

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 2016 年半年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

1.2 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

二、主要财务数据和股东情况

2.1 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年 度末增减(%)
总资产	34,653,791,816.78	39,630,968,248.50	-12.56
归属于上市公司股东的净资产	20,403,031,161.46	19,984,397,434.55	2.09
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年同 期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	7,501,869,692.00	6,096,284,393.34	23.06
营业收入	29,925,531,011.77	29,855,621,662.01	0.23
归属于上市公司股东的净利润	3,211,489,121.37	2,662,178,434.37	20.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益 的净利润	2,549,679,214.04	2,477,251,890.71	2.92
加权平均净资产收益率(%)	15.15	13.63	增加1.52个百分点
基本每股收益(元/股)	0.53	0.43	23.26
稀释每股收益(元/股)	0.53	0.43	23.26

2.2 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数（户）				265,295		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例（%）	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
呼和浩特投资有限责任公司	其他	8.79	533,330,826	0	质押	185,700,000
香港中央结算有限公司	其他	6.22	377,378,336	0	未知	
潘刚	境内自然人	3.89	236,086,628	0	质押	201,755,546
中国证券金融股份有限公司	其他	3.06	185,794,043	0	未知	
阳光人寿保险股份有限公司—分红保险产品	其他	1.80	109,108,907	0	未知	
全国社保基金一零四组合	其他	1.65	100,099,998	0	未知	
赵成霞	境内自然人	1.39	84,090,140	0	质押	69,361,176
刘春海	境内自然人	1.37	83,308,288	0	质押	72,643,176
胡利平	境内自然人	1.31	79,340,536	0	质押	68,145,180
奥本海默基金公司—中国基金	其他	1.26	76,363,022	0	未知	

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

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

报告期，宏观经济新常态下，城乡居民的食品消费结构不断升级，创新型乳品和中高端乳品消费继续保持较快增速，而其他乳品消费同比出现下滑，受其影响，国内整体乳品市场消费规模同比持平。

当前，国际乳品市场需求增长低迷，全球乳业产能过剩，原料奶供应价格同比下滑，与国内原料奶价格相比，国外奶价更具竞争力，上述原因导致报告期国内乳品进口规模扩大；与此同时，境外婴儿奶粉厂商通过“海淘”或“跨境电商”等渠道，快速抢占国内婴儿奶粉市场份额，报告期内国产婴儿奶粉品牌的市占份额同比下降。

报告期，公司继续坚持质量领先战略，在以创新和国际化为突破，推动整体业务持续健康增长的同时，贯彻执行“精准营销、精益运营、精确管理”方针，进一步加强并夯实了企业的核心经营能力。2016年1-6月，公司累计实现营业总收入300.87亿元，与上年同期相比持平，实现利润总额38.07亿元，比上年同期增长19.41%。

市场调研机构AC尼尔森数据显示，报告期，在国内乳制品整体市场，公司零售额市占份额为20.1%，位居市场第一。其中，公司常温液态奶零售额市占份额为30.9%，位居细分市场第一；

低温液态奶零售额市占份额为 16.7%，比上年同期提升近 1.1 个百分点；婴儿奶粉产品全渠道零售额市占份额为 4.9%，位居国内品牌第一。根据行业信息统计，报告期内公司冷饮产品销售额蝉联全国第一。

报告期，公司重点产品中，“安慕希”常温酸奶零售额同比增长 131.4%，市占份额比上年同期提升 3.3 个百分点；“金典”液体乳零售额同比增长 10.4%，市占份额比上年同期提升 0.5 个百分点；“畅轻”低温酸奶零售额同比增长 21.7%，市占份额比上年同期提升 0.7 个百分点。与此同时，公司“畅意 100%常温乳酸菌饮料”、“甄稀冷冻酸奶冰淇淋”、“Life up 酸奶”、“QQ 星儿童常温酸奶”、“爆趣珠乳饮料”、“每益添饮用型酸奶”等新产品上市后，销售实现了快速增长，市场表现良好。

报告期，公司继续优化产品结构和运营管理模式，采取合理控制库存水平、提高供应链响应速度和营销策略精度等措施，加快了供应链运营效率和投入产出效益，在行业整体增速放缓的前提下，实现了企业盈利水平的提升。

