

证券代码：002570

证券简称：*ST 因美

公告编号：2019-021

贝因美婴童食品股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
何晓华	董事	因公出差	鲍晨

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	*ST 因美	股票代码	002570
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	贝因美		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	金志强		
办公地址	浙江省杭州市滨江区南环路 3758 号		
电话	0571-28038959		
电子信箱	security@beingmate.com		

2、报告期主要业务或产品简介

公司主要从事婴幼儿食品的研发、生产和销售等业务。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，公司通过加强主营业务及关键要素的投入，将有限的资源投入到品牌资产发展中，调整品类结构，调整区域渠道发展策略，大力发展新零售，加强市场秩序维护，从而优化了整体营收结构，提高了利润贡献。同时，公司减少低效成本支出，优化产能，盘活资产，加强应收账款及存货的管理，最终实现扭亏为盈。公司通过持续研发、制造科学安全的亲子产品，以专业、温馨的亲子服务帮助亲子家庭健康幸福，在婴童食品领域始终处于行业前列。

（一）主要产品及用途

公司主要产品包括婴幼儿配方奶粉、营养米粉、亲子食品、儿童奶和其他婴幼儿辅食等。婴幼儿食品是婴幼儿的生活必需品。

（二）公司经营模式

本公司拥有独立的采购、生产管理和销售体系，自主开展生产经营活动。

1、采购模式

公司采用了基于物料供应细分的战略性采购管理方法，在对物料的重要性和供应市场的风险度这两个指标进行分析评价的基础上将企业物料划分成一般物料、杠杆物料、瓶颈物料和战略物料四类，其中战略物料、杠杆物料、瓶颈物料由商务部门集中采购，一般物料由各工厂采购部门采购。生鲜乳属于特殊物料，由于其易腐的特性，其采购管理由工厂采购部门直接负责。

2、生产模式

公司以自主生产为主要生产模式，少量产品通过委外加工、OEM模式生产。自主生产模式的生产按照“市场预测”和“订单方式”相结合的模式进行组织。公司主导产品婴幼儿配方奶粉主要由全资子公司\控股子公司贝因美乳业、贝因美母婴、宜昌贝因美等工厂生产，婴幼儿营养米粉、葡萄糖等辅食主要由北海贝因美生产，亲子食品通过OEM模式生产。

3、销售模式

公司主要通过区域代理、KA渠道、婴童渠道、电商等进行全渠道销售，同时部分产品通过总承销模式和包销模式进行销售，公司重点打造线上线下融合的新零售业务模式。

（三）行业竞争格局和发展趋势

1. 2018年新生儿出生数不及预期，市场环境促进企业升级转型。

根据国家统计局数据显示，2018年全年出生人口1523万人，人口出生率为10.94%，比2017年的新生儿数量减少了200万人，下降11.6%，基础消费人群下降。因公司产品消费主体是1-3岁的婴幼儿，其对销量增长的影响存在滞后性，预计2019年销量较2018年基本持平。但人口下降这一客观因素也给行业施压，促使行业内企业升级转型，优化产品结构，寻求差异市场，抢夺转型升级调整的黄金期。另外，消费升级和后注册制时代等因素，也给整个行业提供了发展的机会和行业内企业重塑的机遇。

2. 消费升级趋势明显，超高端/有机/羊奶拉动市场成长。

根据国家统计局数据显示，2018年，我国全年GDP同比增长6.6%，首次突破90万亿大关，社会消费品零售总额38,0987亿元，比上年增长9.0%，保持较快增长；网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%，增长相对更为强劲，为消费升级提供了经济基础。85-90后新生代消费人群消费能力和消费意愿提高，消费选择多样化。超高端/有机/羊奶增长强劲，单个消费者生命周期内价值贡献提升，冲抵新生儿人口下降对市场的影响，形成市场的新增长点。

3. 渠道发展深刻转型，奶粉注册制后市场空窗期机遇持续。

线下母婴渠道增长显著，线上电商渠道增长强劲，推动母婴快消品零售市场的持续增长。奶粉注册制落地，打破原线下市场竞争格局，尤其是三四线城市，因注册制退出市场的国产小品牌和外资品牌而流出空白市场，市场空窗期依旧。国产奶粉本身深耕三四线市场，具备抢占更高市场份额的渠道基础，有望成为国产奶粉的战略机遇期。

4. 各品牌加大投资力度，国产奶粉市场份额有望持续上升

各品牌加大品牌投资力度，继续通过明星代言、央视卫视广告、热门综艺等方式，进行大规模的广告投放，对潜在目标消费者进行多轮的品牌宣传，抢占消费者心智资源，提升在消费者心智阶梯中的排名，完成销售的转化。尼尔森数据显示，国产奶粉所占的市场份额从2017年的40.7%上升至2018年的43.7%，销售额增速从2017年的14.5%上升至21.1%，市场份额和销售额增速上均有所上升。另外，国产奶粉电商渠道的增速和线下市场销售额增速均高于外资奶粉，市场份额有望持续上升。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位：人民币元

