



一、重要提示

1.1 本年度报告摘要摘自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。
1.2 公司简介

股票简称	伊利股份	股票代码	600887
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人及联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	胡利军	姓名	程日
电话	0471-3350002	0471-3350092	
传真	0471-3601621	0471-3601621	
电子邮箱	hulijun@iliy.com	cr@iliy.com	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位:元 币种:人民币				
	2013年(末)	2012年(末)	本年比上年末 (末)增减(%)	2013年(末) (末)
总资产	32,877,387,559.54	20,463,266,763.37	60.67	19,929,500,601.48
归属于上市公司股东的净资产	16,125,099,260.91	7,344,900,237.22	119.84	6,023,853,016.27
经营活动产生的现金流量净额	5,474,748,415.96	2,408,542,273.11	127.31	3,670,375,049.97
归属于上市公司股东的净利润	47,778,865,826.24	41,990,692,102.35	13.78	37,451,372,248.72
归属于上市公司股东的净利润	3,187,239,562.47	1,717,206,343.77	85.61	1,809,219,579.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,200,828,047.44	1,328,739,609.22	65.63	1,310,045,446.18
加权平均净资产收益率(%)	23.15	15.97	减少2.82个百分点	35.33
基本每股收益(元/股)	1.15	2.07	减少0.92元	1.13
稀释每股收益(元/股)	1.05	1.00	65.00	1.06

2.2 前10名股东持股情况表

单位:股				
报告期末股东总数	52,322	报告期末前5名大股东 持有股份总数	55,226	
前10名股东持股情况				
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持有无限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
呼和浩特伊利乳业有限责任公司	其他	9.31	190,176,942	质押 162,518,000
蒙旗	境内自然人	3.05	62,962,773	质押 62,962,773
新華人保險股份有限公司-分紅- 团体分红-018H-FH001 戶	其他	1.65	33,700,000	32,400,000
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	其他	1.50	30,656,823	30,400,000
新華人保險股份有限公司-分紅- 团体分红-018H-FH002 戶	其他	1.38	28,108,109	19,158,000
全国社保基金三零二组合	其他	1.33	27,100,000	27,100,000
中国银河-华夏策略灵活配置基金	其他	1.25	25,937,747	0
全国社保基金一零四组合	其他	1.23	25,199,928	1,000,000
全国社保基金一零七组合	其他	1.10	22,513,388	0
恒泰	境内自然人	1.09	22,355,588	18,092,114
质押 22,355,588				

三、管理层讨论与分析

3.1 董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

2013年,公司根据近年来乳业发展新特点,提出了继续深入贯彻“强化质量管理,深化基础建设,推进精准管理,提高费用使用效率,提升公司盈利能力”的经营方针,以质量领先为战略导向,聚焦资源,在持续推进奶源基地建设,精耕细作,不断优化和改善供应链运营效率等环节,进行了全面、系统的规划和部署。2013年公司实现营业收入4,777.9亿元,较上年同期增长13.78%;归属于上市公司股东的净利润为31.87亿元,较上年同期增长85.61%;实现基本每股收益1.65元,较上年同期增长54.21%。

3.1.1 主营业务分析

3.1.1.1 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	47,778,865,826.24	41,990,692,102.35	13.78	
营业成本	34,082,758,826.46	29,504,949,217.77	15.52	
销售费用	8,546,072,726.90	7,777,712,827.63	9.88	
管理费用	2,391,831,003.48	2,809,685,729.14	-14.87	
财务费用	-435,093,470.24	-685,030,308.88	-157.22	
经营活动产生的现金流量净额	5,474,748,415.96	2,408,542,273.11	127.31	
投资活动产生的现金流量净额	-6,239,965,925.95	-3,057,220,454.14	-103.20	
筹资活动产生的现金流量净额	7,240,482,041.61	-904,813,240.33	不适用	
研发支出	56,196,689.34	40,302,420.18	39.44	