2016 年 5 月，在凯度发布的《2016 全球品牌足迹报告》中显示，“伊利”成为中国消费者选择最多的品牌，报告分析称，通过高端常温酸奶等品类拓展，以及在下线城市的迅速扩张，“伊利”明显提升了其消费者规模和购买次数，因而跃居中国快速消费品榜首。过去一年，88.5%的城市家庭平均购买伊利品牌 7.8 次，消费者购买伊利产品一年超过 11 亿人次。

2016 年 3 月，在全球知名传播服务集团 WPP 推出的 2016 年度 BrandZ™中国最具价值品牌 100 强榜单中，公司以 62.35 亿美元的品牌价值，蝉联食品类排行榜第一，品牌价值和去年同期相比提升了 22%。

2016 年 7 月 25 日，荷兰合作银行发布 2015 年度全球乳业 20 强排名，公司跃居八强，继续保持亚洲市场第一。

3.1.1 主营业务分析

1、财务报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	29,925,531,011.77	29,855,621,662.01	0.23
营业成本	18,267,681,401.81	19,473,192,189.35	-6.19
销售费用	7,076,155,897.59	6,014,893,311.81	17.64
管理费用	1,558,121,080.02	1,348,667,266.23	15.53
财务费用	18,345,751.39	213,679,783.06	-91.41
经营活动产生的现金流量净额	7,501,869,692.00	6,096,284,393.34	23.06
投资活动产生的现金流量净额	-1,331,381,554.00	-1,420,148,048.83	不适用
筹资活动产生的现金流量净额	-8,156,311,829.77	-4,391,561,615.44	不适用
研发支出	38,020,719.21	29,606,389.95	28.42

营业收入变动原因说明:主要受产品结构调整所致。

营业成本变动原因说明:主要受本期原材料价格下降所致。

销售费用变动原因说明:主要是在激烈的市场竞争环境下本期广告营销费增加所致。

管理费用变动原因说明:主要是本期职工薪酬增加、新建项目投入运营以及资产改造导致修理折旧费增加所致。

财务费用变动原因说明:一是本期平均借款余额以及借款利率较去年同期下降导致本期利息支出减少;二是上期新西兰元兑美元汇率下降导致上期汇兑损失较大所致。

经营活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要受购买商品、接受劳务支付的现金减少影响,使得经营活动产生的现金流量净额较去年同期增加。

投资活动产生的现金流量净额变动原因说明:主要是本期处置辉山乳业流入现金导致投资活动产生的现金流量净额较去年同期增加。

筹资活动产生的现金流量净额变动原因说明:本期归还银行借款以及支付股利增加导致筹资活动产生的现金流量净额较去年同期减少。

研发支出变动原因说明:主要是研发试验费用增加所致。

2、其他

(1)公司利润构成或利润来源发生重大变动的详细说明

不适用

(2)公司前期各类融资、重大资产重组事项实施进度分析说明

不适用

(3)经营计划进展说明

报告期,公司实施完成了以下内容:

1) 升级质量领先战略,强化食品安全与生产安全管理

2015年年末,公司准确把握全球健康食品产业新趋势,聚焦“全球最优品质”,面向消费者和客户,提高质量信赖度,升级质量领先战略,树立“伊利即品质”的信条,把生产世界一流产品、建立端到端全链条的质量自主管理模式和确保食品安全“零事件”等纳入企业发展目标,加快推进世界一流质量领先管理体系的建设。

报告期内,公司全面贯彻和落实习总书记关于用“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”保障食品安全的重要指示,以对食品安全隐患“零容忍”的原则,建立起覆盖采购、生产、销售全过程的质量责任机制;搭建质量自主管理模式和升级质量监督评审机制,在国标线的基础上,设定了更为苛刻的“企标线”、“预警线”,进一步提高了企业食品安全的风险管控能力,为食品安全构筑起坚实的“防护墙”。

报告期,公司与荷兰瓦赫宁根大学合作,携手研究建设贯通全产业链的食品安全早期预警系统。公司利用该预警系统,筛查、分析乳业全产业链潜在的食品安全风险,并通过变更和异常管

