证券代码：600887　　证券简称：伊利股份

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230428

投资者关系活动类别	☐特定对象调研　☐分析师会议 ☐媒体采访　☑业绩说明会 ☐新闻发布会　☐路演活动 ☐现场参观　☐其他
参与单位名称及人员姓名	参与伊利股份2022年度暨2023年第一季度业绩说明会的广大投资者
时　间	2023年4月28 日上午8:30-10:30
地　点	电话会议及网络音频直播
公司接待人员姓名	公司董事长兼总裁潘刚先生、独立董事蔡元明先生、董事会秘书邱向敏先生、投资者关系部总经理赵琳女士等

投资者关系活动主要内容	一、首先，公司财务管理部总经理邹赢先生对公司2022年和2023年一季度的财务表现进行了解读；然后，潘刚先生对公司2022年和2023年一季度经营业绩进行了回顾，并对2023年全年和未来的发展战略和经营策略进行了展望；最后，公司管理层就投资者主要关注的问题与参会者进行了互动交流。 二、　与投资者互动交流环节 1、 怎么看待公司今年剔除澳优后的成长性？对于公司2023年的内生业绩指引如何？ 回答： 1） 去年业绩回顾：收入端来看，疫情封控对公司液奶业务的影响相对较大，去年液奶收入和2021年相比基本持平；其他业务增长势头很好，奶粉逆势高增长，冷饮增速创近几年新高。从利润端来看，去年公司整体内生净利率同比继续提升。 2） 今年业绩展望：随着国内疫情管控放开，消费场景已迅速恢复，消费力也在逐步恢复。从收入端来看，今年液奶预计会实现比去年更快的增长，预计会呈现逐步改善的趋势；其他业务仍然保持着去年的增长势头。从利润端来看，公司会继续努力提升产品结构以及费用使用效率。今年，预计公司无论从收入端还是利润端都能继续取得较快增长。 2、 长期来看，作为公司的核心增长点，公司怎么看待常温酸奶的未来成长空间？ 回答： 1） 近几年业绩回顾：过去三年，即便有疫情的影响，公司整体内生收入还是保持了较快增长，主要依靠的是多品类布局的策略。在不同的行业背景下，在业务不同的发展阶段，因为资源有限，公司在资源分配上还是有所侧重的。这些年来，公司在经营的节奏上把握得还是比较精准的，

	在资源的投入上也一直是顺势而为。正因为如此，公司才能很好地把握住行业中每一次大的机会，实现业务每年的稳健增长。 2） 酸奶品类回顾与展望：随着居民消费力的逐步恢复，未来大家对于乳制品的需求会更多元化，作为健康美味的酸奶产品，也会有持续增长的潜力。公司在国内外成立了很多研发和创新基地。这些年来，安慕希一直在进行各种探索和尝试，推新品的速度在加快，新上市的产品市场反馈普遍很好，成为拉动安慕希稳健增长的主要力量。安慕希凭借多年积累的产品力和品牌力，已经成为了公司重要的品牌资产之一。未来，公司会一直在安慕希下不断地推陈出新，希望将安慕希打造成为一个代表营养健康和美味的品牌，持续深化高品质、好喝美味、时尚潮流的品牌定位。 3、 公司对今年竞争格局的展望及买赠促销的预期是怎样的？ 回答： 1） 行业供需情况：2022 年，在原奶供给相对充足的情况下，由于疫情封控导致行业需求受到一定影响，奶价有所下降。今年，随着需求逐步恢复，预计原奶价格降幅会有所收窄。总的来看，这一轮原奶价格波动幅度，是弱于上一轮的。 2） 公司应对举措：原奶价格的温和走低有助于减缓公司在成本端的压力，使公司能有更多资源拉动终端消费需求。目前，国内消费环境在逐步复苏，消费者对于健康的关注度也与日俱增，在此期间投入一些资源开展适当的消费者教育，培养消费者饮用牛奶的习惯，对于公司长期发展是有帮助的。 4、 澳优并入伊利一年了，现在业务表现如何？今年，伊利会如何进一步赋能澳优，会在哪些方面加强和澳优的协同？ 回答： 1） 回顾澳优去年业绩：去年下半年，澳优核心产品佳贝艾特

	复苏明显，下半年重回双位数增长。牛奶粉业务渠道调整的比预期慢一些，虽然去年下半年同比下降，但跌幅相比上半年明显收窄，而且下半年收入实现了环比增长。 2） 展望澳优表现：今年，澳优仍处于一个继续夯实基础，加强与伊利融合的阶段。一方面，伊利会将成熟体系和经验赋能澳优，协助澳优开展成本节降和效率提升工作，利用伊利全球整体的采购资源和采购量的优势，帮澳优降低采购价格，提升供应链效率。另一方面，伊利会将成熟的营销和财务管理经验持续不断地复制给澳优团队，不断提升费用使用效率。通过这些措施，进一步加强双方的协同。 5、公司如何看待今年高端白奶的发展势头？ 回答： 1） 行业趋势：今年整体高端白奶的需求预计会继续保持增长的趋势。一方面，消费者不仅对白奶有健康营养的刚需需求，同时对专业化、功能化的产品需求也会增加。另一方面，消费场景的恢复对产品升级也有一定的促进作用。随着居民流动性的增强，越来越多的聚会、礼赠、户外等场景，对高端品类的增长会有很好的带动作用。 2） 公司对行业趋势的把握：近年来，公司的金典有机系列产品一直保持快速增长。2022 年，金典有机系列产品及有机高端系列产品均保持双位数高增长，金典有机产品销售额高居有机品类第一。今年一季度，虽然存在去年同期基数较高的情况，但金典依然保持着较快的增长势头；而且，金典有机系列产品的增速更快。全年来看，公司对于高端白奶的快速增长还是比较有信心的。 6、公司今年的费用投放情况和力度如何？其中，广告营销费用会如何规划？ 回答： 1） 行业特性：相比国外，当前国内乳制品的人均消费量并不

