

中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-0503

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>线上电话会议</u></p>
<p>参与单位名称</p>	<p>慎知资产、中意资产、国都证券、上海牧毅投资、泓德基金、富国基金、国泰君安、中泰证券、华鑫证券、中金公司、西部证券、中信建投、华创证券、国盛证券、山西证券、光大证券、招商证券、兴业证券、中信证券、浙商证券、华福证券、民生证券、东兴证券、天风证券、财通证券、中邮证券、甬兴证券、方正证券、华西证券、国新国证基金、凯联资本、天合资产、深圳市富海中瑞私募、上海永唐盛世私募、南京证券、合煦智远基金、长安基金、东方证券、方正资管、申万宏源、东吴证券、深圳华强鼎信投资、天治基金、国华兴益保险、北京乐正资本、建信养老、深圳前海禾丰正则、信达证券、赞庚投资、上海宽远资产、名禹资产、海通证券、长江证券、亚太财险资管、中国人保资产、上海嘉世私募、上海同犇投资、远信珠海私募、国投安信期货、中天国富证券、申港证券、珠海怀远基金、海通资管、兴华基金、中金资管、远桥资产、国海证券、国信证券、兰馨亚洲投资、伊诺尔资产、国源信达资本、广发证券、华金证券、羊角基金、弘则研究、华安证券、国投证券、深圳中胤信弘投资、太平养老、惠通基金、中国银河、腾讯投资、东海证券、开源证券、国金证券、星石投资、浙商食饮、渤海汇金、德邦证券、万家基金、远信投资、华龙证券等</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 4 月</p>
<p>地点</p>	<p>线上方式、公司会议室等</p>
<p>上市公司出席人员</p>	<p>财务总监、董事会秘书 苏爽 证券事务代表 马晓琳</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、请问在当前的外部环境下，公司对门店拓展策略、单店收入修复、团餐业务发展和布局有何判断和规划？ 回复：面对当前整体宏观经济和消费恢复情况，公司积极调整经营策略，在门店拓展规划方面，全年开店目标继续保持稳健，低于 2023 年实际开店数量，拓展团队工作重心将更加注重提升开店成功率。在单店收入修复方面，公司将提高单店收入作为 2024 全年的重要工作目标，将采取各种经营手段和举措稳定单店收入。在团餐业务方面，公司将通过新客户开发、新产品开发包括预制菜产品开发，提高团餐业务营收占比。综上，公司将继续坚定推动全国化战略布局落地，通过门店拓展和投资并购手段增加连锁门店数量，同时快速提升团餐业务营收增速，实现业务双轮驱动的战略目标。</p> <p>2、请问公司华东地区一季度新开门店数量同比较少的原因是什么？华中地区门店数增加，但非巴比品牌门店数量减少的原因是什么？一季度净开店主要集中在华东以外区域，这对公司利润表现是否会有不利影响？ 回复：华东地区一季度新开门店数量相比去年同期有一定程度的下</p>

降，主要因为潜在加盟商对当前市场前景预期更加谨慎，投资行为更加保守。此外，与去年同期相比，业外加盟商来源占比下降，导致开店数量同比减少。

华中地区非巴比品牌门店主要指此前收购的好礼客等品牌门店，其门店数量减少主要有两方面原因：一部分好礼客品牌门店翻牌成为巴比品牌门店，另一部分门店系自然流失。

公司一季度净开店主要集中在华东以外区域是推行全国化布局战略的必然趋势，华东以外区域的开店策略比华东更为激进，门店日均订货水平也与华东区域存在一定差距，可能会影响公司整体平均单店收入水平，但对利润的影响是正向的，因为工厂的盈利能力更依赖于产能利用率的提升。

3、我们发现如果只看一季度的闭店率的话，其实公司一季度的闭店率还是比较低的，闭店数量低于公司去年各季度，请介绍下公司闭店率的情况及全年展望如何？另外公司在提升单店收入方面有哪些具体举措？

回复：一季度闭店率较低，主要因为存量门店数量增加，预计未来三个季度闭店率不会出现明显上升。

公司将提高单店收入作为2024全年的重要工作目标，将采取以下举措：首先是提升外卖业务的渗透率。尽管华东地区80%的门店已开展外卖业务，但外卖业务平均渗透率仅为17%左右，且存在比较明显的两极分化和长尾效应，因此公司将加大对外卖业务运营的投入力度，拓展外卖运营团队和提高运营能力，进一步提升外卖业务整体渗透率。其次是公司目前已在探索一些市场新业态，未来可能引入非包子类面点产品，如现制现售的粥类、汤面类产品，未来还可能增加米饭类产品，拓展中晚餐消费场景，最终目的是打造早中晚三餐时段相对平衡的全时段的餐饮业态模型。最后是计划在特殊销售渠道，如高速公路服务区、高校内部等开设巴比门店，提升整体营业额。

4、请介绍下公司去年新开拓的湖南市场和安徽市场的情况，包括加盟商积极性以及新店运营情况如何？另外此前提到的河北新市场的拓展情况如何，公司是否有计划拓展其他新市场？