理的落实，将预警体系向全产业链延伸。

目前，公司在现有全球一流质量管理体系和食品安全风险监测防控体系“两大食品安全保护网”的基础上，打造全球一流产品品质。

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

报告期，公司在潘刚董事长创新思维的引领下，对标学习并着手搭建世界一流食品集团创新管理模式，培养拥有全球创新视野的优秀人才，以满足消费者需求为核心，依托设在欧洲、大洋洲和美国的三大海外研发中心，与国内外领先研究机构建立合作机制，在加强基础领域研究的同时，联合开发创新产品项目，挖掘市场空间。

通过国内外研究合作平台的建立，公司有效、及时了解并获取了全球食品行业内最新的工艺、技术和新产品信息，并与业务部门研发需求进行精准对接，构筑起市场动态与技术创新之间的桥梁。2016 年 1-6 月，公司新增技术创新成果和新品达 100 多项，丰富了产品储备库，创新对业务发展的驱动效应初步显现。

报告期，公司配合海外业务拓展进度，设计并分步搭建全球技术法规、知识产权管理等支持框架，为国际化业务的开展提供了技术保障。

报告期，公司继续以全球健康食品领域视角，有序推进国际化战略。2016 年 1 月，新西兰生产基地二期建设工程正式开工，该工程包含超高温灭菌奶项目、婴幼儿配方乳粉包装项目、仓库等项目，覆盖了包装、生产、深加工等制造环节，预计将于 2017 年上半年建成投产。

报告期，公司董事长潘刚率领伊利管理层团队赴美国，在创新思维指引下，进行“标杆之旅”考察交流活动。在美国期间，伊利管理层团队先后走访了硅谷多家全球领先企业，以此助推企业进一步加快创新和国际化进程，进军全球一流健康食品集团。

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

a、打造互联网生态圈，精准品牌定位和营销传播策略

报告期，公司在重新梳理品牌定位的基础上，以深入消费者生活洞察和富有创意的形式，借助跨界媒体平台合作和互联网新技术，与线上粉丝建立了深度互动，并通过统一主题、终端规范以及“跑向里约”等线下活动的成功运作，实现立体营销，有效地推动了“活力品牌”定位与传播，升级了消费者体验。

b、对“伊利母婴生态圈”进行战略升级

报告期，公司借助于“伊利母婴体验店”模式，将专业指导、O2O 医疗、一站式购物、实时交流等多方面母婴服务融为一体，实现线上、线下的有效结合。通过构建多方面基础设施和智能化平台，为母婴人群提供更全面、更人性化的综合服务，共同推动母婴公共服务朝着国际化、智能化的方向发展。该模式将成为未来母婴公共服务的主流趋势和发展方向。

c、加强与大型零售商的战略合作，共建联合生意计划

公司与零售商通过建立互信互利的良好的合作关系，逐步完成了品类管理人员和供应链管理

人员的无缝对接，最终实现供应商、零售商与消费者多方的合作共赢。

d、充分利用电商平台资源，增强企业数字营销能力

近年来，公司积极推进与电商平台公司的合作，不断优化合作运营机制，线上业务规模和运营能力持续得以提升。报告期，公司电商业务收入同比增长 71.66%；与此同时，公司的“村淘业务模式”已经建立试点并积极推进中，通过村淘模式的探索和尝试，为公司渠道下沉增加了新的突破点，也将不断改变农村消费者的生活和消费习惯，乳品市场的空间得以进一步扩展。

e、整合上游资源，提高采购协同效率

报告期，公司整合供应链上游资源，跨组织层级、跨业务单元整合采购业务模式和作业流程，在信息渠道、供应商管理等方面，实现了资源共享和采购价值创造。

f、全面推进渠道精耕和供应链优化策略

面对当前外部环境，公司通过主动变革和持续优化业务运作模式，来提高各专业模块的管理效率和运营效益。报告期内，公司全面推进渠道精耕和供应链优化策略，在提升营销投入产出、合理控制库存规模和提高客户订单服务水平方面，已取得显著效果。

g、升级企业文化，建立追求卓越、不断超越自我的发展机制

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，全面升级企业文化，提出了“伊利即品质”的信条，并将其置于企业愿景之上，充分显示出伊利“视品质如生命”的态度。同时，结合公司持续健康发展的成功之道，凝练出包含主人翁心态、高度责任心、超强执行力在内的“伊利精神”，为实现进入“全球乳业五强”的战略目标和“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的宏伟愿景提供核心保障。

