

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：20130909 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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	交银施罗德    管华雨 交银施罗德    唐倩 交银施罗德    张媚钗 交银施罗德    韩威俊 易方达基金    葛秋石 博道投资      陈磊 瑞银证券      赵琳  本次调研共有 7 位机构投资者参与
<b>时间</b>	2013 年 9 月 9 日 9:00-11:00
<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>	副董事长：杨博鸿 财务总监：林必清 全国市场总监：陶杨

投资者关系活  
动主要内容介  
绍

会议交流内容纪要:

1、 降价对行业趋势和公司产生的影响?

答: 贝因美局部地区短期受影响, 但整体影响不大。降价后部分消费者持观望态度, 观望期内消费额度有所控制和减少。

受政策影响较大的是贴牌产品, 价格下滑比较明显, 部分地区出现抛货现象。7、8 月行业消费本身比较淡。竞争对手普遍采取买赠促销活动。贝因美活动会在三四季度集中上升, 已做了很充足的准备。

2、 行业政策对国产奶粉品牌的影响?

答: 国家新政对国产规模性企业是利好, 国产龙头的产品升级在推进, 10 月底会有四家国产品牌推出高端产品, 贝因美产品以中高端为主, 所以产品整体升级对贝因美是利好。

今年 6 月份开始, 9 部委联合陆续出台政策, 根据媒体报道了解, 2 年之内 10-20 亿国产奶粉企业有望达到 10 家, 50 亿以上大集团 3-5 家。

3、 药店渠道如何拓展?

答: OTC 渠道的优势在于一是渠道成本压缩, 让利消费者; 二是具有较强可追溯性, 根据媒体报道了解, 10 月中旬会在北京江苏开始试点, 参考国外行业数据, 未来约有 20% 的市场占比。

贝因美目前和国大等 OTC 药店进行战略合作, 渠道成熟后会推行品类差异化管理。药店模式是在原有销售渠道上增加了一个渠

道，可追溯性比较好。

#### 4、 贝因美的消费者教育投入？

答：贝因美的生养教体系、消费者教育体系是比较全面的，不以商业化为主导，大部分是软性投入。注重全方位对妈妈群体从孕前到产后的覆盖，注重亲子文化的传导。主要有两个专业团队，一个是消教团队，一个是婴幼儿专业知识的母婴顾问团队。

#### 5、 爱+的销售模式？

答：爱+系列目前在升级包装，上半年销售状况比较理想。原来没有做品类差异化管理，去年开始在 KA 和非 KA 分品类销售，金爱+在 KA 渠道，普爱+在母婴和批销渠道。爱+的目标是一线城市，二三线城市的部分消费者在主动升级，所以增速比较快，其产品定位是“国际品质，华人配方”。

#### 6、 网络渠道拓展情况？

答：网络营销是趋势，国家未来会加大对这个渠道的规范，外资品牌网络营销比较强势，是因为其优势在于一二线城市，比较符合电商趋势，而贝因美优势则在三四级市场，产品升级换代后，一二线市场空间较大。

#### 7、 营销费用投入情况？

答：公司实行整体营销、整合传播，一般是前期投入后期产出，

在全面预算管理范围内，使销售费用得到较良性科学的控制，费用控制初显成果。

#### 8、 公司费用率总体情况介绍？

答：今年上半年总体费用率有所下调，公司实施了全面预算管理，费用预算控制实施情况良好。品牌建设和市场拓展维护都需投入费用，尤其品牌投入不会减少，但营收上规模后，线下渠道维护费用有望降低，今后费用实施价值链管理，投入更注重精准性，提高费用投入效能。

费用率下降有可能的原因在于：1) 费用投入有效性在提升；2) 规模效应会体现；3) 有望从人海战术转向 ERP 整合营销管理系统。

#### 9、 广告费用投入使用情况？

答：广告费用总体占比跟去年持平。

#### 10、 KA 和经销商费用情况？

答：KA 费用包括合同费用和渠道推广费用，经销商费用包括折扣和返点，其它推广费用作为销售费用确认。

#### 11、 公司毛利情况？

答：毛利比预测的情况要好。生产成本、原材料成本等均在可控范围，进口原料压力略大些。

	<p><b>12、SBU 运行的效果?</b></p> <p>答：SBU 在年初开始运行，注重精准营销，从预算执行来看，费用和人员还没有完全切分到位，需要一个过程。从营收情况来看，SBU 运行效果比较显著。</p> <p><b>13、公司会考虑行业并购吗?</b></p> <p>答：贝因美是民族品牌，我们的目标是全力打造孕婴童食品第一品牌。巩固提升奶粉市场份额，大力提高辅食份额，拓展其它婴童食品业务。如果需要并购的话，具备互补价值的并购是我们优先考虑的。</p> <p>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》。</p>
和附件清单（如有）	无
日期	2013 年 9 月 9 日