

中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-0101

<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 checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他 _____</p>
<p>参与单位名称</p>	<p>泰康资管、鹏华基金、安中投资、和谐汇一、东证自营、民生通惠、贝莱德、青骊投资、中信资管、农银汇理、中兴汉光、彬元资本、睿亿投资、博时基金、英大证券、国金证券、海通资管、安信基金、弘尚资产、中银基金、笃城投资、东方自营、敦颐基金、天弘基金、长信基金、中金公司、中泰证券、天风证券、西部证券、东北证券、东海证券、甬兴证券、海通证券等</p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 12 月 1 日 - 12 月 31 日</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</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、请问和传统夫妻老婆店以及其他连锁包子品牌相比，巴比的优势在哪里，能给加盟商带来哪些更多的好处？ 回复：首先，公司在早餐连锁行业经营多年，“巴比”品牌在全国拥有整洁统一的门店形象，涵盖早中晚的丰富产品线以及强大的新品研发能力，已发展成为国内中式面点知名品牌之一，具备较强的品牌竞争力和影响力，深受广大消费者的认可和喜爱，为加盟商经营门店提供天然的客户群体和经营基础。其次，公司同时在全国多地布局供应链产能，拥有极强的供应链能力、配送物流能力和高水平的数智化管理系统，能每日按时给加盟门店提供新鲜的馅料、包点等丰富的产品，确保加盟商销售的产品品质优良稳定，为加盟商的日常经营提供强大支撑；第三，公司拥有专业的外卖运营以及电商运营团队，能更好的为加盟商赋能，在同业态中拥有极强的竞争优势。最后，公司一直视加盟商为亲密的合作伙伴，持续通过对加盟门店分级管理、定向扶持、加盟商定期沟通会等方式，细化加盟管理，强化加盟服务，与加盟商互利合作，共生共荣。</p> <p>2、目前公司门店的单店营业额如何，如何看待未来的单店趋势？ 回复：（1）公司目前单店收入相较于2021年仍有缺口。 （2）公司研判，长期来看，随着近年来中国早餐市场供给侧的竞争日趋激烈，早餐供给者绝对值数量快速增加，消费者的早餐品牌选择、购买渠道日益丰富多样，使得早餐市场日益多元化、市场份额分配平均化；同时随着公司全国化布局战略加快推进，新市场陆续开辟，华北、华中、华南市场蓬勃发展，华东以外市场加盟门店的经营成果对公司整体单店收入的影响日益深远。但由于2021年是公司开展外卖统管举措的第一年，是公司近年来单店收入表现最好的年份，因此与2021年单店收入缺口不会在本质上改变单店模型，也未对加盟商年度收入水平产生显著影响；叠加目前整体宏观经济预期，公司单店模型对加盟商仍保持着较强的吸引力。公司拟通过增加加盟门店数</p>

量、优化产品结构、提高产品毛利率等途径弥补单店收入缺口，使公司营收规模和利润水平保持稳健增长态势。

3、在同一区域，门店数量的增加能够给公司带来哪些运营上益处，未来经营效率进一步提升空间在哪里？

回复：（1）短期来看，一方面同一区域内加盟门店数量增加可以快速提升物流配送效率，降低该区域的运输费用率；另一方面可以显著提升公司对加盟门店的管理效率，从而降低相关的管理费用率。长期来看，加盟门店数量的快速扩张有望显著提升当地区域消费者对品牌的认知度，品牌效应将持续辐射影响周边区域，从而进一步推升公司门店拓展效率，提升产能利用率。

（2）首先，随着华东以外新市场逐渐进入成熟期，以及公司在单一市场门店覆盖率的进一步提升，规模效应释放将天然提升公司经营效率；其次，公司坚持科技赋能，加强信息建设，推动企业数字化转型，在已有高水平信息化管理系统体系基础上，持续开发数智化管理系统，智慧配送平台系统TMS、供应商管理系统SRM、仓储管理系统WMS、智能门店系统、客户管理系统CRM、配送跟踪系统等持续开发优化，将全面提升整体运营效率；再次，公司高度重视精益管理，多措并举推动产品的产供销、物流配送、食安管理向标准化、规范化、智能化、精益化方向迈进，通过持续不断的工程改造和技术革新，提高生产环节的机械化、自动化、流水化作业水平，提高生产效率和产品质量，提升公司整体毛利率水平；最后，公司利用行业领先的市场地位、品牌影响力和产业化优势，积极推动行业资源整合发展，优质标的的并购有望推动公司经营质态全面提升、经营指标稳步攀升。

4、预制菜业务属于竞争特别激烈的市场，参与者众多，公司有哪些竞争优势？

回复：首先，公司拥有猪肉、蔬菜等原材料规模采购成本优势、现有生产线预加工处理优势、现有物流体系配送优势、贴近消费市场优势等。其次，经过多年的运营发展和市场开拓，公司积累了大量优质的to B团餐客户，公司已基本完成对现有团餐客户的预制菜产品送样阶段，产品品质获得了一定规模的团餐客户的认可，后续将加快备货与销售推广进度。最后，尽管预制菜市场竞争激烈，但市场空间更加广阔，根据iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022年中国预制菜市场规模为4,196亿元，同比增长21.3%，预计2026年预制菜市场规模将达10,720亿元，公司将依托现有经营基础，从现有To B客户切入，为公司团餐业务销售收入贡献新的增长点。

5、请介绍下公司目前的产能建设情况和未来的新增产能布局。此外东莞、武汉新产能投放后的年折旧摊销规模如何？

回复：（1）公司已在上海、广州、天津、武汉、南京等重要城市布局产能，其中2022年9月底投放了南京工厂产能，预计2024年1月末东莞工厂正式投产，2025年初、2025年下半年武汉智能制造中心项目（一期）、上海智能制造及功能性面食国际研发中心项目陆续竣工后将投放产能。

（2）东莞工厂投产后预计每年折旧摊销400万元，武汉新工厂投产后的年折旧摊销规模预计与南京工厂相当。