牛奶、“金典”娟姗有机纯牛奶、“安慕希”气泡风味发酵乳、“安慕希”AMX新疆哈密瓜奶昔风味酸奶、“安慕希”AMX丹东草莓奶昔风味酸奶、“QQ星”原生A2β-酪蛋白纯牛奶、“金领冠”塞纳牧新国标有机婴幼儿配方奶粉、“伊利”宫酪经典凝酪酸奶、“绮炫”系列冰淇淋、“甄稀”生牛乳系列冰淇淋新产品，满足了消费者多元需求。2022年，公司新品的营业收入占比保持在12%以上，产品创新推动公司业务健康持续发展。公司持续培育有机乳品、乳及植物基营养品、奶酪、天然矿泉水等高增长业务，推动相关战略举措落地，以上业务较2021年增速在 20%以上。

**4.问：公司在创新方面有哪些新举措？**

答：公司认真贯彻落实国务院办公厅发布的《关于印发“十四五”国民健康规划的通知》，在继续推进减盐、减油、减糖与健康口腔、健康体重、健康骨骼的“三减三健”等专项行动的同时，围绕不同年龄阶段以及特殊人群的健康管理诉求，依托全球开放式创新平台，结合公司业 务发展方向，开展深度研究和产品定制化开发。

2022年，公司聚焦创新战略，依托全球 15 个创新中心，整合海内外研发资源，构建全球创新网络，积极开展全产业链创新合作；通过“开放式创新平台、集团创新中心、事业部应用创新平台”的三级研发体系，借助数字化平台，精准洞察并识别消费者需求，以满足和服务消费者需求为目的，不断提升企业创新能力。

**5.问：公司在渠道建设方面的进展情况？**

答：2022年，公司在在充分发挥线下渠道深度分销优势的同时，积极布建新零售渠道，整合线下与线上渠道一体化运营模式，通过把握母婴、餐饮、电商平台以及社群团购等渠道业务发展机会，有效推动数字化业务转型战略落地，助力公司业务加速发展。2022年，公司线上电商平台及新零售业务实现双位数的增长。

**6.问：公司在数字化方面所做的努力？**

答：近年来，公司以实现“消费者价值领先”为前提，从核心业务场景赋能、数据和技术能力建设以及生态网络构建等方面，推动并促进营销、供应链等专业领域的创新变革，加快了业务数字化运营转型进程。

2022年，公司与互联网企业开展深度合作，采用“企业内创新赋能-产业链联合创新-创新能力生态输出”模式，搭建开放式产品创新平台，在加快产品与技术的创新孵化和敏捷迭代的同时，应用人工智能技术深度洞察消费者需求，与消费者直连共创，提高端到端产品创新效率。

公司持续推进消费者数字化运营模式转型升级，围绕“潜客入口-新客转化-老客留存”的会员服务链路，不断探索优化消费者运营模式，升级智慧终端，整合线下线上营销资源，全面提升消费者产品与服务体验满意度。**7.问：公司在国际化方面的布局是怎么考虑的？**

答：2022年，全球粮食、油脂、乳制品等基础原料的贸易价格不断走高，海外供应链的不确定性上升。面对以上环境，公司充分利用全球供应链网络布局优势，通过优化产品结构、积极拓展全球业务、开展战略长协降低物料供应风险等多项举措，有效保障了国内外市场与生产基地所需产品、物料的及时供给交付，推动公司国际化业务稳步发展，海外基地的生产效能得以持续提升，产品辐射全球五大洲的多个国家和地区。

2022年，公司在新西兰基地投资建设的黄油生产线正式投产，该生产线投产后，公司的优质草饲黄油年产能可以实现翻倍，达到4.2万吨/年，成为新西兰西海岸最大的黄油工厂；2022年10月，子公司 Westland Dairy Company Limited收购新西兰乳品公司Canary Enterprises Limited股权。通过此次收购，公司增加了乳脂、奶酪等世界级品质的乳制品加工产能，将其产品向航空、酒店、餐饮等专业渠道进行覆盖，加速推进公司业务在全球市场的渗透。

**8.问：公司可持续发展战略的落地情况？**

答：公司对标全球食品行业最佳实践，以高质量发展为核心、企业战略为导向，制定公司可持续发展管理目标，从环境、社会和公司治理三个维度展开，聚焦温室气体管理、水资源管理、原材料采购、可持续农业、包材与废弃物、营养与健康、商业道德和负责任的运营八大关键主题，通过实施全生命周期减碳行动，探索创新企业与行业高质量发展模式，带动产业链上下游企业积极践行绿色可持续发展理念，推动实现产业链共赢。

2022年，公司碳中和进程加速，企业的 MSCI ESG评级提升至BBB，CDP气候、森林和水资源问卷评级结果全部达到B级，整体评级持续提升。截至2022年末，公司旗下已有31家分子公司获得了国家级“绿色工厂”认证，认证总数位居行业第一。