

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：20160929 号

<p>投资者关系活 动类别</p>	<p><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 _____</p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>中金公司 吕若晨 浙江能源集团 聂茸 Ark Capital 关雪 海富通基金 刘海啸 国泰基金 王琳 中欧基金 孔晓语、沈悦 聚桐投资 高猷嘉 中新融创 赵欣冉 尚雅投资 陈天驰 长江证券 张伟欣 兴业全球基金 童兰 国海富兰克林基金 杨富麟 华泰证券 李艳光</p>

	<p>华创证券 王莺</p> <p>兴业证券 卜忠林、颜言</p> <p>兴证证券 班涛</p> <p>上海六禾投资 石嘉婧</p> <p>弘则研究 龚源月</p> <p>东方证券 叶书怀</p> <p>永禧投资 王超</p> <p>广州冠丰资产 唐哲</p> <p>第一创业证券 李昶新</p> <p>中原证券 侯为</p> <p>浙江股权交易 张雯、王遵峰</p> <p>中韩人寿 周颖、周浩军</p> <p>华泰保兴基金 孙静佳</p> <p>泰康资产 陈怡</p> <p>天安财险 苏杨</p> <p>华宝兴业基金 薄玉</p> <p>上海磐厚资本 周俊</p> <p>本次调研共有 34 位机构投资者参与</p>
时间	2016 年 9 月 29 日 10: 30-12: 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	董事会秘书: 沈立军
人员姓名	证券事务代表: 祝迪生、金千人

投资者关系活
动主要内容介
绍

会议交流内容纪要:

1. 奶粉注册制的影响?

答: 首先明年量上会受益于二胎, 具体权威数据没有看到, 从一二线城市妇产医院建卡数来看, 情况非常火爆, 从点状信息来看, 基本没有低于 30% 的, 不同的城市面临的差异可能会很大。小孩出生后六个月才会需要用奶粉, 有个滞后期, 这些新生儿需求的爆发时间点预计在今年四季度和明年上半年。

2. 预计奶粉价格战什么时候可以结束?

答: 目前的奶粉价格战是必然的, 受几个因素影响: 1) 将被淘汰的杂牌目前在集中低价抛售产品, 价格竞争始终存在, 18 年 1 月 1 日后可能会尘埃落定, 还有一年多时间过渡。 2) 新政规定一个工厂三个配方, 是上限, 有的工厂 3 个配方不一定全部能拿到, 实施新政是希望行业集中度提升, 提升消费者信心。贝因美主力的两个工厂一是杭州工厂, 二是安达工厂, 工厂硬件设施和管理水平都相当领先。

3. 目前公司的渠道库存情况?

答: 向渠道压库存代价会很大, 杂牌清仓甩货的动作也给经销商带来困惑, 公司希望加强终端走货, 三季度和四季度依然会延续这样的策略, 不会参与渠道压库存无序的搅局。

4. 新政具体解读? 已经生产出来的产品 10 月 1 日之后还能不能卖?

答: 10 月 1 日不是关键时间点, 是开始接受奶粉配方注册申请, 接近

似药品的规则去审核，看第一批的情况就可以看出来严格程度，政府希望整个行业的集中度越来越高。未注册产品不能生产的时间点现在比较明确的是18年1月1日（内外资品牌）。贝因美争取在半年时间内申请完成配方注册，具体的申请情况现在还处于摸索状态，贝因美肯定会第一批去申请。

5. 国外低价的产品是不是还会对市场产生冲击？

答：还会有。不同的消费者会找到各自认同的产品。国内奶粉渠道布局已久，在婴童店需要有导购去做引导，特别是在三四五线城市。

6. 贝因美收购国内生鲜乳情况？

答：目前进口基粉价格确有优势，但对国内生鲜乳的收购是长协机制下的行为，也是社会责任使然。

7. 后期牧场建设有什么计划？

答：公司在安达已经自建一期二期牧场，目前来看，自建牧场饲料都需要进口，当地资源无法满足，资源局限性较大。

8. 商超、婴童店、电商分别怎么发展？

答：电商渠道加大开拓，目前主要是两个途径，一是通过天猫、京东和淘宝C店，二是集团公司在打造妈妈购一站式购物平台。

其他业态上，KA渠道目前不是一个在增长的渠道，婴童连锁还是有比较明显的优势。另外在终端门店建立全程追溯系统，会对终端消费有比

较好的监控，掌控消费者的数据，重点是要培养消费者的扫码习惯。

9. 经销商转代理商缘由和取得的效果？

答：公司营收 60-70%来自于经销商，转为代理商之后没有太多的变化，现在在做很多的调整，初衷是基于提高市场效率，奶粉价格长期来看往下降的趋势是比较确定的，在单品经营利润下降趋势下，如何通过规模销量来维持其经营的积极性。

10. 产品结构情况？

答：结合奶粉新政完成品类优化、升级工作，定位中高端品牌，要让高毛利的产品占比加大。

11. 授信部分的应收账款是否有改善？

答：改制之后代理商增加了地盘，在去年底的时候为了抢终端所以四季度给了很多授信，行业好转之后会慢慢降下来。

12. 公司总体的回款情况？

答：跟销售进度和品类相关，某些终端出货会比较慢，公司会给予更长的时间回款。原来主要集中在 KA 四个多亿，去年向代理商放了 10 个亿授信，上半年已计提七千多万做坏账准备，财务政策相对稳健。

13. 渠道支持费用和销售费用率变化情况？

答：在一定程度上针对代理商会有支持，终端促销没有做任何刻意的收

	<p>缩；现在费用率居高不下主要原因是量在下降。</p> <p>14. 大包粉的采购成本情况？</p> <p>答：今年下半年的成本与去年同期比享受着市场较低价格的水平，跟上半年比也会好一些。大包粉的价格也许在未来会小步碎走，稳步上升。这两年奶价下降的基本面是欧盟配额放开，后面要看二孩能带来多少的需求增量。</p> <p>15. 假货带来的影响？怎么量化？</p> <p>答：局部地区因假货导致下架偶有发生，销量上受影响程度各异。但是短期消费者对公司产品的信任程度有比较大的伤害，门店授权的动作就是针对性地告诉消费者哪些门店是可以被信任的。</p> <p>17. 公司的目标客户群体？</p> <p>答：二三四线城市是优势区域，价格段 100-200、200-300 的都有，公司 200-300 的产品占比在上升，以三四线城市为主，受益于中高端产品升级。近两年的市场状况是崇洋消费下的国际品牌成长较好，国产品牌往往受困其中，再加上国内杂牌倾销。</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	无

有)	
日期	2016年9月29日