

证券代码：002820

证券简称：桂发祥

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	中金公司 沈旻 山西证券资管 李培玉 东方证券自营 邢恺 中信建投基金 崔晓雯 华商基金 范一帆 建信养老 谢天龙 徐瑞 天治基金 王策源 兴业基金 姜涵予 华泰保险 董懿夫 上海信托 吴杏 国寿资产 李想	华福证券 张东雪 李妍冰 长江证券资管 丰一凯 西部证券自营 郭亦骏 新华基金 夏旭 泓德基金 郑名洋 东方基金 吕燕晨 兴银基金 杜明宸 万家基金 王丁 RAYS Capital 张蕴荷 柏治资本 蔡硕 津投资本 郭元庆
时间	2024年4月10日（星期三）上午 10:00-12:00	
地点	线上	
形式	线上交流	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 黄靓雅 证券事务代表 乔璐	

<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>一、介绍公司 2023 年主要经营情况及宣读调研活动承诺书</p> <p>2023 年整体营业收入 5.04 亿，同比增长 113%，实现净利润 6103 万，同比增长 188%。相比 2022 年扭亏为盈、增长显著；同时也很好地实现了 2023 年初制定的预算计划——营业收入达到 4.6 亿，净利润 6000 万。主要是公司把握消费市场和旅游市场恢复契机，加紧调整销售策略，恢复传统业务、开拓新业务，使整体销售基本恢复到了 2019 年的水平。</p> <p>在传统产品、传统渠道业务板块恢复基础上，公司在去年又确立“休闲产品和特产礼品双线发展”，“走出天津、布局全国”的发展思路。2024 年预算目标是实现收入 5.5 亿，净利润 6600 万。</p> <p>二、互动问答</p> <p>1. 2023 年直营店销售情况如何？相比 2019 年，店铺平效恢复到什么水平？</p> <p>公司紧抓消费及旅游市场恢复，调整直营店整体布局，并对直营店进行装修改造和服务提升，直营店销售收入为 3.66 亿元，占比约为 73%，相比 2019 年收入有所增加，占比提高，店铺平效在 2 万以上，毛利率、店效基本恢复到 2019 年水平。</p> <p>2. 2023 年经销渠道做了什么举措，该渠道销售有什么亮点？</p> <p>2022 年受外部环境影响，部分经营旅游特产属性商品的经销商经营不善，有所减少，公司对经销商渠道进行了开拓和结构调整。今年公司的本地市场及外埠经销商都有新增，经销渠道的主要工作一是对天津本地市场重点旅游商圈、交通枢纽附近的经销商增加扶持力度和开发布点，调整产品品类、指导其门店提升整体风格和形象；二是外埠市场试水全国市场，重点开发适合外埠市场销售的产品，年底前进驻许昌胖东来、山西唐久、大连新玛特、沈阳万象汇、沧州华北城等当地知名商超、便利店；三是布局重要交通枢纽，恢复天津、河北高速服务区销售网点，进驻</p>
--------------------	--

动车组餐车等。

3. 2024 年公司在线下渠道建设方面有什么具体举措？

2024 年公司直营店渠道方面，计划新开设 5 家直营店，包括在天津市场开设 3 家、北京上海各开设 1 家品牌旗舰店，提升品牌知名度，同时计划改造 13 家老旧店铺，翻新店铺面貌。比如近期开业的位于综合商场内以“桂花”为主题的烘焙体验店，是公司新的尝试，希望能带给消费者不同的体验感。还包括提升强化店员业务能力和服务水平、开发门店小程序增加会员活动，提升顾客满意度。在经销渠道，公司重点开拓外埠经销商，以北京为中心开拓华北区域、以上海为中心开拓华东区域，今年将在京津冀、华东区域的特产礼品店、便利店、综合商超等渠道加大开拓。

4. 天津地区有没有开店数量天花板？

天津热门商圈在不断变化，开店计划要进行动态调整。公司正是看到了新的商圈可能是未来消费热点，才决定在尚未覆盖区域开设新店。公司始终注重店铺平效，并不是广撒网，直营店的渠道是要在保持较高平效的基础上扩店。同时提升店铺服务、借助数字化手段等，进一步提升店铺平效。

5. 电商渠道开拓有何进展？

电商渠道方面，公司年报中划分出电商销售数据，对比分析，2023 年电商渠道整体增长近一千万；下一步抖音店铺是电商发力的重点，与第三方专业团队合作开发，今年 1 月份已经开播，一季度主要提升抖音店铺评级，已经成为黑标店铺、进入多个热门榜单排名前列，每天直播约 10 多个小时，产品销量在逐步提升，除麻花主力产品外，小八件、OEM 零食产品，如桃酥、驴打滚以及轻伴手礼等产品认可度相对较高。

6. 经销、直营渠道在毛利率或净利率的水平？

毛利率差距不是特别大，直营渠道毛利率 46%，经销渠道毛利率 44%。分地区来说，天津地区的毛利是 46%，电商方面毛利

率是 53%，但电商还要考虑代运营服务费等；外埠市场的毛利率是 41%，相对较低。

7. 春节销售情况如何？

目前一季度数据尚未出炉，春节为公司传统旺季，春节销售火热氛围与往年一致，保持了较好水平。

8. 休闲麻花、休闲类产品目前销售情况如何？

休闲类产品主要经电商、外埠经销商渠道进行销售，目前主要为小规格夹馅麻花、轻伴手礼类麻花，糕点类小八件以及驴打滚、桃酥等 OEM 产品，逐步丰富新品类。休闲糕点及方便食品预计在年底募投项目完成后逐步释放产能。