2.收入

(1) 驱动业务收入变化的因素分析
报告期内,公司实现主营业务收入474.54亿元,较上期增加57.18亿元,同比增长13.70%,主要因销量增长而增加收入29.30亿元,因产品结构升级而增加收入17.37亿元,因调价而增加收入10.51亿元,具体产品收入变动因素如下:
1) 液体乳产品本期实现主营业务收入371.16亿元,较上期增加48.45亿元,同比增长15.01%,因销量增长而增加收入26.11亿元,因古典奶、儿童奶等高端产品的销售份额不断提升,带来的产品结构升级而增加收入12.84亿元,本期通过对部分液体乳产品定价价格调整使收入增加9.5亿元。
2) 冷饮产品本期实现主营业务收入42.42亿元,较上期减少0.52亿元,同比下降1.20%,因销量增长使收入增加0.63亿,但由于单价较低冰类产品占总收入的比重增加而导致结构使总收入下降了1.15亿元。
3) 奶粉及奶制品本期实现主营业务收入55.12亿元,较上期增加10.28亿元,同比增长22.92%,通过不断升级金领冠等高端产品的销售份额,带来的产品结构升级使收入增加5.68亿元,因销量增长使收入增加3.59亿元,本期对内部分产品的价格调整而增加收入1.01亿元。
4) 混合饲料本期实现主营业务收入5.83亿元,较上期减少1.03亿元,同比下降15.07%,主要受养殖户向规模化、集约化的养殖模式转型,使其自给饲料比重增加,外购饲料比重下降,导致了公司饲料销量下降所致。
(2) 以实物销售为主的公司产品收入影响因素分析
报告期内,由于液体乳、冷饮、奶粉及奶制品销量继续保持稳健增长,产品结构不断优化,高端产品占比持续提升以及产品价格调整的影响,公司实现主营业务收入较上年增长13.70%。
(3) 主要销售客户的情况
公司前五名客户的销售情况如下:

单位:元			
客户名称	营业收入	占公司全部营业收入的比例(%)	
第一名	403,229,727.56	0.84	
第二名	240,796,964.28	0.50	
第三名	216,500,346.21	0.45	
第四名	187,144,487.23	0.39	
第五名	169,800,494.24	0.36	
合计	1,217,572,019.54	2.54	

3.成本

(1) 成本分析表

单位:元						
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(%)
液体乳、乳 制品制造业	直接材料	29,856,575,378.36	89.44	25,647,643,665.27	89.02	16.41
	直接人工	1,004,165,418.75	3.01	860,129,791.11	2.99	16.75
	制造费用	2,521,805,275.70	7.55	2,302,501,333.26	7.99	9.52
	合计	497,683,476.70	96.21	554,938,266.00	96.23	-10.32
混合饲料	直接材料	7,816,253.21	1.51	8,431,691.04	1.46	-7.30
	直接人工	11,820,416.61	2.28	13,307,223.18	2.31	-11.17
	制造费用					
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(%)
	液体乳	25,095,181,394.12	91.48	21,057,209,795.61	90.81	19.18
	直接人工	630,127,504.63	2.30	551,281,225.58	2.39	13.48
	制造费用	1,706,726,071.39	6.22	1,575,847,677.31	6.80	8.31
冷饮产品系列	直接材料	2,179,660,235.72	76.42	2,324,432,097.36	79.91	-46.23
	直接人工	275,506,055.03	9.66	207,543,880.29	71.13	32.87
	制造费用	396,920,939.76	13.92	376,872,489.52	12.96	5.32
奶粉及奶制品	直接材料	2,581,733,748.52	83.32	2,266,001,772.30	83.51	13.93
	直接人工	96,531,859.09	3.18	97,504,688.24	3.59	1.05
	制造费用	418,158,264.55	13.50	349,781,166.43	12.90	19.55
合计	497,683,476.70	96.21	554,938,266.00	96.23	-10.32	
直接人工	7,816,253.21	1.51	8,431,691.04	1.46	-7.30	
制造费用	11,820,416.61	2.28	13,307,223.18	2.31	-11.17	

(2) 主要供应商情况

公司前五名供应商采购情况如下:

单位:元				
单位名称	本期金额	占当期采购总额比例(%)		
第一名	2,800,588,057.37	9.23		
第二名	1,109,115,781.09	3.65		
第三名	968,556,662.17	3.19		
第四名	665,941,184.65	2.19		
第五名	597,810,313.99	1.97		
合计	6,142,019,992.67	20.23		

4.费用

期间费用同比大幅变化情况:

