

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

2022 年 1 至 2 月主要经营情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、2022 年 1 至 2 月经营情况

乳制品以其特有的健康属性，持续吸引着越来越多的消费者，国内乳品消费需求呈现持续增长态势。2022 年 1 至 2 月，公司乘势而上，在以高质量发展为主线，实现消费者价值领先、社会价值领先、员工价值领先、企业价值领先的“全面价值领先”战略目标引领下，积极把握消费增长机会，顺利实现开门红，整体业绩再创历史新高。经公司初步核算，2022 年 1 至 2 月，公司实现营业总收入 215 亿元左右，较上年同期增长 15%以上；利润总额 33 亿元左右，较上年同期增长 20%以上。

在业务增长方面，公司持续优化产品结构，为消费者提供更加丰富的产品体验。2022 年 1 至 2 月，公司旗下液体乳、奶粉及奶制品、冷饮等各项业务均保持良好增长态势。金典、安慕希、金领冠、巧乐兹、甄稀、畅轻、每益添、伊利儿童奶酪棒等重点产品销售收入占比同比提升 3 个百分点，市场份额保持领先地位。其中，金领冠婴幼儿奶粉率先完成配方升级，成为中国首批符合奶粉新国标的婴幼儿配方奶粉，进一步提升了产品竞争力，1 至 2 月金领冠销售收入同比增长 30%以上，增速位列行业首位。

在产品创新方面，公司持续通过创新驱动业务健康发展。围绕消费者健康及营养需求，公司推出了“金典超滤牛奶”“安慕希丹东草莓”“畅轻蛋白时光”“金领冠塞纳牧有机奶粉”“须尽欢厚乳冰淇淋”等多款新品，同时结合多项创新营销举措，推动新产品、新业务快速成长。

在品牌力提升方面，公司作为中国唯一“双奥乳企”，与奥运携手17年，2022年1至2月期间，公司通过冬奥和春促的品牌营销整合，实现了整体品牌力的提升，根据第三方调研数据显示，消费者在此期间对伊利产品的购买意愿创历史新高。伊利产品的市场渗透率持续保持行业第一，其中在地级市、县级市的市场渗透率同比分别提升0.6个百分点、1.2个百分点，消费者触达规模持续上升。

在奶源发展方面，近年来公司携手核心供应商共同规划建设奶源基地，发挥全产业链协同价值，推动产业链健康发展。年初以来，奶源保障能力进一步提升，有效促进各项业务快速发展。

未来，公司将在“全面价值领先”战略目标的引领下，持续做好各项经营工作，推动公司健康、可持续发展。

二、说明事项

（一）上述主要经营数据为初步核算数据，未经审计，仅作为阶段性财务数据供投资者参考，不能以此推算公司全年业绩情况，敬请投资者理性投资，注意风险。

（二）《中国证券报》《上海证券报》以及上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）为公司指定的信息披露报刊和网站，公司发布的信息以在上述指定报刊和网站刊登的公告为准。

特此公告

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

董 事 会

二〇二二年三月十一日