

# 中国婴幼儿食品行业的领跑者

## ——浙江贝因美科工贸股份有限公司首次公开发行A股网上路演精彩回放

### 浙江贝因美科工贸股份有限公司 董事长、总经理谢宏先生路演致辞



品质放在第一位,以优质奶源、严格质控、先进工艺设备和科学配方打造一流的奶粉品质,为中国宝宝提供国际水准的优质产品,建立起国际领先的民族品牌。同时,贝因美不断加大研发、引进尖端人才和设备,并与国内外研发机构开展深度合作。贝因美还建立起全面的传播和营销渠道,公司产品和服务已覆盖全国二十多个省市,综合实力领先于行业。

贝因美此次登陆资本市场,将立足资本舞台,快速提升品牌的生命力和创造力。伴随国内政策对行业的大力扶持和规范、婴幼儿群体不断增长、国内消费水平不断升级、高品质婴幼儿食品及服务市场持续发展以及行业不断向知名品牌集中,贝因美正迎来快速发展的绝佳时机。贝因美以成功生养教理论为基础,将持续加大研发,制造销售科学、安全的婴幼儿食品,提供温馨、专业、亲切的母婴服务,帮助中国宝宝健康成长,确立贝因美品牌在婴幼儿食品领域的领导地位,并逐步构建“孕婴童产业综合运营商”的业务和经营管理体系,努力实现从婴童食品品牌向婴童生养教全案解决者的跨越。

各位朋友,我们真诚地希望通过本次网上路演与广大投资者互相坦诚沟通与交流,得到大家的全面了解与广泛认可。贝因美会以大家的支持与厚爱,作为持续发展的动力,以优异的产品让消费者安心、用优秀的业绩让投资者放心,成为一家有责任感、有使命感的优秀公司!

谢谢大家!

### 尊敬的各位嘉宾、各位投资者、关心贝因美的朋友们:

大家好!欢迎大家参加贝因美首次公开发行股票网上路演活动,我谨代表贝因美董事会和全体员工,向参加本次网上路演的朋友们表示热烈欢迎,向关心和支持贝因美发展的广大投资者和各界人士致以诚挚的谢意!

贝因美是国内品类最齐全、品牌美誉度最高的婴幼儿食品专业制造商。自1999年成立以来,贝因美确立了“育婴专家”的定位,始终秉承“生命因爱而生,世界因爱而美”的品牌主张,凭借卓越的品质和不断的研发,在中国婴幼儿食品和服务领域从小到大,致力于成为“生养教综合解决方案和服务提供商”。

回顾公司的发展历程,公司能取得今天的业绩,关键在于将产品

创造的价值。

**问题:** 请问贝因美的专业化优势如何体现?

**谢宏:** 我们认为专业来自专注。贝因美的相关竞争对手之中,伊利是以液态奶为主的乳品企业,惠氏、雅培均为制药和保健品公司,婴幼儿食品并非上述竞争对手的唯一产品线,甚至不是其主要产品。与之相比,贝因美自成立以来始终专注于研发、生产、销售婴幼儿食品。目前,贝因美的婴幼儿食品包括婴幼儿配方奶粉、营养米粉、泥状辅食、葡萄糖、磨牙饼干、小馒头等共计170多个品种,是我国品类最齐全的婴幼儿食品专业制造商之一。长期以来,公司坚持研发更适合中国婴幼儿的食品,致力于成为中国妈妈的“育婴专家”,为消费者提供营养、安全的婴幼儿食品和专业、亲切的母婴服务。目前,贝因美已经在婴幼儿食品领域积累了丰富的运营经验,具备很强的市场竞争力。

**问题:** 贝因美生养教理论是怎样的?

**朱德宇:** 生养教是婴幼儿配方奶粉最主要的原材料之一,由贝因美全资子公司黑龙江贝因美在当地收购。2010年度,贝因美从奶站采购的生鲜乳占生鲜乳总采购量的比例为90.09%,此外,公司还从牧场和养殖小区等采购生鲜乳。公司存在购销关系的奶站分为合作奶站和外部奶站两种。

