

证券简称：良品铺子

证券代码：603719

良品铺子股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2020-003

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 电话会议		☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 一对一沟通	
参与单位及人员	35 家机构 64 名参与人员（详见附件《与会人员清单》）			
时间	2020 年 5 月 12 号 2020 年 5 月 22 日		2020 年 5 月 21 日 2020 年 5 月 28 日	
接待人员	董事会秘书：徐然			
投资者关系活动主要内容				
公司就发展历程、公司战略、产品研发、经营模式等内容做了介绍。				
主要互动问答部分				
1、公司线下发展集中于直营还是加盟？请介绍一下公司的加盟模式？				
公司推行“加盟为主，直营为辅”的门店布局策略，原因是加盟商均需具有一定的资金实力和社会资源，公司借助加盟渠道可以实现快速、有效的门店布局，并对各区域市场进行有效渗透，有利于扩大市场占有率，实现业务的快速发展。				
公司制定了加盟商引进管理的一整套制度，对加盟商的经营理念、经验信誉、资金实力、门店拓展能力等方面进行综合审评，审评合格者方可进行进一步合作。				
公司与加盟商就每一家加盟店签署《特许经营合同》，由加盟商开设门店向终端消费者销售，公司向加盟店提供产品批发服务及包括品牌资源使用权、人员培训、技术支持、业务培训及仓配服务在内的一般特许经营服务。为加强对产品的临期管理、方便门店间产品的调拨并为实现全渠道运营目标打下制度基础，公司与加				

盟商约定在产品最终销售时实现货物买断。也就是说，加盟门店的货物在实现最终销售前归公司所有。

2、公司线上发展情况？

公司线上业务积极拓展各类新兴电商平台，根据各平台客群细分的消费需求，应用大数据分析洞察消费者偏好，为各类平台配置产品，通过萌宠礼包系列、每日养身系列、健康糕点系列、口味零食系列等，为消费者提供了个性化的产品解决方案，2019 年入驻了网易考拉、蜜芽、多点商城等 43 个电商平台，线上销售店铺终端达到 78 个。线上渠道渗透率进一步提升。

3、公司供应商的数量有所下降吗？对供应商的管理模式是什么样的？

公司的供应商数量没有下降，公司从供应商筛选、供应商日常管理、供应商管理措施等方面对供应商进行管理，保证产品质量。

（1）供应商筛选

公司制定和推广了《供应商引进与淘汰作业指导书》、《供应商分级管理制度》、《供应商质量综合评定管理制度》等一系列的供应商合作与引进制度，引进选择标准主要包括经营理念、生产资质、产品产能、生产环境、质量控制等方面。

（2）供应商日常管理

公司针对各个品类制定了不同的《供应评审细则》，从制度体系、原料采购、现场环境、产品控制、过程控制、人员控制等方面对供应商提出了详尽的质量控制要求，以保证产品质量。

（3）供应商管理措施

供应商引进后在日常管理中采用例行巡检和飞行检查相结合的方式，对于新品上市、工艺配方变化、出现重大质量投诉或事故时会增加巡检的次数。巡检发现的不合格项，将视不合格的属性，采取限期整改、调整采购数量等不同措施，以持续提高供应商的质量管控能力和水平。

公司每年会从业绩、供应能力、品控能力、合作意愿等方面对供应商进行绩效考核和综合评定，针对不同的评分进行分级管理。评价指标一般包括：到货质

检合格率、顾客投诉、下柜召回次数、政府抽查合格率等不同维度。

公司成立专业的检测机构，在产品入库时，公司质检人员会对相关产品进行严格的质量检测，抽检合格后方可入库。

4、公司的品控是怎么做的？

公司高度重视食品安全问题，强调质量控制在采购、生产、运输、仓储及销售等环节的重要性，从制度、硬件及人员等各方面加强产品质量控制体系建设，不断提高产品质量。在产品质量保障方面，公司制定了完善的产品质量控制体系，通过供应商准入管理、供应商评估考核和淘汰管理、工厂质量管理、产品储存管理、食品安全检测管理、门店定期检查、存货保质期管理及临期商品下架报损等监管措施保障全链路食品安全。

5、公司的供应链管理优势是什么？

公司建立了以供应计划为调控枢纽，以物流管理为供应保障，以质量管理为安全保障，对产品的采购、仓储、物流、交付进行全流程控制和管理的供应链管理新模式。公司的供应链是双链交互体系，公司的供应链是双链交互体系。双链分别是商品链和供应链。商品链包含了产品从用户的需求洞察到商品规划、新品研发、上市交付、成熟运营这一整个商品全生命周期管理的过程。供应链是支撑商品链运作的过程，包括供应商引进、采购管理、生产管理、供应计划职能和物流管理等内容。它包含前端、中端和后端三个功能区，前端应用模拟仿真技术，中端应用运筹优化技术，后端应用预测技术。依托该系统，2019年公司推动超过300多家供应商参与评级体系，合作部署了先进的SCM管理系统，打造了“自动化线上线下复合一体仓”，其库容利用率由50%提升至70%，创新探索出在线分装礼盒的方法，礼盒类产品的分装能力扩大了两倍，为线上礼盒业务的快速发展提供了有力支撑。

附件 1 《与会人员清单》

机构	姓名	机构	姓名
丹羿投资	张昭丞	浦银安盛	华冉晨
淡水泉	贾婷婷	前海开源	田维
富国基金	王园园、方竹静、张冰灵、 方辰左	融通基金	吴书
广发基金	李巍	睿远基金	倪通
广发证券	洪涛、童若琰	施罗德	Louisa Lo、Jack Lee、 Sheldon Zhang、Maggie Zheng、Maurien Yuan
国泰基金	路静、胡松	太平资产	秦媛媛
国泰君安	訾猛、陈彦辛	天风证券	王泽华
禾其投资	雨晨	天弘基金	陈曦、张婧
恒生前海基金	周磊	兴全基金	童兰、王志强、周文波、陈 宇、王坚
华安财保	孙楠	兴业基金	张诗悦、蒋丽丝
华泰证券资管	逯海燕	银华基金	王翔、唐能、薄官辉、王斌、 郭思捷、孙昊天、魏卓
华夏基金	王世佳、代瑞亮	永盈基金	李琦
嘉实基金	王力、陆经纬	长城基金	余欢
江苏瑞华	王旷辰	招商证券	周洁
交银施罗德	张程	中泰证券研究所	房昭强、熊欣慰、范劲松
景林资产	郑卉好	中银基金	池文丽
南方基金	黄春逢、林朝雄、李想	Baillie Gifford	Louise Lin
诺德基金	王海亮	/	赵雯