回复：湖南市场采用快速开店策略，进展非常顺利，截至今年一季度末已累计开拓超140家店，加盟商普遍反馈积极；安徽市场采取稳健探索策略，追求开店成功率和市场适应性；两个市场的拓展情况均符合公司前期经营策略。河北市场目前已有三家测试门店运营，营业额和盈利水平均优于北京市场。除河北市场外，公司短期内没有新增其他市场的计划。

5、我们留意到公司今年1月已收购南京蒸全味51%的股权，并表后对公司报表端的影响如何？公司并购蒸全味品牌后未来有何规划，包括是否会对门店进行改造？

回复：公司目前通过供应链合作方式实现对蒸全味门店的产品供应，并正在进行公司间股权并购的工商变更登记，预计第二季度完成工商变更，并表前后对公司业绩影响较小。

本次与蒸全味品牌的合作模式相比武汉市场的并购方案有一定改善和优化，本次合作初期以供应链管理和门店管理为主，计划拉长门店改造和品牌转换的周期，力求实现平稳自然过渡，未来在合适的时机再进行门店品牌的转换。

6、我们看到公司一季度团餐增速情况恢复不错，请问公司一季度团

餐增速的区域分布情况如何，以及团餐业务收入各区域的占比如何？此外，我们知道近年来公司华北团餐业务增速一直表现不错，请公司介绍一下华北区域门店和团餐业务规划。

回复：公司一季度团餐业务收入增速超 20%，团餐收入增速在不同区域有所差异，华东区域团餐业务收入同比增速为 16%左右，华南、华中同比增长近 40%，华北同比增长近 70%。公司一季度华东区域的团餐业务收入占公司整体团餐收入的近 84%，华东以外区域团餐业务收入占比继续提升至超 16%。

门店业务方面，华北区域将继续打磨门店模型，今年计划在华北区域测试运营新的堂食门店。团餐业务方面，华北区域团餐业务将依托过去三年高速增长的良好态势，通过继续开发新客户、提供更多高品质的定制化服务，提升团餐业务收入水平。

7、请问公司团餐业务的竞争策略是什么？公司目前预制菜业务的订单情况和预期如何？此外，国家最近新出台的预制菜相关规范对预制菜范围和标准可能有一些新的限制，对公司预制菜业务是否有影响？

回复：团餐业务是公司既定的业务双轮驱动战略之一，公司多年来对团餐业务部门持续大力投入，在人才引进、客户开发等方面积极投入。近年来，面对日益激烈的市场竞争，公司积极调整发展策略，团餐业务逐步从传统渠道转向连锁餐饮、连锁便利和新零售平台等新的销售渠道，公司利用中央厨房的地理位置优势为新渠道的客户定制开发产品和推新打样服务，实现差异化竞争，从而推动团餐业务持续增长。

公司预制菜业务目前处于第二轮测试推广阶段，整体销售额还相对较小。公司目前规划的预制菜产品主要是半成品类，通过速冻或短保冷藏方式可以达到保证产品质量的目的，公司认为近期出台的预制菜新规，有利于推动行业的规范化发展，帮助有品牌有品质的做预制菜的企业进行公平竞争。公司认为这些政策变化实际上更坚定了公司进入预制菜领域的决心，也可以帮助公司屏蔽部分低价竞争对手的影响，对于注重品牌品质的上市公司而言，是一个积极的信号。

8、公司的长期均衡毛利率预期是多少？猪肉价格波动对毛利率有何影响？

回复：公司管理层期望的毛利率是 28%左右。公司一季度毛利率约为 26%，主要因为春节假期影响整体销售规模。自去年三季度以来，公司毛利率已稳定在 27%左右，因此，公司预计，如果猪肉价格保持稳定，未来某季度可能达到预期毛利率水平，甚至随着产能利用率的提升，毛利率水平有望超过预期值。

9、南京工厂的产能利用率、满产时间规划和折旧摊销情况如何？另外南京工厂产能利用率提升后，净利率水平是否会有提升空间？

回复：南京工厂目前的产能利用率在 25%左右，达到满产的时间取决于收入增速。折旧规模与 2023 年相比没有显著变化，全年折旧额约为 1300 万元。

上海工厂产能饱和时，净利润率可达 14%左右，因此预计南京工厂产能利用率提升后，净利润率水平将有较大提升空间。

10、除上海工厂外，公司其他工厂是否达到盈亏平衡状态？

回复：公司目前所有工厂均处于盈利状态。产能利用率低并不意味着工厂无法实现盈亏平衡，因为公司资本性开支支撑的业务收入水平较高。例如，南京工厂产能利用率 25%左右，年折旧额约 1300 万元，依然可以实现盈利，其中今年 3 月份扣非净利润率水平已超 10%。

	<p>11、我们看到公司一季度费用率管控表现良好，但环比去年三四季度略高，未来费用率将如何展望？</p> <p>回复：受春节假期影响，公司一季度收入规模是四个季度中最低的，因此一季度的费用率相对较高。整体来看，预计未来费用率将逐季呈现稳中有降的趋势。</p> <p>12、对东鹏饮料的投资对公司未来净利润的影响预计如何？</p> <p>回复：东鹏饮料的投资对公司的影响正在降低，因为公司间接持有的股票数量逐渐减少，公司希望尽快回收资金并投入到主营业务方面。</p>
--	--