**内蒙古伊利实业集团股份有限公司**

**投资者问答汇总**

**1.问：公司的营运效率如何？**

答： 2019年，应收票据及应收账款、存货、应付票据及应付账款周转天数分别为6.2天、42.2天和63.6天，经营性净现金流为84.6亿元。2020年1季度，应收票据及应收账款、存货、应付票据及应付账款周转天数分别为8.9天、56.5天和77.7天，经营性净现金流为-26.5亿元。

**2. 问：公司总体产能情况如何？**

答：到 2019 年 12月底，公司综合产能为1,185万吨/年。公司会根据市场增长情况持续、及时的增加产能投资。

**3.问：公司新零售渠道的发展情况？**

答：近年来，公司在不断优化现有渠道服务能力的基础上，积极拓展社交电商、O2O 到家等新零售销售渠道，捕捉新的业务增长机会。2019年，公司电商业务收入较上年增长 49%。

**4.问：公司国际化业务的进展？**

近年来，在“全球健康生态圈”理念的引领下，公司坚定走国际化发展道路，通过搭建国际化业务运营管理平台及人才队伍，聚焦并强化国际化业务管理能力，稳步推进海外业务。2019年，公司并购了新西兰 Westland Co-Operative Dairy Company Limited，将畅销全球乳品市场的“Westpro”（威士宝）、“Westgold”（牧恩）黄油以及其他乳类产品，正式引入到中国市场，实现了品质、技术、资源和市场的全方位融合，加速了公司海外市场的开拓进程。同期，公司旗下高端常温酸奶安慕希系列产品正式在东南亚上市，产品备受新加坡、缅甸等国家消费者的青睐。

**5.** **问：公司在创新方面的举措？**

答：2019年，公司持续推动创新工作，拓展领先的国内外科研创新平台，充实全球智力资源，不断拓宽研究和产品开发领域，深入开展了母乳研究、乳制品营养研究、食品安全风险研究及多种食材的特性与健康功效研究等；公司坚持以市场需求为导向，利用大数据技术进行消费者潜在需求洞察和研究，将研究成果应用于指导技术升级及产品开发，不仅优化了现有产品，还推出了满足消费者多元化需求的新型健康食品；公司继续加强标准化体系建设及知识产权战略布局，不断推进开放式创新，通过与全球农业、食品、生命科学等领域顶尖高校院所及上下游企业更加紧密的合作，持续提高创新支持与服务能力，提升公司创新业绩，引领行业发展。