(4)其他

不适用

3.1.2 行业、产品或地区经营情况分析

1、主营业务分行业、分产品情况

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	28,958,781,084.57	17,457,539,715.69	39.72	0.73	-5.90	增加 4.25 个百分点
混合饲料制造业	408,223,168.71	307,551,114.30	24.66	-22.09	-20.16	减少 1.83 个百分点
担保、保理收入	10,598,728.34		100.00	799.87		
利息收入	161,004,259.98		100.00	-45.51		
销售材料等其他业务收入	547,928,030.15	502,590,571.82	8.27	-5.85	-6.36	增加 0.50 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	23,494,613,657.52	14,755,816,530.57	37.19	4.78	-2.28	增加 4.53 个百分点
冷饮产品系列	2,930,657,850.11	1,651,319,682.78	43.65	-1.98	-10.85	增加 5.60 个百分点
奶粉及奶制品	2,533,509,576.94	1,050,403,502.34	58.54	-24.05	-34.33	增加 6.49 个百分点
混合饲料	408,223,168.71	307,551,114.30	24.66	-22.09	-20.16	减少 1.83 个百分点
担保、保理收入	10,598,728.34		100.00	799.87		增加 0.00 个百分点
利息收入	161,004,259.98		100.00	-45.51		增加 0.00 个百分点
销售材料等其他业务收入	547,928,030.15	502,590,571.82	8.27	-5.85	-6.36	增加 0.50 个百分点

2、主营业务分地区情况

单位：元 币种：人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
华北	9,484,823,441.01	1.26
华南	7,920,477,950.87	0.15
其他	11,972,301,589.74	-0.22

3.1.3 核心竞争力分析

报告期内，公司核心竞争力未发生重大变化。在以下方面，进行了夯实：

1、全球化乳业资源保障能力

报告期内，公司开展并推进战略采购协同项目，整合全球采购资源，优化采购成本，提升质量控制和采购效率。

2、产能布局的战略协同优势

报告期，公司在欧洲生产的“金典 SATINE”有机全脂牛奶、在新西兰生产的婴儿奶粉产品已进入终端门店销售，流转良好，国内外生产基地的协同效应更加显著。

3、卓越的品牌优势

报告期，公司通过线上线下整合营销以及“活力品牌”推广活动，对品牌定位和品牌形象进行升级，并结合企业微信、微博互动平台，提高了消费者体验和品牌忠诚度。

4、良好的渠道渗透能力

报告期，公司全面推进“渠道精耕”和“渠道下沉”策略，并对母婴及电商渠道运作模式进行了优化。凯度调研数据显示，“伊利”成为中国消费者选择最多的快消品品牌。

5、领先的产品创新能力

报告期，公司多项新品上市，同时通过全球合作研发项目，产品创新能力不断增强。

6、追求卓越、具有国际化视野的管理团队

报告期，在基础研究、消费者洞察和大数据分析等专业平台方面，公司进行了组织架构完善和团队能力补强，通过升级企业文化和与全球一流企业进行对标学习，进一步拓展了管理团队的国际化视野，在追求卓越的目标驱动下，团队管理能力不断增强。

3.1.4 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
呼伦贝尔盛鑫投资有限公司	长期股权投资	18,820,389.40	29,278.72	18,849,668.12	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	8,870,490.58	111,929,308.51	20.00		
China Youran Dairy Holding Limited	长期股权投资		1,414,991,766.80	1,414,991,766.80	40.00		
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		
绵阳科技城产业投资基金	可供出售金融资产	131,009,473.73	-26,854,042.23	104,155,431.50	2.22		26,139,585.75
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		
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	10.00		
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	178,994,980.00	15,238,057.00	194,233,037.00	4.09		
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		
CITICPE Holdings Limited	可供出售金融资产	30,558,666.01	647,541.03	31,206,207.04	5.00		
中国辉山乳业控股有限公司	可供出售金融资产	361,291,840.58	-361,291,840.58				

(1) 证券投资情况

适用 不适用

(2) 持有其他上市公司股权情况

适用 不适用

单位：元

证券代码	证券简称	最初投资成本	期初持股比例 (%)	期末持股比例 (%)	期末账面价值	报告期损益	报告期所有者权益变动	会计核算科目	股份来源
06863	辉山乳业	327,933,608.73	1.08			189,869,948.52	872,362.02	可供出售金融资产	认购
合计		327,933,608.73	/	/		189,869,948.52	872,362.02	/	/