单位:元				
项目	本期金额	上期金额	本期金额较上期变动比例(%)	
销售费用	-33,093,470.24	49,156,330.88	-167.32	
管理费用	-293,099,260.91	10,573,828.49	-181.49	
投资收益	131,385,457.64	2,256,055.80	395.34	
财务费用	-140,819,996.12	350,740,040.34	-140.15	

(1) 财务费用减少原因:主要是货币资金增加导致银行存款利息收入增加所致。
(2) 资产减值损失增加原因:主要是本期对将要报废的泡乳牛、青年牛计提生产性生物资产减值准备所致。
(3) 投资收益增加原因:主要是本期取得理财产品投资收益所致。
(4) 所得税费用减少原因:主要是本期股权激励对象行权导致产生可抵扣亏损,由此计提的递延所得税资产增加,所得税费用减少。
5. 研发支出情况表

单位:元				
本期研发投入发生额	56,196,689.34			
研发投入合计	56,196,689.34			
研发投入占净利润比例(%)	0.34			
研发投入占营业收入比例(%)	0.12			

(2) 情况说明
本期研发投入支出较上年同期增加15,984,269.16元,增长率39.44%,增加的主要原因系本期公司进一步完善风险评估、营养研究、工艺开发、产品包装、感官评价等方面的技术创新使得试验费增加,同时持续增加创新中心运行投入使得折旧费以及职工薪酬增加所致。
3.1.2 行业、产品或地区经营情况分析
3.1.2.1 主营业务分行业、分产品情况

单位:元 币种:人民币						
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	46,871,147,355.57	33,382,546,072.81	28.78	14.18	15.87	减少1.04个百分点
混合饲料制造业	583,163,975.47	517,320,146.52	11.29	-15.07	-10.29	减少4.72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	37,116,089,671.27	27,432,034,970.14	26.09	15.01	18.3	减少2.05个百分点
冷饮产品系列	4,242,815,171.00	2,852,087,330.51	32.78	-1.12	-1.94	增加0.51个百分点
奶粉及奶制品	5,512,281,130.65	3,098,423,772.16	43.79	22.92	14.19	增加0.30个百分点
混合饲料	583,163,975.47	517,320,146.52	11.29	-15.07	-10.29	减少4.72个百分点

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

2013 年度报告摘要

证券代码:600887 证券简称:伊利股份

6. 现金流

现金流量同比大幅变化情况:

单位:元				
项目	本期发生额	上年同期发生额	增减(%)	
收到的税费返还	1,721,044.47	606,714.12	183.67	
经营活动产生的现金流量净额	5,474,748,415.96	2,408,542,273.11	127.31	
收回投资收到的现金	12,072,134.98	2,466,502.92	2,801.99	
取得投资收益收到的现金	134,310,530.60	20,465,320.40	550.56	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	59,153,449.20	19,988,747.13	197.42	
收到其他与投资活动有关的现金	6,000,000,000.00	0	100.00	
投资支付的现金	431,556,197.94	0	100.00	
支付其他与投资活动有关的现金	2,879,416.88	0	100.00	
支付其他与投资活动有关的现金	8,900,000,000.00	0	100.00	
收到筹资收到的现金	6,118,028,384.15	0	100.00	
发行债券收到的现金	306,572,219.39	85,866,006.61	257.04	
取得借款收到的现金	3,815,661,987.91	5,991,741,538.47	-36.32	
支付其他与筹资活动有关的现金	74,584,435.85	49,010,000.00	52.18	

(1) 收到的税费返还增加原因:主要是子公司本期收到的房产税、土地使用税返还增加所致。
(2) 经营活动产生的现金流量净额增加原因:主要是本期收入增加,预收账款增加导致销售商品、提供劳务收到的现金流量增加,但应付款项增加导致购买商品、接受劳务支付的现金流量下降所致。
(3) 收到投资收到的现金增加原因:主要是本期处置新疆和豆泰股权投资有限公司股权取得现金所致。
(4) 取得投资收益收到的现金增加原因:主要是本期取得理财产品投资收益以及被投资企业现金分红增加所致。
(5) 处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金流量净额增加原因:主要是本期子公司发生土地使用权转让以及处置在建工程所致。
(6) 收到其他与投资活动有关的现金流量增加原因:本期收回理财产品投资本金。
(7) 投资支付的现金流量增加原因:本期认购中国辉山乳业控股有限公司股份所致。
(8) 取得子公司及其他营业单位支付的现金流量净额增加原因:本期购买 Oceania Dairy Limited 股权投资所致。
(9) 支付其他与投资活动有关的现金流量增加原因:本期购买理财产品所支付的本金。
(10) 收到筹资收到的现金流量增加原因:本期募集资金(非公开发行股份、股权激励对象行权)取得现金所致。
(11) 收到其他与筹资活动有关的现金流量增加原因:本期受限保证金存款减少所致。
(12) 偿还债务支付的现金流量减少原因:本期到期的短期借款减少所致。
(13) 支付其他与筹资活动有关的现金流量增加原因:本期购买子公司的少数股东股权投资支付现金增加以及为募集资金支付发行费用所致。
7. 其它