9. 2024 年目标制定依据是什么？

不同于 2023 年是政策调整后恢复之年的指标设定，公司 2024 年拓展的重点是布局新业务和全国市场，处于不同发展阶段。2023 年实际营业收入超出预算 4 千多万，净利润达到预算目标，在四季度时费用投入的增加有所体现；2024 年综合考虑宣传推广、营销活动、门店改造提升等费用支出，对休闲赛道、电商渠道、全国市场开拓的投入，以及募投项目建设中的折旧摊销将逐渐上升等因素，预算目标营业收入从 4.6 亿增加到 5.5 亿，在新增的 9 千万收入构成里面，同步提升了 600 万的净利润目标，合理制定预算目标。

10. 空港产能利用率较低的原因是什么？产能情况未来会如何发展？

空港生产基地麻花生产线主要生产休闲类麻花，提前储备产能支持未来休闲麻花的市场拓展。今年还将新增 2 条清真麻花生产线，通过前期清真麻花的试销，公司关注到此部分细分市场的增长空间。空港基地糕点及方便食品生产线仍在建设中，将支持未来产品销售。

11. 麻花等产品是否有进入零食量贩渠道的计划？计划通过经销商进驻么？

在外埠市场，公司目前主要布局商超、便利店以及特产礼品店渠道。对新渠道的开拓，首先做好自身休闲产品体系的搭建和完善，开发更多休闲新品。另一方面，公司产品具备自身特性、非遗工艺，有一定的品牌溢价和工艺附加值，与零食量贩渠道产品存在一定差异，将在保持产品品质和自身特性下，提升自动化水平、进而提高利润空间、满足零食量贩渠道要求，并关注市场情况、结合自身实际进行合作对接。

12. 作为第二支柱的糕点品类有什么拓展计划和进展？

在糕点业务方面，公司将在礼品类糕点基础上，增加休闲糕点品类，今年募投项目新建速冻糕点生产线及冷冻库，提升糕点产能，如天津风味米制点心糕干、元宵等；同时对天津风味方便食品，新建嘎巴菜生产线实现规模化生产。

13. 公司有没有更为新颖的营销规划？

公司一直致力于老字号创新营销，使老字号焕发新活力。比如，一是开发文创产品、特色旅游产品，直营门店增加季节性网红新品；二是尝试新的经营模式，年初开设的老字号品牌集合店，成为本地老字号品牌商业新地标；三是开设新店型，比如以桂花为主题的新烘焙体验店近期开业，延伸业务，多头尝试，合力推动品牌形象的传播，提升品牌的认知度和影响力。

14. 老字号集合店未来规划是什么？

老字号品牌集合店区别于传统 200 平米左右直营店的经营模式，是数千平米的以食品为主题的特色商业综合体，为公司业务的新尝试，汇集了 40 余家知名老字号品牌，经营模式更加灵活，包括自营、经销、租赁等多种形式。一方面，将联合天津地区老字号、引进优质特色品牌、非遗产品乃至全国优质产品形成合力，以天津地域特色和老字号传统文化为内核，建设文化特色场景沉浸式消费体验中心；另一方面也成为公司品牌形象最佳展示地，开展富有文化内涵、话题感、互动式的营销活动。目前仍在持续对接其他品牌进驻，不断优化。

	<p>15.请问公司 2023 年吨价提升的原因是得益于产品提价？</p> <p>公司在 2023 年没有整体提价的相关措施，主要受旅游市场活跃的影响，所销售产品结构发生变化，毛利率较高的特产礼品类产品占比提高，从而吨价有所上升。</p> <p>16.糕点和麻花消费者画像差异较大？</p> <p>存在一定差异。麻花产品，尤其是特产礼品类麻花主要用于礼品消费、外地游客购买。糕点除外地游客购买，更多地是满足本地市场需求。</p> <p>17.不同渠道的产品投放策略是什么？</p> <p>天津本地直营渠道以特产礼品麻花为主，还包括一些糕点品类、外采食品，直营店品类最全，但销售特产礼品产品贡献最大；天津本地经销商以销售天津特色旅游食品为主；电商渠道和外埠经销商的渠道都是以休闲产品为主。目前抖音渠道销售最好的是轻伴手礼类型的产品——既是轻伴手礼的，又算是有休闲属性的麻花产品，未来将不断增加休闲糕点、天津风味方便食品、OEM 特色休闲食品。</p> <p>18.公司经营情况逐渐改善，是否有计划推出股权激励？</p> <p>公司自身重视对人才多元化的激励方式，近几年由于外部环境影响，公司以恢复业绩为重点；未来将结合经营发展需要，匹配战略目标的实现，在符合相关要求的情况下，推动实施激励计划。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如</p>	<p>无</p>

有，可作为附件)	
----------	--