

证券代码：002570

证券简称：贝因美

## 浙江贝因美科工贸股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：20130605 号

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	博时基金：温宇峰、孙占军、刘彦春、韩茂华、刘阳、李权胜； 海富通基金：程崇、吴科春、黄东升、曹艳萍； 华夏基金：卢士强 太平洋证券：王学谦；  本次调研共有 12 位机构投资者参与
<b>时间</b>	2013 年 6 月 5 日 13: 00-15: 00
<b>地点</b>	杭州市滨江区南环路 3758 号贝因美大厦
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长：黄小强 董事会秘书：鲍晨 证券事务代表：祝迪生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	会议交流内容纪要： 1、奶粉行业发展状况及未来行业增长空间？ 答：行业发展相对比较稳定，但竞争态势呈现白热化，各知名品

牌市占率基本稳定。未来随着有可能的二胎政策的逐步放开，人口具有稳中有增的潜力。城镇化进程进一步深入，职业化女性增加，喂养方式的变化和喂养时间的延长，致使市场还有较大的增长空间。

## **2、公司如何在行业大背景下实现快速发展？**

答：目前奶粉行业市场集中度还不是很高，需要公司投入大量人、财、物去打造品牌、拓展市场。公司出售了非婴童食品业务，专注做精做强婴童食品主业；在组织架构、渠道布局、激励机制上进行了整合和优化，着力提升整体组织效能；不断加强产品研发，强化供应链成本控制，完善内控机制和财务风险防范机制。

## **3、公司目前销售渠道情况？**

答：公司对渠道进行细化管理，设立专业团队分渠道负责销售。目前主要有批销、KA 等传统销售渠道，新兴销售渠道有婴童渠道、网络分销等，传统渠道占比较大，发展趋缓，新兴渠道目前比例较小，但发展较快。

## **4、渠道投入是否会增加？**

答：公司一直很重视市场投入，在全国设有 30 个分公司，地区有业务部。公司尤为重视品牌建设和推广，通过不断的市场、品牌建设来建立公众对品牌的认可度和美誉度。公司拥有成功生养教体系和完善的客服体系，重视公益投入。未来随着市场规模的

逐步扩大，将会产生规模效益。我们力争渠道投入维持在一个比较合理的水平。

**5、公司今年细分渠道后，市场有何变化？有望达到的理想状况？**

答：从一季度情况来看，各方面反响都比较积极和正面，营收也有比较明显的增长。长期状况尚有待市场考量。奶粉行业市场容量近几年变化不大，短期增长着眼于奶粉市场，长期来看，除奶粉外还有其它婴童食品有待开发。奶粉喂养目前以3岁以下为主要食用人群，随着消费观念的转变，有望延长食用年龄段。

**6、渠道产品结构情况？**

答：传统渠道基本是全品类销售，婴童店渠道和网络渠道我们拟优化升级产品品类和产品结构。目前营收主要来源于奶粉，有爱+、冠军宝贝、金装贝因美等不同系列产品。其次为米粉、饼干、果泥、肉酥等婴幼儿辅食。

**7、公司奶源供应情况？**

答：我司的主要奶源基地是位于北纬45度以上国际公认的“黄金奶源带”，有“中国奶牛之乡”美誉的黑龙江安达，公司目前主要通过合作奶站模式获得优质奶源。在黑龙江安达拟建一个万头示范牧场，是单次投入最大的牧场，后期拟储备筹建一批千头级的牧场。国际奶源主要由战略合作伙伴 KERRY 在爱尔兰提供。

**8、产品价格是否会提升?**

答: 主要需看成本上升的情况, 在市场能够消化的情况下我们一般不轻易提价。公司主要需加强成本管理与控制, 消化成本压力, 努力提升产品毛利水平; 其次需提高产品研发能力, 以消费者需求为导向, 加快产品的更新换代。

**9、公司销售费用率较高的原因是什么, 是否有进一步降低费用的措施?**

答: 销售费用率在公司预算范围内, 公司全渠道、全品类经营模式加上较完善的服务体系导致费用率较高。公司将通过品类优化、精准营销提高营销效能, 优化管理, 有效控制成本和费用。

**10、海外代购对公司的影响?**

答: 公司主要市场体量在二三线城市, 海外代购一般消费人群居于中高端消费, 地域主要在特级和一级城市, 对公司的影响比较小。

**10、公司重点市场和重点区域?**

答: 从目前的总体市场发展趋势来看, 很多产业从南部向中部转移, 城镇化的主要扩展区域中部地区。我们东部区域发展较早, 市场拓展比较充分, 较趋饱和, 发展也趋缓。目前中部地区是公司重点市场, 增长较快。西部地区今后也可能会成为新的成长点。

北部地区是中国乳业产业基地，有很多知名乳企发展较好，公司北部地区的策略就是与同行共同发展。

**11、公司募投项目预计何时投产？**

答：黑龙江年产5万吨奶粉项目预计于2013年年底投产，北海年产6000吨米粉项目预计于2014年投产。

**12、公司新收购的妇幼保健公司的未来发展方向？**

答：旨在为消费者提供更全面专业的产品与服务，拓展母婴营养品市场，提升公司可持续发展能力。

**13、公司为何考虑出售婴童用品业务？**

答：为抓住我国奶粉行业的发展机遇，集中精力，做精做强婴童食品主业。实现公司管理资源的有效配置，提升公司盈利能力，增强核心竞争力。

**14、一季报营收增长的原因分析？**

答：主要是公司调整了营销策略，按渠道分类组建专业团队负责销售，按SBU进行产品区分和升级。

接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。

附件清单(如有)	无
日期	2013年6月7日