

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：20220009 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	德邦证券 花小伟 德邦证券 韦香怡 天治基金管理有限公司 王策源 新华资产管理股份有限公司 朱战宇 银华基金管理股份有限公司 洪亦秋 汇华理财有限公司 于宏杰 中科沃土基金管理有限公司 孟禄程 华夏基金管理有限公司 季新星 深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司 谢鸣远 上海宁泉资产管理有限公司 陈逸洲 国联安基金管理有限公司 呼荣权 上海灏象资产管理有限公司 邬丹妮 上海甬兴证券资产管理有限公司 牟卿 易方达基金管理有限公司 王超 长城基金管理有限公司 柴程森 银华基金管理股份有限公司 李爽 中信保诚基金管理有限公司 吴振华 北京泓澄投资管理有限公司 樊翔宇
时间	2022 年 11 月 13 日 20:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长 谢宏 董事会秘书 李志容 投资者关系总监 潘益平

【董事长谢宏先生及董秘李志容女士就公司双 11 的情况及经营进展情况进行了简要介绍】

双 11 公司全网 GMV 同比增长超过 20%，天猫、京东等主要平台比较稳健，抖音、拼多多等平台大幅增长（其中抖音平台增长 200% 以上），达人带货和自播也有较大突破，基本达成了公司的预期。今年双 11 公司没有投放常规的广告，而是主要通过精细化精准化用户运维，与用户实现更好的交流互动，提供更专业的服务，实现了绩效的提升。

公司经营总体在彻底的用户思维指导下，各项工作按照既定的经营管理改善路线图有序推进，坚定向新零售方向转型。目前营销端持续梳理优化渠道和合作客户，不断迭代数智化加持的新零售体系，线上线下齐头并进，推进空白商圈的拓展和现有商圈生意规模的提升；持续强化新用户的获取、现有会员用户的运维和价值挖掘。组织上持续优化组织设置，提升运行效能，推进股权激励的常态化实施。管控模式上持续强化费用投入的有效性评估，以实现投入产出的良性循环。

公司上下正全力以赴推动经营目标的达成。

【投资者问答】

1、公司今年双 11 战果如何？有什么新的特点？

答：今年公司整体 GMV 增长超过 20%，传统的天猫、京东等电商平台比较稳健，抖音、拼多多等平台的增长比较大，达人带货和自播也有较大突破。今年双 11 比较大的一个特征是更注重精耕细作用户，更注重精细化精准化运行，提高效率效益。

今年双 11 总体来说，平台比较低调、商家更加理性、品牌各显神通，消费者总体还好。

2、公司新零售转型的主要打法？未来对新零售渠道/线上渠道的发展预期？

**投资者关系活动
主要内容介绍**

答：新零售主要指的是在线化、数智化，可以实时跟踪到价值链各环节的数据信息和用户信息，趋势是线上线下深度融合。公司是按照人、货、场的概念，对门店、商圈及目标客户做更精准的匹配。在线化、数智化的运行体系赋能整个价值链，将前后台数据完全打通融合，极大提高了整个价值链的运行效率。今年新零售销售额占整体的销售额已经达到50%，公司对新零售业务的发展寄以厚望。

3、今年以来经营现金流指标非常好，公司做了哪些努力？

答：一方面是在新零售模式下，公司的业务质量更高，经营回款实现了良性的循环；另一方面是公司进行了内部管理制度的持续改善，使费效比得到较大提升。同时，公司也加强了应收及存货的管理，提高了资金使用效率。

4、股权激励目标如何实现？实现路径？公司未来主要增长点？

答：首先在主营业务上公司通过差异化的品类和数智化的运行模式、体系快速抢占空白商圈。目前新零售模式下可睿欣的合作门店中，新合作门店有2/3。其次通过差异化的策略提升已覆盖商圈的生意规模，赋能终端门店提升获客能力和客户运维能力。公司此次期权激励对象都是承担业绩指标的业务人员，实现个人超额报酬与公司高业绩目标的绑定。接下去公司还将尽快启动对非业务人员的岗位价值梳理，梳理完成后将尽快启动业务支持人员的股权激励，以助力业绩目标的顺利达成。公司在强化原有基础业务的同时，围绕母婴生态圈的构建，也同步加强了新业务的探索，希望为公司寻找到新的可持续的增长点。

5、如何稳定线上线下产品的价盘？

答：首先公司线上与线下销售的品类是不同的，对于同一个品类来说不同平台、渠道的推广方式可能有所不同，但是价格和给的折扣都是一样的。其次公司成立了专门的稽查部门检查全国各地的产品价格，一旦发现低价窜货，对公司内部的业务人员以及合作客户都会进行严厉的处罚。新零售模式下的数智化管理体系可以高效地协助相关部门管控窜

货乱价行为。现在公司在总结改进原有经验、技术的基础上，在推出的新品爱加保护盖产品上进一步利用数字内码实现了数字化营销闭环，全链路实现了实时动态的在线跟踪，全程可视化、透明化，用技术手段杜绝窜货。从目前跟踪的情况看，效果不错，公司还将持续观察。如果效果理想，公司将快速复制到其他产品上，利用技术手段彻底杜绝窜货乱价行为，稳定产品价格盘，维护好市场秩序，确保合作各方的利益。

6、渠道库存的情况如何？

答：目前公司渠道库存总体处于正常的水平，不同品类不同渠道、区域可能有些差异。今年公司的库存周转率越来越好，主要是公司内部销售系统是直接可以跟踪到终端三级的动销数据，即客户进货是一级，门店进货是二级，终端用户购买是三级，公司的营销策略也是要实现一级进货与三级动销的良性循环。

7、公司费用率不断改善，今后改善的趋势如何？

答：费用投入我们首先要基于对市场情况的判断，其次依据各品类的经营策略，以及公司投入产出的管控原则，一案一议，决策各类费用的投放。总体是要求费用的投入更精准、更精确，提高费用的投入产出效率效益。

8、未来对线上和内容的布局，公司是否有创新的布局和发展

答：公司整体策略是先做好配方奶粉，这一块是公司的基础，在此基础上再去拓展全家的营养健康消费市场。用彻底的用户思维，将用户运维和社群私域流量打通，以实现产品与用户的高度黏连。内容方面，公司拥有成功生养教体系，这是我们的优势。未来在互联网营销及用户运维方面有望发挥更好的作用，助力公司业绩改善。

附件清单

无

日期

2022年11月13日