

## 中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-0401

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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>业绩交流会</u>
<b>参与单位 名称</b>	百年保险资管、北京同德磐石、博道基金、财通基金、财通证券、财信证券、顶天投资、东北证券、东方财富、东方证券、东兴证券、方正证券、富国基金、亘曦资产、光大证券、广发证券、国海证券、国金证券、国联民生、国盛证券、国泰海通、国泰基金、国信证券、海富通基金、合煦智远基金、华宝基金、华创证券、华福证券、华富基金、华泰保兴基金、华泰证券、华西证券、华源证券、汇安基金、汇丰晋信基金、路博迈基金、point72、山东鲁花投资、山西证券、上海森锦投资、上海万纳私募、上海逸融投资、申万宏源、绅徽投资、慎知资产、首创证券、天风证券、天治基金、万家基金、湘财证券、信达证券、兴业证券、兴银基金、兴银理财、玄元投资、银河基金、原点资产、长安基金、长江证券、长盛基金、长信基金、招商证券、浙商证券、中金公司、中金资管、中泰证券、中信建投、中信证券、中银国际证券、中银基金、中银证券、中邮证券、紫阁投资
<b>时间</b>	2026年4月21日 14:00 - 16:00
<b>地点</b>	中饮巴比食品股份有限公司 会议室
<b>上市公司出 席人员</b>	副总裁：叶青 董事会秘书、财务总监：苏爽 证券事务代表：马晓琳
<b>投资者关系 活动主要内 容介绍</b>	<p><b>一、2025年度暨2026年第一季度经营业绩及成果介绍：</b></p> <p>1、经营成果：                  2025年全年，公司实现营业收入18.59亿元，同比增长11.2%；实现归属于上市公司股东的净利润2.73亿元，同比下降1.3%；实现归母扣非净利润2.45亿元，同比增长16.7%。在餐饮行业整体增速放缓、竞争日趋激烈的背景下，公司收入与核心盈利能力均实现双增，经营韧性持续显现。</p> <p>进入2026年一季度，公司实现营业收入3.8亿元，同比增长2.8%；实现归属于上市公司股东的净利润4,721万元，同比增长26.9%；实现归母扣非净利润4,145万元，同比增长6.4%。公司业绩进一步向好，整体经营稳中有进。</p> <p>2、具体业务表现：                  在门店业务方面，2025年，受益于青露等品牌并表，公司门店数量大幅增长，期末门店总数达5,909家。2026年一季度末，门店数为5,871家，较26年年初略有调整。这一变化的核心原因是我们持续在推进并购品牌门店的标准化管理与质量优化，部分运营不达标或者粘性不高的门店会自然出清，我们始终坚持质量优先的发展理念，在保持整体规模稳健的同时，有序推进存量门店的优胜劣汰，持续提升单店质量与运营效率，为下一阶段的高质量扩张夯实基础。</p> <p>在单店方面，2025年以来，巴比品牌门店单店同比缺口不断收</p>

窄，目前已逐步回正并趋于稳定，展现出明确的修复态势。后续公司将围绕单店模型升级、产品品质提升、品牌营销强化等方面持续发力，推动传统单店收入稳步回升。2025年7月，公司精准把握消费需求推出手工小笼包新店型，在门店形象、装修布局、产品结构、设备器具等七大环节实现全面升级。新店型推出后市场反馈良好，有效验证了单店模型的可行性。截至2026年一季度末，新店型已落地达116家，其中包括青露品牌小笼包店30家，完成从0到1的模式验证，开始进入从1到N的快速复制阶段，为后续单店模型的增长及全国连锁化扩张打开了新的增长空间。

在大客户零售业务方面，2025年收入达4.32亿元，同比增长13.5%，保持稳健增长态势。2026年一季度该业务收入为8,998万元，同比下降3.4%，主要系公司主动对客户结构与渠道布局进行阶段性优化调整所致。

在成本费用端，得益于公司持续提升精益化与数字化水平，以及2025年下半年以来主要原材料成本维持低位，公司毛利率显著提升。2025年全年毛利率为28.5%，同比提升1.8个百分点；2026年一季度毛利率为27.9%，同比提升2.44%。与此同时，得益于公司运营效率持续优化，2025年扣非净利润率为13.2%，盈利水平进一步提升；2026年一季度扣非净利润率为10.9%，虽受季节性营收波动及业务相关等费用前置影响有所回落，但仍较去年同期小幅提升0.36个百分点，仍保持在10%以上的健康区间。整体来看，公司盈利能力韧性突出，高质量发展基础不断夯实。

