

贝因美股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：20220003 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 | 信达证券 食品饮料行业首席分析师 马铮 / 分析师 赵雷；中信资管 张恒源；华商基金 常宁；信诚基金 阎志刚；华安基金 周阳；国投瑞银基金 王方；工银瑞信 王鹏；大家资产 李德宝 |
| 时间 | 2022 年 5 月 19 日 16:00 |
| 地点 | 贝因美大厦会议室（电话会议） |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长兼总经理 谢宏；董事会秘书 李志容；投资者关系总监 潘益平；证券事务代表 黄鹂 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>【公司对最新经营情况做了简要介绍】</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，承过去 30 年让中国妈妈放心，启未来 30 年让中国妈妈省心，努力践行“让亿万家庭生活更美好”的职责使命。</p> <p>2021 年公司实现营业收入 25.40 亿元，实现归属于母公司股东的净利润 7,331.46 万元，较 2020 年增长 122.61%。经营活动产生的现金流量净额 24,674.38 万元，较上年同期增加 21,640.69 万元。</p> <p>2022 年第一季度公司实现营业收入 8.14 亿元，较上年同期增长 43.68%；实现归属于母公司股东的净利润 2,012.64 万元，较上年同期增长 38.45%。</p> <p>创始人回归兼任总经理后，带领团队全面变革创新，在继续发挥好公司既有研发、产品、质控、品牌方面优势的基础上，进一步提升渠道力，夯实存量，拓展增量，降本增效明显，着力推动公司绩效持续改善。</p> |

国家二次配方注册工作开展以来，公司持续优化库存，积极推进新零售转型，第一大单品“爱加”及新品“可睿欣”自2022年以来实现了较好的销售成果。

【投资者问答】

1、可否介绍一下可睿欣的情况？为什么卖这么好？

答：首先，该款产品配方非常优秀，是一款超高性价比的产品，在市场上得到了消费者的认可，复购率喜人。其次，公司对该产品执行了最严格的控价、控盘、控店、控货政策，该产品对终端门店有良好的利润贡献，门店销售推广积极性高。最后，该产品在闭环的新零售模式中实现了响应速度快、运营效率高、服务体验好的新零售标准。

2、公司毛利率下降、费用率下降是不是跟OEM/ODM业务增长有关？

公司开展这两项业务的竞争力是什么？

答：公司去年第四季度以来毛利率下降的主要原因系原料成本上涨及其他业务增加所致，费用率下降的主要原因在于公司新的费用管控模式取得了良好成果。公司能顺利拓展OEM/ODM业务主要得益于公司优秀的研发能力和强大的产业化能力，公司的生产安全能力得到了业内认可，同时拥有优秀的研发团队和生产团队，多地区生产基地的区位优势也成为公司开展相关业务的重要竞争力。

3、疫情对于公司所造成的影响？公司如何应对的？

答：疫情的不确定性对国民经济不断产生影响，我们坚持做好自己，严格按照国家政策要求做好民生保供企业的应有担当。公司拥有提升宝宝免疫力配方的第一大单品“爱加”恰好迎合了时下提升宝宝免疫力的消费需求。同时，客观上外资品牌的供应出现缺口，消费者转向购买国产奶粉的比例不断增加给公司带来了机遇。此外，疫情的爆发让消费者更加关注健康，通过摄入优质蛋白提高抵抗力的健康饮食观点正在深入人心。

公司作为指定的保供企业，已成立专门的保供项目组，积极响应各级政府号召，在常态化疫情管控形势下，确保所有的原辅料供应体系和生产体系的健康运行，努力保障产品物流运输体系正常运转，为公司业绩的持续改善及经营目标的达成保驾护航。

4、公司渠道改革，新零售渠道和数智化的进展？

答：公司持续推进向新零售方向转型，直供终端的新零售模式目前运行良好，新品可睿欣4月份单月销售接近2021年全年，目前增长强劲。后续公司将通过直供终端新零售模式推出更多新品。公司去年四季度以来通过新零售模式实现在线化、数智化动态实时跟踪运营情况的业务比重大幅增长，达成了销售模式成功转型的关键指标，该模式目前正在持续迭代优化。

5、新国标注册产品的进展如何？

答：公司一直持续关注婴幼儿配方乳粉新国标修订和产品配方注册相关情况，在新国标发布后就已经启动公司配方注册相关工作。公司根据母乳研究最新成果，利用婴幼儿配方奶粉生产新技术、新原料，对标新国标要求对产品配方和工艺进行系统全面升级，并按照配方注册相关规定进行了细致全面的验证提升产品品质。目前已提交15个系列45个婴幼儿配方奶粉配方注册的申报、受理，目前进展顺利。

6、公司认为婴配粉和奶粉行业今年的发展情况如何？

答：今年婴配粉行业仍将是存量博弈状态，疫情的反复叠加新国标实施及二次注册的影响，终端竞争加剧，中小品牌将加速出局，行业集中度将进一步提升。同时，国产优质品牌对海外产品的替代会加速。对于内资优质品牌而言，今年仍然存在着较好的结构性增长机会。

我们认为随着各地三胎支持政策落地，备孕人数将逐步增加，未来新生儿人口有望回升。从目前终端反馈情况来看，近期备孕产品销售有

| | |
|--------------------|---|
| | <p>回暖迹象。</p> <p>7、自谢总担任总经理后，公司有哪些方面调整？</p> <p>答：去年一月创始人回归亲自操盘后，带领团队制定了经营管理改善路线图，并根据路线图对公司进行了一系列大刀阔斧的改革，成果已在2021年年报、2022年一季报中有所体现。今年，公司将继续从以下方面着手持续提升盈利能力、改善综合经营绩效：第一，持续优化组织架构、优化团队配置结构，提升后台总体支持效能、提高人效，资源向一线倾斜，全员奖金与经营目标达成情况挂钩。第二，公司严格实施费用的投入产出评估，坚持“目标导向、费率包干、任务兜底、业绩说话、优胜劣汰”，以确保实现投入产出的良性循环。第三，公司持续推动向新零售方向转型，实现在线化、数智化，动态持续调整优化客户、渠道，提质增效，提高公司总体经营效能。</p> |
| <p>附件清单</p> | <p>无</p> |
| <p>日期</p> | <p>2022年5月19日</p> |