

证券代码：002570

证券简称：贝因美

贝因美婴童食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20150910 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_____
参与单位名称及人员姓名	中金公司 吕若晨 齐鲁证券 张喆 摩根士丹利 魏文浩 招商基金 杨熙
时间	2015 年 9 月 10 日 10: 00-11: 30
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	董事会秘书：沈立军
投资者关系活动主要内容介绍	会议交流内容纪要： 1、最近公司完成增持是基于怎样的考虑，后续有没有进一步的增持计划？ 答：一方面是员工持股计划，“华泰贝因美 1 号集合资产管理计划”于 7 月份成立，截至 8 月 27 日，通过二级市场购买方式完

成了此次员工持股计划的股票购买，购买均价为 11.54 元。另一方面，近期的大股东增持也表达了大股东对公司长远发展的信心，认为目前的股价安全边际较高。相关信息已在公告上表述。

2、股价回调之后，恒天然的态度如何？

答：恒天然也承受着减值的压力，从这角度讲，其对经营层的压力和要求是很直接的，有了恒天然这样的业内股东，投资者应该对公司更放心些。

3、奶粉行业的竞争格局依然不容乐观，拐点尚未出现，最近股东完成增持，员工持股计划也完成购买，后面经营上会有什么样的变化？

答：现在行业乱局是自由竞争阶段的前期，是必然要经历的。在自由竞争发达的西方市场，最终也是会走向集中的。世贸协定之后的累积效应加上海淘和电商等因素的推动，中国目前的多品牌乱象正是自由竞争阶段的体现。但是短期的波动不会影响长期趋势和布局，贝因美会按照既定的方针去做，供应链和市场布局都会稳步推进。

4、目前的配方指导方针主要是针对境内的生产，是不是对于完全在国外进行生产的奶粉企业没有影响？

答：新的注册制的变革和 D20 峰会，表明政府将对行业进一步约束与规范，未来一个工厂五个配方等政策的实行对于品类特别

多的企业会有较大的冲击。个人认为，政府管理也是需要循序渐进的，目前在国内消费信心尚未恢复之前，进口奶粉是重要的供给方。贝因美的绿爱+和代理的安满，也是顺应消费者的需求，在国外原产原罐进口，国内仅仅是流通。

5、婴幼儿奶粉的合理利润区间在哪？

答：中国的奶粉业，中外各品牌争先进入的主要原因就是高毛利，阻止进入者的有效手段是知难而退，当行业的毛利率维持高位的时候，是阻止不了新进入者的。国外经验来看，不同制造行业的利润率趋于接近，最终的利润空间会由不同阶段竞争态势来决定，会由渠道销售模式来决定。

6、公司2季度营收相较于1季度有没有下降？

答：从销量角度看和一季度基本是持平的。高价产品下降比较快，下降原因主要是终端买赠促销的力度比较大。7月1日《预包装特殊膳食用食品标签》新规正式实施，各品牌为了尽早消化老包装，产品大幅降价甩货，公司为维护市场稳定，未及时跟进行业大力度价格促销，导致消费者部分流失，竞品抢占了一定的市场份额。

7、3季度的预计还是相对大幅度亏损的原因？

答：一、各品牌终端买赠促销、清库清量因素持续影响；
二、渠道变革所带来的阵痛。为顺应行业变革，公司主动对部分

客户进行优化，过程中阶段性地减少了渠道客户数量，影响了销售业绩；

三、同受行业渠道变革影响，公司现代商超渠道份额呈下降趋势，同时母婴渠道、网络渠道的开拓进展缓慢，导致公司业绩下滑。

8、明年的业绩会有反弹吗？

答：首先，明年的原材料成本应可以轻装上阵，其次，销售价格的因素到什么样的程度需看注册制之后行业的格局变化。配方注册制度对大企业是正面的，定制贴牌企业会受较大的冲击，我们会有一定的有利市场空间。

9、目前终端的销售情况如何？

答：贝因美在传统渠道面临冲击的情况下，实施了营销体制的转型，推进了渠道变革，包括设立营销控股子公司，构建营销领域的业务实施平台，设立 15 家营销全资子公司，赋予子公司更多的销售经营责任；同时对部分客户进行优化，由原本的经销商体制转变为代理商体制，通过代理商的转制，鼓励优质的代理商做大做强，把好产品好资源集中在有意愿发展壮大的代理商手中，给代理商带来可持久保障的品牌及利润的优势，增强渠道变革带来的竞争力。公司也会通过持续招商，吸引更多优质代理商，与贝因美共同发展。代理商的机制对终端效率而言，有非常重要的一个改进点，即减少市场终端推广活动决策的时间周期，提高市场快速反应能力。

10、渠道的库存是多长时间？

答：最近平均的渠道库存在 55-59 天，是一个比较合理的水平。

11、上半年公司的库存商品增长较高的原因？

答：今年多了进口品类，进口品类的基础库存同比是增加的；另外是包装转换，提前生产了部分成品。原材料库存是下降的。

12、变革在短期和长期对公司的收入的影响？

答：经销商转型在 6 月份开始，第三季度可能依然会受到影响，但代理商在渠道缺货之后必然是要拿货的。转型是在不断修正，不断调整的。转型之后，收入和销售费用在报表上都会有下降，未来用毛利减去销售费用后的销售贡献来衡量公司的业绩较合理些。

13、公司的渠道扩张未来会有什么样的规划？

答：未来会从婴童渠道和网络渠道作为发力点。

14、第三季度的促销预期如何？

答：应该会继续，在行业大洗牌没有结束之前，会维持常态。

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》。
和附件清单（如有）	无
日期	2015年9月10日