**问题:** 请问贝因美产能情况如何?

**谢宏:** 公司婴幼儿配方奶粉的产能决定于原料基粉的生产能力与产成品的罐装能力。目前,公司奶粉基粉的年实际生产能力为43,500吨,不足部分对外采购。本次募集资金项目达产后,公司婴幼儿配方奶粉的原料粉生产能力与产品罐装能力将进一步提高,产能不足的问题将得到解决。

**问题:** 贝因美建立了怎样的销售体系?

**朱德宇:** 公司目前设置6个营销大区、26家销售分公司、139个销售业务部,销售团队达3,400人。公司分别在6个大区各配置一名销售总监,另外还配置了一名重要客户(KA大卖场)销售总监。公司的产品销售主要由各地销售分公司完成。销售分公司在推进本辖区中心城市KA大卖场销售的同时,带动城市边缘地区的经销商渠道的发展。

### 行业篇

**问题:** 目前国内婴幼儿配方奶粉市场的竞争格局是怎样的?

**谢宏:** 目前在婴幼儿配方奶粉市场,外资品牌与本土品牌竞争激烈。多美滋、美赞臣、惠氏等外资品牌于上世纪90年代进入我国市场,经过十几年的发展,凭借研发基础、悠久的历史、营销优势占据了较高的市场份额,并成为中高端市场的领导品牌。随着技术、工艺、品质、品牌建设和市场营销等方面的日趋成熟,本土品牌开始纷纷推出高端婴幼儿配方奶粉产品,积极参与高端市场的竞争,外资品牌在高端市场的领先地位面临巨大挑战。截至2009年12月,前十大品牌奶粉的市场占有率达到了83%,其中外资品牌的市场份额达45.2%,本土品牌中排名最靠前的分别是伊利和贝因美,分别位居第三、四位。目前,以贝因美为代表的本土品牌已经在中高端婴幼儿奶粉市场具备了较强的市场竞争能力。

**问题:** 目前公司主营业务行业的整体发展概况如何?

**谢宏:** 婴幼儿的健康关系到一个民族、一个国家的未来。全球每年有1.3亿新生儿出生,婴幼儿食品市场拥有巨大的市场空间。根据Euromonitor的数据,2008年全球婴幼儿食品零售额达到312.78亿美元,2006年-2008年的复合增长率为12%。与全球婴幼儿食品市场的稳步增长相比,我国婴幼儿食品市场正处于高速增长阶段, Euromonitor 数据显示,2008年我国婴幼儿食品零售额达到39.42亿美元,2006年-2008年我国婴幼儿食品零售额复合增长率高达31%。

**问题:** 国内婴幼儿食品企业有哪些经营模式?

**朱德宇:** 目前,主要婴幼儿食品企业均采用了自有品牌制造商的经营模式,即企业研发、生产、销售拥有自主品牌的产品。由于奶源建设方式的不同,婴幼儿配方奶粉生产企业存在“间接奶源”模式、“自有奶源”模式、“可控非自有奶源基地”模式等三种主要的经营模式,而婴幼儿营养米粉生产企业的经营模式并无明显区别。

