

一、重要提示

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仔细查阅年度报告全文。
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。
3. 未出董事声明情况

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

公司股票简称				
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	/
联系人及联系方式				
姓名	职务	电话	传真	电子邮箱
潘刚	董事长	0471-3309022	0471-3309022	rxs@ilsh.com
张俊平	副董事长	0471-3309022	0471-3309022	rxs@ilsh.com

1.6 根据大华会计师事务所(huachuangyiqin.com)出具的“大华审字[2016]01261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2015年度现金股利2,451,496,826.40元,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6,064,800,000股为基数,拟向全体股东每10股派发现金股利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、报告期内主要业务及经营情况

2.1 报告期内公司所从事主要业务及经营情况
1. 经营概况
公司属于乳制品制造行业(以下简称“乳业”),主要从事涉及乳及乳制品的加工、制造与销售,旗下拥有液体乳、软饮料、酸奶、奶粉、冷饮食品等八大产品系列。

报告期内,公司的主要业务发生重大变化。
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业务群。在集团总部的战略统筹和专业管理下,事业部各自在各自业务领域内开展产、供、销运营网络。

3. 主要业绩驱动因素
报告期内,公司作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,依托品牌、产能、品牌等资源优势,通过加快创新驱动,不断对产品结构进行优化,借助渠道拓展与营销计划的实施,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。
报告期内,公司“金典”、“安慕希”、“畅轻”、“金领冠”、“巧克兹”、“澳特”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尼尔森等权威数据显示,公司液态乳产品在三四线城市及农村市场的零售额,较上年增长13.2%。

报告期内,公司实现营业收入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在行业地位
1. 行业发展阶段与周期性特点
报告期内,受国内外经济环境的影响,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,规模以上乳制品企业实现营业收入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,已逐渐从规模增长向品质升级转变,在消费升级不断升级的驱动下,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
报告期内,公司主动把握国内乳品消费升级的结构性机遇,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,实现了良好的业绩,业务规模与市场占有持续稳步提升,行业领导地位更加凸显。在荷兰合作银行发布的“2015年度全球品牌竞争力”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

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			
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现金流量净额	9,536,498,591.50	2,436,487,020.35	291.40	5,474,748,415.96			
经营活动产生的现金流量净额	6,064,800,108.00	3,064,371,033.00	99.51	2,642,914,022.00			
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	23.64	增加0.21个百分点	23.15			

四、2015年分季度的主要财务指标

营业收入	2015年		2014年		本年比上年增减(%)	2013年	
	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)		第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)
营业收入	148,837,136.22	15,017,680,295.79	15,622,962,355.36	14,841,901,713.51			
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	994,483,602.02			
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,259,420,160.55	1,318,546,603.63	848,824,897.82	891,577,249.66			
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

截止报告期末普通股股东总数(户)	364,511
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)	报告期内期末持股比例(%)	期末持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况
呼和浩特伊利牧业有限责任公司	248,685,413	533,330,829	8.79	81,663,750	质押 245,000,000
香港中央结算有限公司	190,076,683	255,951,003	4.22	0	未知
中国工商银行股份有限公司	118,043,314	226,086,628	3.89	0	质押 125,925,546
国泰君安证券股份有限公司	185,796,070	185,796,070	3.09	0	未知
阳光人寿保险股份有限公司-分红保险产品	108,172,028	109,108,907	1.80	0	未知
全国社保基金一零四组合	58,660,113	104,999,998	1.73	0	未知
赵建福	42,045,070	84,090,140	1.39	0	质押 44,711,176
华泰资管	41,654,144	83,308,288	1.37	0	质押 44,183,176
胡利平	39,670,268	79,340,536	1.31	0	质押 41,975,180
全国社保基金五零二组合	39,293,000	78,800,000	1.30	0	未知

六、管理层讨论与分析

6.1 经营情况讨论与分析
报告期内,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。
从乳业中长期发展前景来看,基于当前全球各人均乳品消费水平现状及收入与人口增长趋势,未来几年,全球乳品市场将继续保持稳步增长态势。国内乳品联合会 IDF 分析机构预测,2013-2020年期间,亚洲地区仍将是全球乳品消费增长的主力军,年均复合增速预计为4%,其中亚洲贡献预计占总体84%。进军亚洲乳品市场,也将成为中国乳业新的业务增长点。

