

证券代码：002570

证券简称：贝因美

贝因美股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：20210002 号

<p>投资者关系活 动类别</p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input checked="" 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）</p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>Citigroup Global Market, Jane Guo\Tiffany Feng Southern Fund, Kang Shao Janus Henderson Investors, May Ling Wee Blackrock, YiTay Hui Wellington Management, Jolene Lee Power Corporation of Canada, Jonathan Zhou Sculptor Capital, Yejun Qian Ellerston Capital, Eric Fong Tairen Capital, Shiqi Zhang Sculptor Capital, Christina Ye Janchor Partners, Lu Wang Janchor Partners, Yubo Gong Perseverance Asset, Xiao Wang First Beijing, Justin He Schonfeld Strategic Advisors, Edmund Wang MDIM, Stephen WANG Hang Seng Investment, Justin Chu Fideuram, Luca Castoldi Nanshan Life Insurance, Joyce Huang UBP, Yiping Du Pinpoint, Ivan Ngoh Oasis Management, Binwei ZENG Asset Management One, Leo Xiao FountainCap, Jason Li FountainCap Research &amp; Investment, James Yan Templeton, Chris Leung GE, Keng Yew Teo FountainCap Research &amp; Investment, Cheng Li Principal Global Investors, Jessica Yu</p>

	<p>Dymon Asia, Tiff Xu  ETIQA INSURANCE, Li Fei Ng  Citi, Chu Wang  moon, vkarti li  Mackenzie Investments Asia Limited, Michael Chan  Gavekal Capital, Angela zhao</p>
<b>时间</b>	2021年6月10日 16:30
<b>地点</b>	贝因美大厦会议室电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	<p>董事会秘书 李志容  策略师 刘文春  证券事务代表 黄鹂</p>
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>【黄鹂女士介绍了公司的基本情况和战略发展思路】</b></p> <p>贝因美创立于1992年,主要从事婴幼儿配方食品的研发、生产和销售业务,公司始终坚持“育儿专家,亲子顾问”的品牌定位和“生儿育女找贝因美”的企业愿景。经过近30年的积淀和发展,目前已经形成全系孕/婴/童/成人配方奶粉、婴幼儿辅食、儿童健康零食、母婴营养品和其他乳制品五大品类矩阵。公司拥有60个婴幼儿配方乳粉产品注册配方、4个特医配产品注册配方,6家生产工厂,拥有优秀的研发能力和良好的产业基础,其中,贝因美(杭州)食品研究院有限公司获得国家高新技术企业认定,黑龙江贝因美乳业有限公司为国家农业产业化重点龙头企业。公司创始人谢宏先生创建的以“成功生养教理论”为核心的内容资产为新生代父母在婴童的生育、养育、教育反面提供了全面的解决方案,增强了客户和品牌之间的粘性,多年来帮助公司建立了良好的市场口碑,为公司品牌发展提供了重要向心力。公司将以上述资源优势为基础,以消费者需求为根本,主动拥抱新时代消费行为变化趋势,进行差异化市场营销,密切关注国家政策动向和消费者需求,开发更多可以满足亲子家庭需要的产品,开拓更加广阔的新时期消费市场蓝海。</p> <p><b>【投资者问答】</b></p> <p>1、请公司介绍一下母婴行业消费者迭代的情况和行业的发展趋势。</p>

答：婴配粉的客群比较特殊，一般来讲“三年一迭代”。受到宏观政策和经济发展的影响，行业的集中度会提高，产品升级明显，高端、超高端产品会越来越受到消费者青睐。同时，随着新国潮的崛起，质量有保障、配方有优势的产品会越来越受到消费者青睐。

## **2、公司目前经营情况如何？董事长兼任总经理后，是否有做经营方面的调整？**

答：公司创始人、董事长谢宏先生现在同时兼任公司总经理，公司于今年5月底进行了董监事会换届，换届后，公司也相应的进行了内部人事调整。目前公司的变化主要体现在以下几个方面：（1）内部组织运行效率的提升。公司对内部的组织结构、工作流程、激励机制进行了改革，以业务线考核为例，公司更加注重投入产出比的考核。（2）新零售业务的拓展。公司新零售业务模式已经开始在部分门店进行试点，并取得了不错的效果。公司将延续该策略模式，希望未来能呈现出我们所期待的业绩贡献。（3）定增项目的有序推进。公司的定增项目已过发审会，目前正在等待证监会批文，公司已经开始接触意向投资客户。在发行完成后，我们会根据定增预案加快推进募投项目的实施。

## **3、公司如何看待三胎政策？**

答：国家本次出台的三胎政策不仅仅是简单的鼓励生育政策，而是将婚嫁、生育、养育、教育一体考虑，陆续出台提高优生优育服务水平的一系列促进国民能生、敢生、优生的政策。鼓励生育的政策作为基本国策的实施，更说明了整个母婴行业是一个永续的朝阳行业，整个行业将会有极大的扩容空间。

## **4、新国标的实施会对行业带来怎样的影响？**

答：二次配方注册和新国标对企业的研发能力、生产能力、检验能力等都提出了更高的要求，对奶粉行业将再进行一次洗牌。新国标的实施，会导致婴配粉的品牌集中度提升，同时会进一步规范市场竞争环境，将不符合标准的企业扫地出门，具有专业研发能力的大牌乳企将是最终受益者，形

成中国婴幼儿配方奶粉行业健康发展的新格局。

**5、公司如何看待儿童粉的发展？市场空间和竞争格局？**

答：公司有充足的产品储备，当前市场还需要进一步的消费者教育，未来会有比较大的发展空间。

**6、公司如何看待新冠疫苗对整个行业销售的影响？**

答：在目前的经济和时代背景下，鼓励生育并保持一定的出生率将是一项长期的基本国策。当下疫苗接种确实会在一段时间内、在一定程度上影响某些宝妈备孕计划。这种情况也确实会加速、加剧行业洗牌。但有实力有积淀的品牌将胜出，且中长期利好。贝因美当前的销售基数不大，经过一系列的转型调整有能力守住基本盘，且过去几年经历了低谷提高了抗压能力，后续的宏观政策及市场环境对公司的复苏反而利好。

**7、公司如何看待市场的价格竞争？**

答：原材料价格的持续上涨可能会对产品价格产生影响，顺应消费升级，超高端产品的市场总量还会增长，但不同经营主体因超高端产品的占比结构不同，后续增长率也会有差异。

**8、公司的合作门店有多少家？**

答：目前和公司合作的门店大概有 20000 多家，但各个门店的销售贡献不一。公司希望能通过新零售模式的实施有效提升所有门店的销售贡献。

**9、公司的新零售模式渠道推广是何时开始？是否选择了几个区域进行试点？新零售项目具体是如何落地的？**

答：公司从今年三、四月起开始开展新零售模式的试点工作，公司选择了几个重要区域的重点终端进行了策略验证，并取得了不错的效果。从五月开始，公司启动了规模性的复制推广工作，同时，公司启动了母婴新零售研讨班项目，群策群力，希望相关工作能取得我们预期的成果。公司对所

	有产品进行了优化梳理，充分发挥多品类优势，聚焦主品类模块的发展，以主带辅，实现品类间的良性互动。同时，公司对新零售策略门店实行一店一策，根据门店具体情况匹配合适的品类及客户拓展、运维策略。
附件清单	无
日期	2021年6月10日