

中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-1215

投资者关系 活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位 名称	西部证券、长江证券、浙商证券、华泰保兴、德邦基金、鑫元基金、海通自营、涌津投资、野村资管、海川汇富、天治基金、中泰资管、广发基金、华福证券、太平洋证券、广发资管、磐耀资产、华安证券、中泰证券、侏罗纪资产、华安证券、财通证券等
时间	2023 年 11 月 1 日 - 11 月 30 日
地点	上证路演中心网络互动平台、公司会议室等
上市公司出 席人员	董事长、总经理 刘会平 财务总监、董事会秘书 苏爽 证券事务代表 马晓琳
投资者关系 活动主要内 容介绍	<p>1、请问公司特许加盟业务的扩展策略或理念如何？以及如何看待近年来公司加盟连锁门店数量的增长速度？ 回复：公司管理层坚守长期主义，按照既定的战略目标保持自身的经营节奏，特许加盟业务坚定全国化布局的战略目标。公司近年来加盟连锁门店数量的扩张保持加速状态，华东区域以外门店数量占比呈现快速上升趋势，公司从2020年末刚上市时不到3,000家门店，今年9月末已达4,970家，未来几年新开店数量仍将保持增长。</p> <p>2、因为我们感觉公司近几年在华中、华南市场或者说公司整体开店速度其实是在提升的，所以比较关心公司如何从华东一个平台走向全国化的，我们到底是做对了什么事情使得异地扩张得以提速？另外请问华东市场还有开店空间吗？ 回复：（1）首先，新市场的扩张速度本身就快于传统的成熟区域。其次，公司在华南和华中区域的市场政策投放力度更大。（2）华东区域虽然是公司传统的成熟市场，但仍存在较大的开店空间。首先，上海市虽已超1,300家门店，但16个市辖区内的门店密度也存在较大的差距，松江区的门店分布密度较大，浦东、崇明等区域密度较小，仍存在继续开拓的空间。其次，比如浙江省目前的巴比品牌门店数量尚未达到1,000家，离上海的门店存量水平仍有差距；最后，目前江苏省和浙江省的巴比品牌门店主要分布在苏州、杭州等城市，其他许多地级市尚处于未开拓的空白市场；公司目前规划了万店目标，在所有省份布局至少1,000家巴比品牌门店。</p> <p>3、公司在团餐业务方面有何新的规划？ 回复：公司今年以来继续坚持加密团餐业务渠道拓展，致力于和餐饮连锁、连锁便利店开展定制化合作，餐饮连锁、便利连锁的业务板块持续保持高增速。此外，公司也正在积极探索预制菜业务，公司计划进入B端市场，产品更偏向半成品菜和净菜，目前已研发落地约12个新产品，均为初级加工的半成品，如预处理的调味肉片、牛肉条、鸡</p>

柳、鱼片等。

4、公司在产品提升方面采取了怎样的措施？

回复：一方面，公司历来高度重视新品开发，在研发费用和研发人员数量方面从不设定指标上限。公司研发部门储备了上百种新品，不断进行产品的盲测、小试、中试阶段，今年以来几乎每个月都有多款新品上市，产品出新率、迭代率持续保持较高水平。另一方面，公司在产品工艺方面不断推陈出新，如今年推出的销量较高的新品牛肉大包、东坡肉包等均采用肉块而非肉糜作为馅料，备受广大消费者的喜爱，产品品质和价值感大幅提升。

5、公司子公司管理模式如何？子公司的利润分配和再投资策略是怎样的？

回复：（1）公司各子公司实行业务独立负责制，同时母公司会在品牌宣传、市场营销、新品研发、生产工艺等方面给予子公司协助。

（2）在目前阶段公司希望子公司将盈利所得再投资到当地的品牌建设和市场推广当中，进一步增加当地加盟门店数量，提高当地市场占有率水平。

6、“预制菜进校园”事件引发热议说明公众对预制菜仍有担忧和顾虑，那么如何看待预制菜发展过程中遇到的问题？公司预制菜业务将如何发展布局并形成差异化优势？

回复：（1）预制菜被寄予厚望，一定程度上正是因为它代表着未来食品生产工业化的趋势。中央厨房的出现，有效降低了餐饮行业在人工和房租方面的成本，同时在食材损耗等方面优势也较为明显。目前，处于快速发展中的预制菜行业，在某种程度而言仍存在生产主体不明晰、生产过程不透明等问题，这些或许都是让消费者感到焦虑不安的来源。（2）关于预制菜舆论的讨论反而增强公司进入预制菜或者半成品菜领域的决心。公司目前选择进入的是B端市场，产品主要为半成品菜和净菜。我们觉得随着像公司这样有品牌影响力和供应链能力的优质供应商进入预制菜市场、为预制菜产品提供背书，可以提高预制菜产品面对消费者端的口碑和美誉度。

7、公司会如何处理利润和分红？

回复：公司着眼于长远和可持续发展的同时，高度重视全体股东的合理投资回报，公司2022年度现金分红金额达0.8亿元，占公司归母净利润的36%，逐年大幅增长。公司目前大额资本开支已经确定，现金流充足，处于良好的运营状态。未来公司将继续综合考虑公司发展目标、盈利能力、股东利益及意愿等因素，并结合公司当前及未来可预期的项目投资资金需求和现金流量状况审慎考虑，制定合理的分红计划和派息政策，尽可能保证利润分配政策的连续性和稳定性。