2. 人均乳品消费量持续提升,中国乳业发展空间广阔。根据联合国粮农组织(FAO)发布的《2015年世界人口展望》(World Population Prospects)显示,2015年中国内地城市人均乳品消费量为19.4升(已折算成乳品总量),尚不及发达国家的一半。而国内农业部(FAO)数据也显示,2015年中国人均纯乳消费量为10.4kg,低于目前31kg/吨、46kg/吨和82.4kg/吨的消耗水平。因此推知,国内人均乳品消费水平远低于全球,乳业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规模的扩大等因素,都将带动乳品消费的提升;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,一些高品质产品在成为未来乳品市场的关键所在。报告期内,作为创新品类的高端酸奶、常温低温酸奶、低温酸奶等,备受消费者青睐,根据AC尼尔森等权威数据显示,其零售额较上年同期分别增长91.1%、35.9%、10.2%,远高于液态乳品市场2.7%的增速,成为支撑整体乳品市场与消费升级的主力。

4. 报告期内,根据2015年中期权威数据显示,国内三四线城市中,低温乳品市场占有率提升近1.3个百分点,其中零售额占比上年同期增长16%,显著高于行业平均水平;高端酸奶(AC尼尔森等权威数据)在城镇化进程加快和乳品消费升级的驱动下,中国乳制品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,能够吸引更多消费者建立互动关系,满足消费者个性化需求,为产品销售带来更多增长机会。2015年,根据国家统计局更多信息显示,国内零售额8773亿元,其中食品零售额占比上年同期增长40.8%;根据国家统计局数据,在国内最大电商平台,液态乳品零售额较上年同期增长1.1倍,婴儿及成人奶类产品销售额较上年同期增长10%,乳品电商渠道的产销增长尤为强劲。

6. 近年来,小现代渠道为消费者提供了更多便利,获得了蓬勃发展,乳制品类有望借便利店渠道的发展,获得更好销售机会。AC尼尔森等权威数据显示:2015年,低温酸奶及发酵乳品零售额占便利店的零售量比上年增加15.1%,高于该品类全国整体市场9.8%的增长。

7. 报告期内,国内奶源及进口奶源的供应量相对充足,且单位价格较上年有所回落,乳品加工成本下降趋势,为行业持续发展提供了有力保障。

面对行业转型升级带来的挑战,公司审时度势,积极把握国内乳品消费升级的结构性机遇,大力推动创新与国际化驱动发展战略,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,实现了全年增长。

根据AC尼尔森等权威数据显示,2015年12月,公司液态奶产品零售额市场占有率提升近2.5个百分点;在低温酸奶细分市场,公司零售额市场占有率提升近2.4个百分点;婴儿及成人奶类产品在个产品保持占有率第一,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
附报表及现金流量表相关资料变动分析表

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	59,861,485,730.88	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	10,670,450,860.42	24.20
管理费用	3,456,163,609.71	3,163,250,547.49	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	-3,486,598,748.95	-2,966,077,319.59	16.87
筹资活动产生的现金流量净额	-6,279,615,756.21	2,862,475,871.64	-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,公司实现营业收入603.60亿元,较上年同期增加59.23亿元,同比增长10.88%,本期主营业务收入383.76亿元,较上年同期增加19.76亿元,同比增长5.43%,其中主要业务收入和成本影响因素如下:
(1)液体乳产品本期实现营业收入471.51亿元,较上年同期增加47.82亿元,同比增长11.19%;本期主营业务收入成本为310.82亿元,较上年同期增加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,因产品结构调整减少成本25.31亿元,因销售价格变动使收入减少22.82亿元,主要受材料价格下降及产品结构调整减少成本13.43亿元。
(2)冷饮产品本期实现营业收入40.98亿元,较上年同期增加1.86亿元,同比下降4.38%,本期主营业务收入成本为26.09亿元,较上期减少1.73亿元,同比下降12.2%,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调整减少成本0.90亿元。
(3)奶粉及特制品本期实现营业收入64.47亿元,较上年同期增加4.34亿元,同比增长7.21%,本期主营业务收入成本为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增加收入3.90亿元,因产品结构调整减少收入1.32亿元,主要受材料价格下降,以及产品结构调整减少成本5.27亿元。
报告期内,公司对前五大客户实现营业收入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%。

2. 期间费用分析
(1)销售费用增加主要原因:本期销售费用增加,主要是本期广告投放和促销费用增加所致。
(2)管理费用增加主要原因:由于市场竞争激烈,本期投入的广告、导购员业务营销费用增加所致。
(3)财务费用增加主要原因:本期新西兰元兑人民币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品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)投资收益增加主要原因:主要是本期投资收益增加,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:本期收到政府的补助增加所致。
(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