**问题:** 国内婴幼儿食品的主要销售渠道有哪些?

**朱德宇:** 目前国内婴幼儿食品的主要销售渠道包括大卖场、超市、便利店、母婴店(专业店)、网上直销等。以婴幼儿配方奶粉为例,根据AC尼尔森统计,在众多流通渠道中,大卖场、超市仍然是主要销售渠道,而母婴专营店则发展迅速。

**问题:** 最新的乳制品产业政策对行业奶源有哪些要求?

**谢宏:** 新建乳制品加工项目已有稳定可控的奶源基地产生鲜乳数量不低于加工能力的40%,改扩建项目不低于原有加工能力的75%;配方粉生产企业所用原料50%以上为稳定可控奶源基地产生的鲜乳。

**问题:** 贝因美的知名度挺高的,贝因美是如何建立品牌优势的?

**谢宏:** 公司以“育婴专家、母婴顾问”为品牌定位,以“生养教育、爱心无限”为品牌信念,以“生命因爱而生,世界因爱而美”为品牌主张。公司全面打造“育婴”(传播科学育儿知识)、“亲母”(关爱母亲、成就母亲)、“爱婴”(提供社会人道援助)三大社会工程;通过举办育婴讲座、沙龙,建立育婴咨询中心,在全国传播生、养、教的基础知识,让家长了解婴幼儿各年龄段的特点、掌握教育引导婴幼儿的技巧,帮助婴幼儿健康成长;热心公益事业,凭借三大社会工程的成功实施,贝因美在积极履行社会责任的同时实现了品牌价值的提升。目前,贝因美品牌已成为我国婴幼儿食品行业的顶尖品牌之一。

### 财务篇

**问题:** 贝因美2009年和2010年经营活动现金流的情况如何?

**周凯:** 2009年度和2010年度,经营活动产生的现金流量净额分别为32,870.68万元和24,970.06万元,实现的净利润分别为37,589.91万元和42,205.57万元,经营活动产生的现金流量净额较大,且占当年度净利润的比重较高,显示出公司销售回款较好,应收账款并没有随着收入的增长而增长。

**问题:** 贝因美是否有长期投资?收入如何?

**周凯:** 截至2010年12月31日,公司除对合并范围内子公司股权投资之外的长期股权投资为投资智宝玩具。长期股权投资账面余额为零,主要系该公司处于经营的前期,市场尚处于开拓阶段,累积亏损额大于投资的账面价值所致。

**问题:** 2010年末贝因美的固定资产净值比期初增长了76.38%,是什么原因?

**周凯:** 主要是子公司黑龙江贝因美婴幼儿配方奶粉项目二期、滨江大楼等项目、母婴营养品公司干法配方奶粉项目等建成转入固定资产所致。

**问题:** 请问贝因美确保利润连续性和稳定性的措施?

**周凯:** 保持产品质量的稳定性,专业化及强大的研发能力是公司发展的持续动力,良好的成本管理和期间费用控制,生产能力是保证公司发展的一个重要因素,切实有效的营销策略也是确保公司利润连续性和稳定性的重要措施。

**问题:** 请问贝因美存货周转能力如何?

**周凯:** 2008年-2010年,公司的

### 平安证券有限责任公司 上海投行部高级业务总监赵蓉女士推介致辞

尊敬的各位嘉宾、各位投资者、关心贝因美的朋友们:

大家好!请允许我代表平安证券有限责任公司,向所有参加今天网上路演的嘉宾和投资者表示热烈的欢迎和衷心的感谢!

贝因美是国内婴童产业的领导品牌,目前已全面涵盖代乳品、断奶期食品和辅助食品三大类婴幼儿食品及1000多个品相的母婴用品系列。自成立以来,贝因美始终坚持研发、生产安全、营养的中国婴童食品,公司拥有国际公认黄金奶牛带的黑龙江安达配方奶粉生产基地,并引进国际顶尖的婴幼儿奶粉专用生产线,专注于研发更适合中国宝宝体质、国际领先品质的配方奶粉。同时贝因美以“育婴专家”为品牌定位,为消费者提供专业、亲切的母婴服务,推广“成功生养教”的育婴知识。此外,贝因美拥有全面的营销网络,现拥有5个现代化的产业基地,在各地分布了30个分公司,营销系统日趋成熟,市场占有率行业领先。

平安证券此次非常荣幸能够成为贝因美的保荐机构和主承销商。在合作过程中,我们深刻体会到贝因美强烈的社会责任感和巨大的发展潜力。本次发行上市,贝因美将进一步扩大生产规模,提高科研实力,抢占行业发展的制高点,实现快速跨越发展。平安证券将切



实履行保荐义务,勤勉尽职,做好持续监督工作,通过专业化的服务和强大的融资平台,与贝因美共同努力,将公司打造成为中国资本市场优秀创新的上市公司之一。

我们真诚地希望通过本次网上路演,广大投资者能够更加深入、客观地了解贝因美,更准确地把握贝因美的投资价值和投资机会!我们对公司的未来发展充满信心,我们衷心地希望广大投资者共同分享公司发展的丰硕果实。最后,预祝贝因美首次公开发行A股上市取得圆满成功!