(1) 公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明
归属于上市公司股东的净利润本期实现31.87亿元,较上年同期17.17亿元增加14.7亿元,增长率85.61%,增加原因:
(1) 通过提高收入,控制成本费用等措施使得本期归属于上市公司股东的净利润较上期增加5.93亿元,主要变动情况如下:
a. 收入、成本及毛利变化分析
营业收入较上年同期增加57.18亿元,其中因销量增长而增加收入29.30亿元,因产品结构升级以及部分产品销售单价调整而增加收入27.88亿元。
主营业务成本较上年同期增加45.13亿元,其中因销量增长而增加成本20.54亿元,因原材料价格上涨以及产品结构调整而增加成本24.59亿元。
液体乳产品
液体乳产品本期因销量增长而增加收入26.11亿元,增加成本18.7亿元,因产品结构升级以及部分产品销售单价调整增加收入22.34亿元,因原材料价格上涨以及产品结构调整增加成本23.74亿元,虽然通过产品结构升级,提高部分产品售价,但无法抵消原材料价格上涨的影响,导致液体乳毛利率较上年同期减少2.05个百分点。
冷饮产品
冷饮产品本期因销量增长而增加收入0.63亿元,增加成本0.42亿元,因产品结构优化收入1.15亿元,减少成本0.99亿元,由于单价较低低冰类产品占总收入的比重增加,使得毛利率下降,本期毛利率较上年同期增加0.51个百分点。
奶粉及奶制品
奶粉及奶制品产品本期因销量增长而增加收入3.59亿元,增加成本2.01亿元,因产品结构升级以及部分产品销售单价调整增加收入6.69亿元,因原材料价格上涨以及产品结构调整增加成本1.84亿元,通过积极的产品结构升级提高了原材料价格上涨的影响,导致本期毛利率较上年同期增加4.3个百分点。
b. 期间费用变化分析
本期在原材料价格大幅上涨的情况下,为保证公司的盈利能力,公司持续推进“提高费用使用效率,提升公司盈利能力”的双提活动,严格控制相对固定性的费用支出,在此背景下本期销售费用、管理费用增速放缓,销售费用率较上年同期下降了0.64个百分点,但销售费用总额较上年同期增加7.68亿元,在剔除上年同期的产品报废减值影响后本期销售费用增加0.53亿元。
股权激励对象行权使银行存款余额大幅增长,产生的银行存款利息收入使得财务费用较上年同期减少0.82亿元。另外,本期购买理财产品所取得的投资收益导致投资收益较上年同期增加1.05亿元。
(2) 本期股权激励对象行权172,056,022股,行权价格6.49元,根据《关于我国居民企业实行股权激励计划有关企业所得税处理问题的公告》(国家税务总局公告2012年第18号)的相关规定,股权激励对象行权后,上市公司方可根据该股票实际行权的公允价值与当年股权激励对象实际支付价格的差额及数量,计算确定作为当年上市公司工资薪金支出,依照税法规定进行税前扣除”,上述规定,行权使得2013年度所得税费用减少5.66亿元,增加净利润5.66亿元。
(3) 上年同期业绩快报披露业绩损失3.66亿元,导致当期净利润减少3.11亿元。
(4) 公司非公开发行股票募集资金2012年12月13日发行,《内蒙古伊利实业集团股份有限公司非公开发行股票募集资金投资项目可行性研究报告》(内蒙古伊利实业集团股份有限公司)披露募集资金投资项目可行性研究报告已在澳大利亚和新西兰银行集团新加坡分行存入1.45亿美元(约7.0055亿元人民币)项目贷款提供于2013年1月的金额予以公司的连带责任担保,贷款转入公司控股子公司辉山乳业子公司新西兰大洲乳业(中国)有限公司用于生产设施建设投资,相关事宜于2013年11月12日发布了《内蒙古伊利实业集团股份有限公司关于香港金领冠商贸控股有限公司提供担保的公告》。