(3) 持有金融企业股权情况

适用 不适用

所持对象名称	最初投资金额 (元)	期初持股比例 (%)	期末持股比例 (%)	期末账面价值 (元)	报告期损益 (元)	报告期所有者权益变动 (元)	会计核算科目	股份来源
成都银行股份有限公司	81,250,000.00	1.00	1.00	81,250,000.00			可供出售金融资产	认购
合计	81,250,000.00	/	/	81,250,000.00			/	/

2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

(1) 委托理财情况

适用 不适用

(2) 委托贷款情况

适用 不适用

(3) 其他投资理财及衍生品投资情况

适用 不适用

3、募集资金使用情况

(1) 募集资金总体使用情况

适用 不适用

(2) 募集资金承诺项目情况

适用 不适用

(3) 募集资金变更项目情况

适用 不适用

(4) 其他

不适用

4、主要子公司、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	152,005	108,762	4,837
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	81,005	43,151	11,831
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	53,324	37,575	2,380
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	75,120	57,825	5,329
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的进口	13,000	62,039	23,886	4,823
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	50,961	33,158	7,580
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	63,265	32,567	4,816
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	119,158	77,998	8,315
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	94,814	79,474	4,880
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	958,511	175,544	13,192

(2) 本期新增子公司情况

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
利质美（上海）投资有限公司	实业投资，食品流通，机械设备的销售，从事货物及技术的进出口业务，国内道路运输，仓储，设计、制作、代理、利用自有媒体发布各类广告，餐饮企业管理，电子商务。	投资设立	5,000.00	4,995.75	-4.25

(3) 本期减少子公司情况

子公司名称	处置原因
呼和浩特市伊利奶业发展有限公司	注销
上海伊利冷冻食品有限公司	注销
北京天兆顺通广告有限公司	注销
内蒙古优然牧业有限责任公司及其 19 家子公司	转让

5、非募集资金项目情况

√适用 □不适用

单位：万元 币种：人民币

项目名称	项目金额	项目进度	本报告期投入金额	累计实际投入金额	项目收益情况
液态奶项目	663,871	49.61%	47,840	329,335	项目未完工还未产生收益
奶粉项目	96,916	12.93%	3,699	12,533	项目未完工还未产生收益
冷饮项目	90,684	80.75%	5,231	73,225	项目未完工还未产生收益
酸奶项目	132,202	41.98%	15,612	55,495	项目未完工还未产生收益
其他	182,262	73.82%	8,564	133,078	项目未完工还未产生收益
合计	1,165,935	/	80,946	603,666	/

3.2 利润分配或资本公积金转增预案

3.2.1 报告期实施的利润分配方案的执行或调整情况

2016 年 4 月 21 日，公司 2015 年年度股东大会审议并通过了《公司 2015 年度利润分配预案》，公司以 2015 年 12 月 31 日总股本 6,064,800,108 股为基数，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。《内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2015 年度利润分配实施公告》已于 2016 年 4 月 29 日登载于《中国证券报》、《上海证券报》、上海证券交易所网站 (<http://www.sse.com.cn>)。

3.2.2 半年度拟定的利润分配预案、公积金转增股本预案

是否分配或转增	
每 10 股送红股数（股）	
每 10 股派息数（元）（含税）	
每 10 股转增数（股）	
利润分配或资本公积金转增预案的相关情况说明	
公司 2016 年半年度不进行利润分配或公积金转增股本。	

3.3 其他披露事项

3.3.1 预测年初至下一报告期期末的累计净利润可能为亏损或者与上年同期相比发生大幅度变动的警示及说明

适用 不适用

3.3.2 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

3.3.3 其他披露事项

不适用

四、涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

不适用。

4.2 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。

4.3 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 72 户，具体详见《公司 2016 年半年度报告》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 1 户，减少 23 户，具体详见《公司 2016 年半年度报告》附注八“合并范围的变更”。

4.4 半年度财务报告已经审计，并被出具非标准审计报告的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

不适用。

董事长：潘 刚

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

2016 年 8 月 25 日