	高，尤其是广大三四线城市，还需要企业持续跟消费者进行品牌教育和沟通，不断培养消费者的饮奶习惯。未来，持续的品牌投入是必要的。 2） 公司在品牌上的投入策略：公司会通过各种精准投入，提高费用的投入产出比。今年来看，随着居民消费力的逐步恢复，液奶销售预计也会实现逐步改善的趋势，规模效应将会得到更好的体现。同时，对于一些投入期的品类，像奶粉、奶酪、低温等业务，经过过去几年的培育，也已经陆续开始体现出一定的规模效应，这些都会持续带动公司整体盈利水平的提升。此外，数字化的运用也会帮助公司在研发、生产、流通、服务等各环节实现降本增效，从而带动公司整体费用使用效率的提升。 7、婴幼儿奶粉行业如何展望？公司今年的增长预期如何？会采取哪些措施完成这个目标？对公司市占率如何展望？ 回答： 1） 行业情况：受新生人口数量下降的影响，去年行业整体有所下滑。在疫情封控和放开后人群感染等因素的影响下，部分女性的生育意愿受到一些抑制，这部分意愿需要在今后的时间中慢慢回补回来。因此，今年婴配粉行业整体可能还会面临一些挑战。但同时，新国标和第二次配方注册制又将行业推向了新一轮的加速整合期，行业集中度将会进一步提升。 2） 公司表现：今年是公司进行母乳自主研究的第21年，经过不断积累，公司已拥有了强大的研发和创新实力，未来将基于母乳研究成果持续为消费者打造更多优质、多元的产品。在做大珍护产品群的基础上，打造有机奶粉“塞纳牧”、儿童奶粉“QQ星”等细分品类助推业务稳健增长。同时，公司今年将围绕消费者全生命周期赋能数字化，从而提高营销效率、加强会员服务、提升客户粘性。分不同

	阶段来看，公司的份额在一段奶粉中提升更明显，进一步为公司今后奶粉业务的可持续增长奠定了基石。全年来看，我们会积极发挥自身在奶粉业务上面的优势，把握这次注册制带来的行业整合机会，预计今年公司的婴幼儿奶粉业务仍然会实现较快增长。 8、成人营养品业务分拆后，当前的经营情况如何？ 回答： 1） 行业空间展望：近年来，国内老龄化趋势越来越明显，新老人健康意识比较强，对乳制品有更强的消费意愿，同时也具备较高的消费能力。未来，成人营养品会有非常广阔的发展空间。 2） 公司情况：公司已将成人营养品业务单独拆分出来，进行独立运营。这样的调整使我们能够更好地调动团队的积极性，更好地做好消费者教育和服务工作。除了组织架构之外，公司还聚焦功能营养，布局了有助于骨骼、心血管、血糖等方面的功能性产品。未来，公司会持续打造“欣活”高端化的品牌定位。无论在收入上，还是产品结构上，都希望有进一步提升。 9、后疫情时代渠道发生了哪些结构性的变化？公司是如何把握和应对的？ 回答： 1） 过去疫情三年，长时间、大面积的封控带来了新零售渠道的迅速崛起。这几年，公司在持续夯实线下传统渠道深度分销优势的同时，也一直在主动探索新的消费场景，积极创新开拓 O2O、直播带货、社群团购、生鲜平台等新零售渠道，加快推动线上线下渠道业务的深度融合。2022 年，公司继续加速拓展新零售和特殊渠道，线上电商平台及新零售业务实现了双位数增长。 2） 未来，公司会在巩固已有渠道优势的同时，进一步加大线

	上线下渠道拓展（如母婴、特渠、餐饮渠道），并加强渠道的精细化运营。通过推出渠道定制化产品，以及线上线下不同产品规格和包装的产品，满足新消费场景需求，维护各方渠道利益。并通过数字化手段，继续全面夯实立体化的渠道运营能力，继续用牢固的渠道护城河为我们的产品销售背书。 10、如何展望奶酪行业未来的发展？今年公司奶酪业务的增速预期是怎样的？ 回答： 1） 行业展望：目前，国内的奶酪行业还处于快速成长期，市场上主要以儿童奶酪棒等再制奶酪为主，产品结构相对比较单一。未来，随着消费者对奶酪营养价值的认知和需求进一步提升，奶酪行业消费需求会呈现多元化的趋势。 2） 公司经营策略：今年，公司会结合新国标对现有奶酪棒产品进行全面升级，继续推出更多满足消费者需求的新品（如行业首创高钙奶酪弹、双层奶酪棒等），满足消费者对奶酪兼具营养与趣味的需求。另外，在餐饮奶酪方面，公司会着重围绕家庭消费场景，针对“烘焙”和“早餐”场景进行拓展，比如烘焙奶酪、马苏里拉奶酪、奶酪片等产品。未来，公司会基于消费者需求，持续进行产品创新，并逐步进行多元化产品布局，带领行业向第二增长曲线发展。
附件清单（如有）	无