

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：20210005 号

投资者关系活动类别	<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）
参与单位名称及人员姓名	浙商证券食品饮料分析师 孙天一 浙商证券 食品饮料分析师 赵璐 中信建投 食品饮料分析师 管成广 华商基金 投资经理 郭鹏 正心谷资本 高级投资经理 李安宁 迪策投资（华菱津杉） 高级投资经理 郭辰 迪策投资（华菱津杉） 投资经理 蒋潇
时间	2021 年 7 月 2 日 09:30
地点	贝因美大厦会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 李志容 经营策略师 刘文春 证券事务代表 黄鹂
投资者关系活动主要内容介绍	<p>【李志容女士介绍了公司总体情况】</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“对宝宝负责 让妈妈放心”的质量方针深耕孕婴童行业。公司目前以消费者需求为根本，主动拥抱新时代消费变化趋势，采取差异化市场营销策略致力于经营绩效的改善。同时，公司密切关注国家政策动向，始终与中国妈妈在一起，通过高性价比的产品和专业温馨的服务，帮助更多中国妈妈成就母爱。</p> <p>【投资者问答】</p>

1、董事长兼任总经理后，公司目前的组织结构、经营情况变化如何？

答：公司创始人、董事长谢宏先生兼任公司总经理后，主要在组织、人员及薪酬、渠道、业务模式创新等方面进行了变革调整。组织方面主要是对架构进行了合并优化调整，减少内耗，以便能更快速响应一线服务客户和消费者的需求支持。同时，对关键重要任务或创新项目任务采用任务型小组形式推动实施。提高人效方面，一方面梳理优化人员，对前端业务人员实行优胜劣汰、及时激励措施，非当前必须或低价值贡献后台支持岗位尽可能转向业务贡献岗位；同时推进调整优化薪酬结构，逐步降低现金薪酬支付比例，提高中长期激励薪酬比例（如股权激励等）。业务方面，对渠道进行全面优化梳理，洞悉所有客户现状，驱动渠道合作更健康、长久；同时推进新零售业务模式的落实，目前基本完成策略验证，后续开始复制推广。公司期待上述措施能带来较好地绩效呈现。

2、公司的新零售模式渠道推广是怎样的？

答：我们目前探索的新零售门店拓展尝试通过高性价比产品切入市场，拓展增量业务，提升整个价值链的运行效率效益。目标是实现覆盖全国30000家终端。这一模式的优势主要体现在3个方面：一是给消费者提供更高性价比的产品，因为品类丰富是我们的优势，可以做增量业务，不会与之前的渠道产生冲突；二是终端利润高，且贝因美是消费者可以接受的大品牌，终端可以进行很好的动销。如换成小品牌就算利润高，消费者不接受也卖不动；三是客户先款后货，销售后公司及时兑现客户应得收益。因该业务模式数智化程度高，效率高，缩短了中间环节，公司的毛利也更高。我们对新零售合作终端实行一店一策，根据门店所在商圈特征匹配实施差异化的产品营销策略及客户活动策略等。该模式可以让价值链上的各环节都享受到效率提升带来的红利。

3、公司未来的业绩增长点？

答：贝因美通过近30年的发展，无论研发、生产、还是产品质量都具有原创的行业引领能力。公司将在坚决做好、做强主业的基础上，按照此前公告的战略规划构建母婴生态圈，发展成围绕亲子家庭生育、养育、

教育为一体的、可前后端开放合作的母婴亲子数字化平台企业。我们希望能尽快回到曾经的行业地位，用更好的业绩回馈广大投资者。

4、定增项目中的天津工厂目前进程如何？

答：天津工厂目前已经完成主体建设工程，预计今年竣工，明年年初实现投产。

5、请介绍一下公司研发的核心竞争力？

答：贝因美于1996年设立母乳应用技术研究所，2002年获批成立婴幼儿食品高新技术研发中心，后发展成贝因美研究院，现已成为高新技术企业、国家级博士后工作站，研究领域涵盖基础研究、技术研究、产品研发三大模块13个领域。25年里，我们承担了一项中欧合作课题，三项国家重点研发课题，十余项省市级科研课题，及多项省部级科技大奖。研发有51款婴配粉注册配方和4款特殊医学用途配方。在我们所从事的领域，我们的研发技术和产品质量等一直都是全球领先的。

6、公司如何看待三胎政策和新国标对母婴行业的影响？

答：三胎政策的出台标志着鼓励生育将是国家一项长期的基本国策，也说明整个母婴行业是一个永续的朝阳行业。整个行业将会有更大的扩容空间。新国标二次配方注册将对业内企业的技术水平提出更高的要求，小品牌将被加速淘汰，同时受疫情等影响，外资品牌份额也会继续延续下降趋势，市场集中度将进一步提高。这对有综合实力的国产品牌来说是件好事，是机遇，对公司来说也是值得期待的。

附件清单

无

日期

2021年7月2日