

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：20131121 号

| | |
|--------------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <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> ） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 大成基金 刘庆 嘉实基金 马惠明 华安基金 王旭冉 信诚基金 单慧金 中投证券 蒋鑫 光大证券 刘颜 高华证券 刘智景 本次调研共有 7 位机构投资者参与 |
| 时间 | 2013 年 11 月 21 日 14:00-16:00 |
| 地点 | 杭州市滨江区南环路 3758 号贝因美大厦 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：黄小强 |

投资者关系活
动主要内容介
绍

会议交流内容纪要:

1、 公司自有奶源的建设情况?

答: 公司对实施优质奶源保障项目作过公告, 总投资金额约 3 亿元, 奶源基地在黑龙江安达市, 项目投产后可为黑龙江贝因美生产婴幼儿配方奶粉提供优质奶源供应。预计 2014 年上半年可以引进奶牛。今后奶源供应将向规模化、集约化靠拢。

2、 公司三季度费用投入较多的原因? 全年度费用控制?

答: 公司自 7 月起对公司婴幼儿配方奶粉主要品项标准出厂价进行了调整, 主要品项标准出厂价下调 5-20%; 工信部等相关部门对行业的整顿行动, 使大部分消费者相当时间内持观望态度, 单次购买量下降; 公司在三季度主动营销, 为抢占中高端的市场份额, 加大了产品的促销力度, 活动促销费用有所增加, 销售费用较上年同期有所增长。

公司全年度费用有预定计划且是波段投入, 我们有信心把费用率维持在一个合理水平内。

3、 什么情况下能达到规模效益?

答: 贝因美以往约 10% 左右的市场占有率, 收入规模到 50 亿元以上其实已经有较为明显的规模效益。其实已经有明显的规模效益。

4、 公司系列奶粉销售情况?

答:通过公司产品结构优化和升级,爱+系列产品提升较为明显,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。总体增速比较快,预计占比 20%-30%,冠军宝贝、金装贝因美等系列占比约 60%-70%。

5、 公司三季度毛利率有所上升原因?

答:公司三季度主动营销,通过产品结构调整,加大了在中高端产品上的市场投入,爱+系列产品销售增速较快,实现了毛利率的提升。

6、 公司电商的运行状况?

答:贝因美较侧重传统的销售模式,经销商渠道和 KA 渠道是我们较为优势的渠道,公司今年才把电商渠道独立出来运作。网络营销要做好,必须有相应的线上产品,目标是实现产品差异化营销,线上线下分产品运作,不会互相抢占市场份额。网络渠道的基数较小,但增速不错。

7、 公司新产能预计何时能释放?

答:黑龙江募投项目预计能按期投产,产能释放需有个过程。产能释放后可以腾出部分产能做一些比较新的产品。今年公司实施了 SBU 渠道运作,但没有好的 SKU 配合。

8、 公司母婴渠道运作情况如何?

| | |
|-----------|--|
| | <p>答：我们的传统渠道是经销商和 KA 渠道，优势渠道是经销商渠道，婴童渠道是今年开始设立专业团队运作，今年主要推广冠宝 OPO 系列产品。基数很小，增速应该还可以。</p> <p>9、 行业未来的增长空间有哪些？</p> <p>答：一、国内婴幼儿食品行业处于竞争白热化阶段，未来婴幼儿奶粉行业集中度将不断提升；二、人口政策的逐步放开，人口具有稳中有增的潜力；三、随着城镇化进程加快，职业化女性的增加，喂养年龄段不断延伸。</p> <p>10、 毛利率未来是否能保持或持续提升？</p> <p>答：近期来看，高端产品产能供给紧张会有一定影响，长远来看，公司会通过不断优化升级产品结构确保产品毛利率。这是持续不断努力的过程，但是像广告这样的投入必须继续。</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 11 月 21 日 |