

贝因美股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：20220005 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东亚前海证券 汪玲、崔晓雯；交银康联 王耀永；爱建证券 章孝林；国泰基金 姜英；农行资管 任芄兴；深圳中天汇富 许高飞；太平基金田发祥 等……
时间	2022 年 7 月 22 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、总经理 谢宏；董事会秘书 李志容；资者关系总监 潘益平
投资者关系活动主要内容介绍	<p>【公司对 2022 年经营变革情况做介绍】</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”的品牌定位和“生儿育女贝因美”的企业愿景。</p> <p>创始人回归后，带领团队夯实存量、拓展增量，业务健康发展取得了明显成效。公司持续优化组织架构、优化团队配置结构、将全员奖金与绩效挂钩。同时，强化投入产出的评估管理，以费率代替费额的管控模式，不断实现投入产出的良性循环。此外，公司持续推动向新零售方向转型，实现在线化、数智化，提质增效优化渠道、创新业务模式。</p> <p>【投资者问答】</p> <p>1、公司未来在研发投入方面有何规划？</p> <p>答：公司每年需要开展的研发项目根据研发长期规划而定，具体研发资金投入会根据项目周期需要确定。研发是一个持续进行的工作，相关科</p>

研成果也是长期积淀的结果。贝因美自创立以来，一直重视研发工作，公司研究院作为国家高新技术企业承担了多项重难点任务，公司也将持续加大在研发方面的投入，以构建公司的可持续竞争力。

2、公司的天津工厂的投资进度如何？羊奶粉规划何时上市？

答：天津工厂目前处于竣工验收阶段。就羊奶粉而言，公司在积极探索包括不限于自产、与外界合作等方式，以实现多品类产品的组合发展。

3、公司新国标准注册进度如何？

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，并在新国标发布后第一时间启动配方注册的专项工作，目前完成 15 个系列 45 个配方的婴幼儿配方奶粉配方注册申报并获受理，部分配方的注册证书已在制证中，各项工作进展顺利。

4、公司在广告费用方面的规划如何？

答：公司在费用方面不是简单地压缩费用，而是综合考虑相关费用的投入产出效率后，一案一议，决策各类费用投放。总体是要求广告费用的投入更精准、更精确，提高费用的使用效益。

5、贵公司奶粉的主要竞争优势？

答：（1）公司作为我国食品安全的标杆企业，拥有领先的安全管理体系；（2）公司成立 30 年来，有广泛的消费者认可基础；（3）公司以优质的原料、先进的工艺、科学的配方和严格的质控为保证，以提供具有国际先进水平并更适合中国宝宝的产品及服务为己任，以差异化、精准化为创新指引；（4）公司以“贝因美·beingmate”品牌为统领，以开放式母婴生态圈为建设蓝图，追求产品经营、品牌经营和资本经营协同发展。总体而言，品牌、研发、质量管控、产业资源的整合能力及创新突破能力是公司的核心能力优势。

6、公司目前自主生产和 OEM 模式生产占比？OEM 未来如何规划？

	<p>答：公司首先保证自己 OBM 产品的生产，在保证 OBM 产品供应的前提下，公司利用富余产能承接部分 OEM 订单，盘活变现剩余产能。</p> <p>7、饲料上涨对公司成本有何影响？公司是否有涨价计划？</p> <p>答：原材料的上涨对公司成本会有一些影响，但公司有较好的国际国内供应渠道，且主要原料有年度供应协议，奶源等有年度锁价的供应。此外，新国标的实施也会提高部分成本，必要时公司也会根据行业情况调整价格政策。</p> <p>8、公司对传统销售渠道和新零售渠道是如何规划的？</p> <p>答：公司持续推进向新零售方向转型，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，直供终端的新零售模式目前运行良好。公司将以二次配方注册为契机，加快迭代优化相关渠道的生意发展。在推动新零售渠道业绩实现持续增长的同时，用新的数智化技术赋能传统渠道，提质增效，齐头并进。</p> <p>9、公司业绩未来超预期的核心动力在于哪些方面？</p> <p>答：公司在持续强化新模式、新产品带动新发展的同时，以用户思维为指导，持续强化用户运维。通过与用户的强联动，依靠用户口碑推广，实现裂变式的增长，结合公司多品类优势，从而推动公司的业绩突破。公司通过百万美妈体验官活动已拥有百万级用户，我们将持续推广美妈体验官相关活动，让消费者走向前台，为公司代言，以实现公司业绩的爆发式增长。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 7 月 22 日