

贝因美婴童食品股份有限公司 关于对深圳证券交易所关注函的回复

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

贝因美婴童食品股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019年9月18日收到深圳证券交易所《关于对贝因美婴童食品股份有限公司的关注函》（中小板关注函【2019】第 343 号），就公司《关于变更公司经营范围、名称及地址的公告》的相关内容进行问询。收到上述文件后，公司董事会立即组织工作人员积极准备上述关注函的回复工作，现答复如下：

1、请结合最近 12 个月内你公司新业务的营业收入和营业利润等数据、主营业务构成及经营情况，说明本次变更公司名称是否与公司主营业务相匹配，是否符合《中小企业板信息披露业务备忘录第 16 号：变更公司名称》第二条和第三条的规定，并说明变更公司全称的必要性与合理性。

答复：公司此次更名，拟将原公司名称贝因美婴童食品股份有限公司变更为贝因美股份有限公司，将原名称中的“婴童食品”取消，是基于：

1、公司 2018 年度营收 24.9 亿元均属于婴童食品，2019 年上半年以来，公司努力开拓营养品、成人食品等其他产品的推广销售工作，虽然目前该类销售收入占比不高，但公司预计上述版块将会有有一个较快的增长。

同时贝因美设立之初的品牌定位就是“育儿专家、亲子顾问”，而在婴童食品旗下，为消费者提供的专业咨询、各类服务或其他相关业务仅作为婴童食品销售的促销手段使用；随着形势的发展，公司认为各类咨询服务或其他相关业务是能够作为独立板块运作并有望成为公司新的利润增长点。

2、在出生数明显下降，行业竞争加剧，单个品牌和品类的销售情况将会明显下滑的背景下，公司必须利用好“贝因美”品牌在婴童行业耕耘多年的综合优

势,努力将单个消费者的客单总价提高,以婴童奶粉为核心,以食品业务为依托,开放布局,形成亲子食品、综合服务、家庭经济的关联产业链,从而走出具有贝因美特色的生产力发展模式,这种发展模式,不仅不会弱化公司婴童食品业务,反而会形成互动,做大婴童食品的同时,发展出新的业务增长点。

对照《中小企业板信息披露业务备忘录第 16 号:变更公司名称》第二条和第三条的规定,公司认为:公司更名符合第二条的规定,变更后的名称继续与公司目前主营业务相匹配,没有利用变更名称影响公司股价;2019 年 5 月 8 日,公司董事会审议通过《关于公司经营范围变更的议案》,变更后的经营范围增加了“特殊医学用途配方食品、保健食品”,公司多元化发展趋势已经在之前的公告中做了充分的信息披露,因此公司并未通过更名误导投资者。

同时,公司本次更名不适用第三条的规定,公司不是因为主营业务的变化而更名,而是因为公司战略调整,意图建立更广泛的平台,使现有婴童食品旗下附生的业务有更好的发展,同时为未来新业务的拓展提供更广阔的发展空间。即公司不是彻底变更公司名称,而是为凸显贝因美品牌优势而部分变更名称,公司原有主营业务依然在未来主营业务的范围内。

“贝因美”作为中国驰名商标,经过 27 年的积累,其品牌影响力很大程度上已经成为婴童经济的符号,更名后的公司名称将更好地诠释公司正在开展的和即将开展的业务,有益于市场认知,名正言顺,更完整地凸显贝因美品牌(Beingmate)的完整含义。

2、根据公告,你公司董事何晓华、Johannes Gerardus Maria Priem 投弃权票与反对票的理由包括:相关事项未经战略委员会审议批准、无法判断相关战略和业务调整的战略合理性、公司应集中精力专注于解决当前主营业务面临的问题。请你公司对上述董事提出的理由做出进一步的说明,并提供你公司名称变更符合公司业务实际情况和未来战略方向的具体依据。

答复: 战略委员会审议批准并非本次议案的必经程序;由于董事背景不同,导致立场理解不一致,故而一位董事弃权,一位董事反对。

本次更名主要为公司战略调整的准备动作,公司真正战略调整的支撑将由具体的投资项目构成,将待相关事项成熟后提交战略委员会、董事会审议;

为了更好地解决当前主营业务面临的问题，尤其需要公司尽快回归初心，做回“育儿专家，母婴顾问”，实现“生儿育女找贝因美”的战略愿景；同时运用用户思维，聚焦母婴生态，实施关联业务多元化，发挥品牌优势，降低获客成本，提高经济效益。而实施该战略意图的第一步就是公司更名，树起战旗，汇聚各方力量，共同为孕婴童人群提供更好的服务和产品。

3、你公司认为需要说明的其他事项。

答复：本次议案审议，由于信息沟通不充分，造成个别董事的误解。公司未来将严格按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关法律法规的要求，充分保障董事的知情权、参与权，避免因程序问题、沟通问题等原因影响董事判断。

特此公告。

贝因美婴童食品股份有限公司
董事会

二〇一九年九月二十日