项目	本期数	上年同期数	增长率
营业收入增加	251,039,621.28	185,388,696.48	35.41%
销售费用	13,258,334,249.39	10,670,450,860.42	31.60%
财务费用	297,162,787.03	154,886,533.97	91.86%
资产减值损失	13,267,769.43	176,437,072.84	-92.86%
投资收益	186,347,547.36	107,739,560.19	72.90%
营业外收入	71,271,532.61	463,408,540.37	53.70%
所得税费用	809,108,382.61	619,342,120.00	40.33%

(1)营业收入及附加增加主要原因:主要是本期应缴增值税和城市维护建设税和教育附加增加所致。
(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、导购员业务营销费用增加所致。
(3)财务费用增加主要原因:本期新西兰元兑人民币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品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)投资收益增加主要原因:主要是本期投资收益增加,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:本期收到政府的补助增加所致。
(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。

4. 现金流量
现金流量表
单位:元

项目	本期数	上年同期数	增长率
营业收入增加	251,039,621.28	185,388,696.48	35.41%
销售费用	13,258,334,249.39	10,670,450,860.42	31.60%
财务费用	297,162,787.03	154,886,533.97	91.86%
资产减值损失	13,267,769.43	176,437,072.84	-92.86%
投资收益	186,347,547.36	107,739,560.19	72.90%
营业外收入	71,271,532.61	463,408,540.37	53.70%
所得税费用	809,108,382.61	619,342,120.00	40.33%

(1)营业收入及附加增加主要原因:主要是本期应缴增值税和城市维护建设税和教育附加增加所致。
(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、导购员业务营销费用增加所致。
(3)财务费用增加主要原因:本期新西兰元兑人民币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品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)投资收益增加主要原因:主要是本期投资收益增加,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:本期收到政府的补助增加所致。
(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。

5. 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	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	公允价值变动损益	
可供出售金融资产	6,715,207.05	-6,715,207.05	40.00			
长期股权投资	19,011,349.17	-19,059,977	18,820,340.40	40.00		
可供出售金融资产	103,658,817.93	103,658,817.93	2,100	1,825,000.00		
可供出售金融资产	81,250,000.00			81,250,000.00		
可供出售金融资产	148,831,983.47	-14,821,669.74	13,009,473.73	2,22	6,431,345.49	
可供出售金融资产	500,000.00	-500,000.00				
可供出售金融资产	121,500,000.00		121,500,000.00	5,000	37,500,000.00	
可供出售金融资产	400,000.00		400,000.00	11.00		
可供出售金融资产	50,000,000.00		50,000,000.00	5.00		
可供出售金融资产	10,418,992.39		10,418,992.39	18.64		
可供出售金融资产	146,000,000.00	32,994,980.00	178,994,980.00	4.09	8,999,888.77	
可供出售金融资产	50,000.00		50,000.00	0.00	50,000.00	
可供出售金融资产	300,000.00		300,000.00	1.37	300,000.00	
可供出售金融资产	20,000,000.00		20,000,000.00	10.24		
可供出售金融资产	33,880,000.00		33,880,000.00	30,000.00		
可供出售金融资产	3,846,960.00		-3,846,960.00			
可供出售金融资产	52,916,135.60		52,916,135.60			
可供出售金融资产	20,363,210.83		19,935,455.18	30,588,666.01	5.00	
可供出售金融资产	154,636,427.33		286,655,413.25	301,291,840.58	1.08	2,182,991.84

(1)重大的股权投资
(2)重大的非股权投资
6. 其他重要事项
6.1 重大诉讼、仲裁事项
6.2 重大诉讼、仲裁事项
6.3 其他重要事项

6.2.2 非主营业务分析
6.2.3 资产、负债情况分析
资产及负债状况
单位:元

项目	本期期末数	本期期初数	上期期末数	上期期初数	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	389,960,976.90	0.99	57.59	
长期股权投资	2,640,922.22	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	6,685,244.22	0.02	18,825,204.39	0.05	-64.49	
固定资产	11,617,286.96	1.04	68,182,446.30	1.74	-100.00	
在建工程	503,109,978.86	1.42	266,800,000.00	0.67	81.63	
应付利息	2,931,747.17	0.01	11,416,220.38	0.03	-74.29	
递延所得税资产	289,000.00	0.00	703,970,000.00	1.78	-99.99	
可供出售金融资产	6,064,800,108.00	15.30	3,064,371,033.00	7.26	100.00	
流动资产	2,476,707,919.74	6.25	6,881,242,346.74	16.41	-64.79	
非流动资产	196,803,911.66	0.50	222,737,240.00	0.06	7	