	2018 年	2017 年		本年比上年增减 调整后	2016 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	2,490,824,755.71	2,660,451,648.10	2,660,451,648.10	-6.38%	2,764,497,137.82	2,764,497,137.82
归属于上市公司股东的净利润	41,113,572.99	-1,057,044,469.45	-1,057,044,469.45	103.89%	-780,665,359.42	-780,665,359.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-216,723,374.65	-1,139,224,011.70	-1,139,224,011.70	80.98%	-798,692,916.59	-798,692,916.59
经营活动产生的现金流量净额	291,270,539.43	-152,994,690.11	-137,994,690.11	311.07%	-423,347,095.29	-423,347,095.29
基本每股收益（元/股）	0.04	-1.03	-1.03	103.88%	-0.76	-0.76
稀释每股收益（元/股）	0.04	-1.03	-1.03	103.88%	-0.76	-0.76
加权平均净资产收益率	2.19%	-44.83%	-44.83%	47.02%	-23.83%	-23.83%
	2018 年末	2017 年末		本年末比上年末增减 调整后	2016 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
资产总额	5,045,486,986.22	5,056,484,105.15	5,056,484,105.15	-0.22%	6,006,553,870.99	6,006,553,870.99
归属于上市公司股东的净资产	1,816,409,682.51	1,861,947,108.88	1,861,947,108.88	-2.45%	2,882,950,642.75	2,882,950,642.75

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

本公司根据《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15 号)及其解读和企业会计准则的要求编制 2018 年度财务报表，并对 2018 年度财务报表可比数据进行了追溯调整。

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	543,842,732.76	688,249,563.62	577,957,809.43	680,774,649.90
归属于上市公司股东的净利润	7,915,471.81	614,976.42	19,433,514.36	13,149,610.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-40,736,143.57	-64,859,957.65	2,224,179.86	-113,351,453.29
经营活动产生的现金流量净额	-10,698,705.35	170,897,356.55	66,934,703.65	64,137,184.58

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

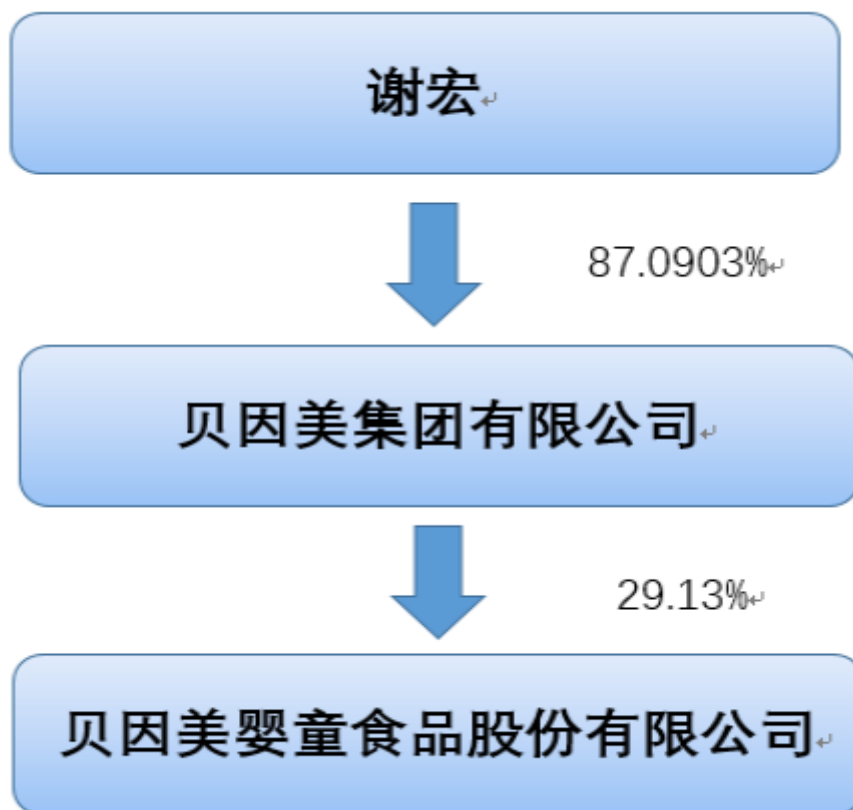
报告期末普通股股东总数	57,587	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	55,785	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
贝因美集团有限公司	境内非国有法人	29.13%	297,852,890		质押	296,850,000	
恒天然乳品(香港)有限公司	境外法人	18.12%	192,427,112				
长城(德阳)长弘投资基金合伙企业(有限合伙)	国有法人	5.09%	52,000,000				
J.V.R INTERNATIONAL LIMITED	境外法人	4.81%	49,210,000				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.07%	10,926,000				
朱照荣	境内自然人	0.77%	7,902,400				
香港中央结算有限公司	境外法人	0.56%	5,711,942				
黄凤祥	境内自然人	0.39%	3,941,700				
李森	境内自然人	0.33%	3,384,000				
刘安让	境内自然人	0.30%	3,081,991				
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一、第二大股东与上述其他股东之间不存在关联关系，也不属于一致行动人。上述其他股东之间未知是否存在关联关系或属于一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	2018 年底上述股东无融资融券业务。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