谢谢大家!

### 发行篇

**问题:** 董事长您好,贝因美A股公开发行您应该会有最多的感受,是否能向您未来的股东谈谈?

**谢宏:** 我们认为,此次A股公开发行对于公司来说是一个新的起点和新的平台。摆在公司面前的既有巨大的机遇,又有挑战,我们将竭尽全力,切实运用好募集资金,使企业今后更有发展的空间和后劲。

**问题:** 贝因美此次发行的募集资金投入项目情况如何?

**刘晖宇:** 公司本次发行扣除发行费用后,将根据所处行业发展态势及公司发展战略,按照投资项目由急到缓、由重到轻的次序投向以下三个项目:黑龙江贝因美乳业有限公司年产5万吨配方奶粉工程项目、北海贝因美营养食品有限公司年产6000吨米粉项目、补充营运资金。若实际募集资金大于上述项目投资资金需求,则用于进一步补充公司流动资金。

**问题:** 贝因美本次募集资金后对贝因美发展将有哪些影响?

**谢宏:** 若本次公司股票发行成功,对于实现前述业务发展目标意义重大。主要体现在:1、开辟了资本市场的直接融资渠道,为上述业务目标的顺利实现提供了可靠的资金来源,保证公司可以持续、快速、健康发展。2、有利于巩固和提升公司的行业竞争优势,增强公司中长期发展后劲。3、有利于进一步提升公司的知名度和商业信誉,强化公司的品牌影响力。4、有利于公司吸引行业内外优秀人才,增强公司的人力资源优势。5、有利于推动公司完善法人治理结构、强化诚信经营和企业公民责任。6、有利于推动公司技术升级,又好又快地实现业务目标。

**问题:** 贝因美未来在融资方面有何计划?

**朱德宇:** 本次股票发行后,公司财务结构明显优化,资本实力和资产规模将得到进一步提升。在此基础上,公司将根据公司业务发展的情况、投资项目的资金需求及证券市场状况,在确保股东利益的前提下,合理使用直接融资、间接融资手段,分阶段、低成本地筹集短期流动资金和长期资本,充分发挥财务杠杆和资本市场的融资功能,保持稳健的资产负债结构,支持公司持续、稳定、健康发展。

### 经营篇

**问题:** 目前公司主营业务行业的整体发展概况如何?

**谢宏:** 婴幼儿的健康关系到一个民族、一个国家的未来。全球每年有1.3亿新生儿出生,婴幼儿食品市场拥有巨大的市场空间。根据Euromonitor的数据,2008年全球婴幼儿食品零售额达到312.78亿美元,2006年-2008年的复合增长率为12%。与全球婴幼儿食品市场的稳步增长相比,我国婴幼儿食品市场正处于高速增长阶段, Euromonitor 数据显示,2008年我国婴幼儿食品零售额达到39.42亿美元,2006年-2008年我国婴幼儿食品零售额复合增长率高达31%。

**问题:** 能够简单地给我们介绍一下您的“成功生养教”理论吗?

**谢宏:** “成功生养教”是成功地生育、养育、教育的简称。其理论出发点视婴幼儿为主体生命,而不是宠物和机器,主张成功人生从小起步,国民素养从小培养。从源头起点对每一个宝宝开展全面系统的生养教。我们认为每个宝贝都是独特的生命主体,都是冠军宝贝,在六岁之前应该以个性化教育为主导,贝因美现有冠军宝贝训练营,就是对早教方面的尝试、探索。