具体内容详见上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)。
(3) 发展战略和经营计划进展说明
(1) 2013年公司计划实现主营业务收入458亿元,利润总额19亿元,实际完成主营业务收入474.54亿元,实现利润总额30.60亿元,超额完成2013年全年经营计划,其中实际利润总额较计划增长原因主要是以上两个方面。
(2) 2013年在原计划成本大幅上涨的环境中,公司严格控制费用预算,控制固定性费用的支出,收入取得增长的情况下,销售费用率、管理费用率实际较预算下降。
b. 产品结构升级好于预计以及调整产品销售价格,使得实际毛利率高于计划毛利率,导致毛利增加。
c. 营业外收支净额超过计划完成。
2013年,公司围绕年度经营方针,重点完成以下内容:
a. 持续强化质量领先战略,公司提升质量领先战略,以世界领先的标准,严把产品质量关,为消费者提供100%安全及100%健康的优质产品,当前消费者对高度重视产品的安全与健康,公司一如既往地保证产品质量放在各项工作的首位,从原料供应商选择、生产加工、流通环节直至终端,通过完善全产业链控制的管理模式,将质量管理工作不折不扣地落实到产品相关的每一个环节上,确保全产业链的安全、健康,努力打造让消费者放心的产品。
b. “态度决定品质”,2013年公司通过产业链众多平凡一线员工捍卫优良品质的实际行动,为企业代言,主动充分地与服务消费者进行沟通,提升消费者对企业的产品、品牌信任度,以实际行动让伊利品牌价值深入人心,公司针对不同目标消费群体的需求为切入点,通过实施“伊利工厂”开放之旅”为主题开展的宣传和体验活动,有效拉近了企业与消费者的距离,赢得了更多消费者对伊利品牌和产品品质的信赖,进一步夯实了品牌优势。
c. 提高基础研究水平,拓宽研发创新平台,公司在大力推进产品研发创新,狠抓产品质量与安全的基础上,进一步完善风险评估,营养研究,质量管理,工艺开发,产品包装、感官评价,技术标准制定,知识产权维护等工作,努力拓宽研发创新平台,成立了“内蒙古乳业技术研究院有限责任公司”,吸收国内外优秀人才和创新成果,为公司研究开发提供创新动力。
2013年,公司获承担国家“十二五”课题6项,新注册专利286件,申请专利131件,其中发明专利64件,实用新型专利67件,累计专利中申请总量1694件(包括国外),新获发明专利350件,其中发明专利171件;截止2013年底,公司拥有授权的发明专利达到了327件,拥有授权发明专利新型专利310件。
d. 继续夯实基础管理,保障业务健康发展,2013年,通过全面提升奶源基地技术服务升级和牧场管理标准化工作,公司奶源质量稳定;在销售领域,公司继续深入开展和实施渠道精耕与终端基础建设提升计划,通过渠道业务拓展和管理提升,与更多客户建立并加强了合作关系,双方共同着力夯实终端基础管理,有效提升了公司的市场服务和响应能力,产品的市场竞争力得到进一步提升。
e. 树立起严谨务实和追求高效的工作作风,严格践行企业核心价值观,2013年公司围绕“简化流程,提升效率”等要求,在实践中持续推动伊利核心价值观的贯彻落实,在实际工作中,员工们追求更加严谨和高效的工作理念融入到日常行动中,有效提升了团队绩效水平和创新能力。
f. 关爱员工,全面落实企业社会责任,多年来公司在致力于维护职工合法权益、持续改善员工工作、生活条件的同时,还不断提升员工薪资和福利水平,构建起和谐的劳动关系,2013年度健全员工专业和管理晋升制度,搭建并拓宽了个人职业发展平台,有效地激发了员工的工作积极性。
g. 围绕“成为世界一流的健康食品集团”的战略愿景,制定并启动国际化