2018年度公司为恢复经营活力、夯实发展基础，主要做了以下几个方面的工作：

1. 重塑品牌，重建渠道，精准投入提高营收质量。

公司聚焦核心品类、聚焦品牌建设，重点打造婴幼儿奶粉配方注册001号产品“粉爱+”、红爱等主导产品，签约孙杨作为全球品牌形象大使，冠名《妈妈咪呀》等综艺节目，为公司的健康发展注入新的活力。

公司全面推广线上线下融合的新零售业务模式，运用数字化营销手段，直达门店、直达用户，与天猫、京东、孩子王等平台强强联合，借助第三方的力量进行渠道下沉，改变原来耗费大量人力物力的“人海战术”，大幅降低市场营销费用，相比2017年度，销售费用下降约5亿元；

公司追求健康销售，关注利润、关注现金流，2018年度，实现销售收入24.91亿元，虽然比2017年度下降6.38%，但是经销商库存、公司库存商品以及库存周转天数等指标均比上年明显改善，实现经营性现金流持续为正。

2、改善运营，加强协同，持续改善管理。

公司成立运营改善小组，加强应收帐款的催收，减少坏账损失；盘活产品库存，支持门店消费者活动；加强产销协同，加快存货周转速度，降低库存，减少存货跌价损失，提高运营效益。

2018年度由于乳铁蛋白等原材料成本大幅上涨，导致公司生产成本提高近2亿元，面对不利局面，公司通过提高人均效能，减少低效投入，厉行节约，2018年度管理费用等各项费用较上年大幅减少，部分消化了生产成本上升的压力。

公司实施“开源增收，做健康生意为本；内部挖潜，降成本为先”等策略，进一步夯实了公司在婴童全产业链上的领先优势。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
奶粉类	2,325,841,764.85	1,232,870,816.97	53.01%	-7.42%	-20.38%	-8.63%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2018年度，公司归属于上市公司股东的净利润4,111.36万元，同比增加109,815.80万元，增加103.89%。主要系公司加强主营业务及关键要素的投入，将有限的资源投入到品牌资产发展中，调整品类结构，调整区域渠道发展策略，大力发展新零售，加强市场秩序维护，从而优化了整体营收结构，提高了利润贡献。公司减少低效成本支出，优化产能，盘活资产，从而降低了成本，增加了利润。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

1. 本公司根据《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号)及其解读和企业会计准则的要求编制2018年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。2018年度财务报表可比数据受重要影响的报表项目和金额如下：

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据		应收票据及应收账款	807,900,828.90
应收账款	807,900,828.90		
应收利息	9,826,556.03		
应收股利		其他应收款	20,737,172.44
其他应收款	10,910,616.41		
应付票据	39,805,082.30	应付票据及应付账款	489,491,254.71
应付账款	449,686,172.41		
应付利息	2,608,236.05		
应付股利		其他应付款	507,192,480.53
其他应付款	504,584,244.48		
管理费用	414,585,947.78	管理费用	374,276,213.30
		研发费用	40,309,734.48
收到其他与经营活动有关的现金[注]	84,519,134.57	收到其他与经营活动有关的现金	99,519,134.57
收到其他与投资活动有关的现金[注]	409,298,835.67	收到其他与投资活动有关的现金	394,298,835.67

[注]: 将实际收到的与资产相关的政府补助15,000,000.00元在现金流量表中的列报由“收到其他与投资活动有关的现金”调整为“收到其他与经营活动有关的现金”。

2. 财政部于2017年度颁布了《企业会计准则解释第9号——关于权益法下投资净损失的会计处理》《企业会计准则解释第10号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》《企业会计准则解释第11号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第12号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》。公司自2018年1月1日起执行上述企业会计准则解释, 执行上述解释对公司2018年度财务报表可比数据无影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比, 合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

与上年同期相比减少合并单位1家, 原因为:

公司于2018年3月10日第六届董事会第二十七次会议审议通过了《关于出售全资子公司股权的议案》, 并于2018年4月12日通过浙江股权交易中心与杭州瑞祥实业有限公司签订了《股权转让协议》及其《补充协议》等相关协议, 公司将持有子公司杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司100%股权转让给杭州瑞祥实业有限公司, 转让价格为16,641.02万元, 截至2018年5月31日, 公司已收到该项股权转让款, 并办理了相应的工商变更及财产权交接手续, 故自2018年6月起不再将其纳入合并财务报表范围。

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用