**问题:** 公司的婴幼儿配方奶粉市场占有率情况怎样?

**朱德宇:** 近年来,公司综合竞争力不断增强,婴幼儿配方奶粉的市场占有率逐步提升,根据AC尼尔森的数据,2008年贝因美婴幼儿配方奶粉的市场占有率为6.7%,在国内市场主要的10大婴幼儿配方奶粉品牌中居第七位,截至2009年12月,公司婴幼儿配方奶粉的市场占有率达到9.3%,排名跃居第四位,国产品牌中排名第二。2010年1月-10月,公司婴幼儿配方奶粉市场占有率达到10.8%,排名上升至第三位,国产品牌中排名第一。

**问题:** 贝因美在市场开发与业务网络建设方面有何计划?

**谢宏:** 公司在市场开发与业务网络建设方面的计划是:在未来三年内,将进一步加大市场开发、深化业务网络建设。在现有经销商、KA客户及众多零售终端的基础上,积极拓展网络销售等新渠道,积极推行渠道经验共享计划,进一步提升各类终端业态的销售能力,与客户共同成长,共享供应链效能改善

存货周转率分别为4.66次、4.32次和3.83次,虽有所下降,导致存货周转天数逐年增加,但幅度较小,主要原因是,公司销售规模快速增加,产品产量和销量增速都较快,公司为满足市场需求,原材料、库存商品不断增长,进而存货的绝对额不断增长,导致存货周转速度减缓。公司存货周转率高于行业平均水平,显示出公司存货周转效率的较高。因此总体而言,公司的资产运营质量较高。

### 战略篇

**问题:** 作为民族知名品牌,上市后公司将如何与外来品牌抗衡,有战略部署吗?

**谢宏:** 我们一直以来都是与国际品牌竞争发展,未来我们将借助资本市场的优势,秉持国际化的战略,发挥本土化优势,持续努力,为中国制造正名,与外资品牌相抗衡。

**问题:** 请问贝因美的发展战略是怎样的?

**谢宏:** 随着我国居民消费水平的不断提升与独生子女政策的持续执行,中国父母“不能让孩子输在起跑线上”的心理已较普遍,在孩子健康与能力培育方面的投资与日俱增,公司所处

行业面临广阔的发展前景。为此,公司制订的发展战略如下:秉承“顾客价值、员工价值、社会价值、股东价值、合作伙伴价值等五大价值统一”和“爱心成就品质”的经营理念,以行业领先的婴幼儿食品专业制造商为战略基石,构建“生养教综合解决方案和服务提供商”的发展模式,力争成为市场份额与品牌价值领先,具有国际水平和中国特色的孕婴童产业综合运营商。

**问题:** 董事长您对于投资者关系管理怎么看?

**谢宏:** 我认为投资者关系管理应当是上市公司最重要的发展战略目标之一,是与公司经营战略协同作用的,并且投资者关系管理需要长时间的积累和细致的准备与执行,促进投资者与上市公司之间的关系,让投资者们更了解公司、理解公司,甚至成为公司长久的战略合作伙伴,最终体现在公司经营业绩的进步中。一家好的上市公司离不开良好的投资者关系管理,我个人十分重视投资者关系管理的开展,并长期参与协调安排,我希望贝因美的上市,能够更加贴近投资者,令社会各界人士能够更加了解贝因美的优秀品质。

(文字整理 陈静)

### 嘉宾介绍

浙江贝因美科工贸股份有限公司董事长、总经理	谢宏
浙江贝因美科工贸股份有限公司副董事长	朱德宇
浙江贝因美科工贸股份有限公司财务总监	周凯
浙江贝因美科工贸股份有限公司董事会秘书	刘晖宇
平安证券有限责任公司上海投行部高级业务总监	赵蓉
平安证券有限责任公司上海投行部业务经理	张逊