同时我们也清醒地意识到，公司报告期内的门店闭店数量仍维持高位，同比仍有一定幅度的增加，内生性开店节奏并未显著加快。公司管理层2026年将全力聚焦小笼包门店的加速拓展，抓住市场发展的先机，结合经营举措进一步落地及供应链品质提升等内部管理方法，巩固公司门店业务回升到质量数量持续双增的良性轨道。

## 二、互动交流环节

### 1、公司2026年手工小笼包新店型的开店目标是多少？新开店与老店升级的比例如何？

**回复：**2026年公司目标为保底600家、冲刺700家。开店途径主要包括老店升级与新开店，目前新开店约占30%，老店升级约占70%。随着已有门店赚钱效应的充分显现，预计到年底新开店比例将进一步上升。

### 2、新店型对单店营业额的提升效果如何？是否有具体数据支持？

**回复：**老店升级后，营业额实现翻倍；新开手工小笼包店的营业额约为传统鲜包店的2倍。这一数据基于截至目前全部已开业门店的样本，且营业额的提升在新店开业后能够保持稳定。

### 3、2026年一季度单店收入为何出现波动？是否受春节因素影响？

**回复：**一季度营收波动主要受两方面影响：一是今年春节较晚（2月17日），大量加盟商为安徽、湖北籍，返乡早、返工晚，导致1至3月订货受到扰动；二是3月份同时有部分门店因升级改造暂停营业，对当期收入产生短期影响。但上述因素均为短期扰动，公司整体门店经营基本盘保持稳定。

**4、2026年一季度大客户零售业务收入同比下降3.4%，长期如何展望该业务？**

**回复：**收入同比下降主要系公司主动优化客户结构所致。公司从去年起将大客户分为直销和经销两大类，进行分类施策，同时重点拓展连锁餐饮、便利店、酒店等定制化客户，追求高质量增长。团餐业务长期仍为公司重要增长极。

**5、手工小笼包模式被快速模仿，公司如何看待竞争？核心竞争力在哪里？**

**回复：**面对竞争，公司的核心壁垒在于供应链能力和组织能力。在供应链能力方面，公司可以同时生产小笼包、大包子、煎包，这些产品需要不同面皮工艺，技术门槛高。在组织能力方面，公司具备组织力与规模优势，能够快速开好大量门店，而其他品牌可能存在随着门店家数增加开店动作变形的可能，难以实现大规模复制。2026年公司将通过增加运营人员、标准化管理、视频监控、神秘顾客制度等方式确保开店质量。

**6、公司是否会拓展面条、米饭等品类？产品上新节奏如何？**

**回复：**公司明确不做浇头面与米饭，专注中式面点和小吃。产品上新保持克制，约每季度推出一款单品，每款都需具备长期生命力。近期将推出粉丝汤，搭配煎包形成产品组合。

**7、手工小笼包新店型是否必须与堂食绑定？外带店的可行性和表现如何？**

**回复：**手工小笼包外带属性较强，目前外带店模式同样可行且效果良好。

**8、剔除新店型及并购影响后，传统巴比门店的单店表现如何？**

**回复：**2026年一季度传统门店同店收入有小个位数缺口，主要受春节营业天数减少及升级闭店影响。整体看，传统门店基本盘保持稳定，但进一步提升空间有限。

**9、2026年一季度费用有所上行，全年费用率趋势如何？**

**回复：**新增运营人员成本主要体现在毛利率层面，而非销售费用率大幅上升。原材料成本下降可阶段性对冲人员成本上升。公司会根据经营节奏动态调整费用投入情况，预计全年费用率保持相对稳定。

**10、手工小笼包店能否实现类似茶饮、零食连锁的快速扩张？开店速度是否会被有意控制？**

**回复：**包子行业具有“难”和“累”的特点——技术含量高、劳动强度大，意味行业具有隐形的高进入门槛。公司不刻意控制速度，也不盲目追求极速扩张，赚钱效应是核心驱动力。预计2026年开出600至700家后，2027年增速将更快，目前已出现加盟商排队等位开店的局面。

**11、公司如何看待手工小笼包新店型与当前消费需求的匹配关系？**

**回复：**从消费需求来看，当前消费者对传统大包子的兴趣有所下降，而对小笼包等形式的产品偏好上升；同时，市场缺乏干净舒适、可堂

食的、高质价比中式早餐消费场景。巴比手工小笼包新店型以10至15元客单价、整洁环境、品牌背书及现制现售的特点，较好满足了上述需求。

**12、新店型客单价提升至10至15元，是否与消费降级趋势矛盾？**

**回复：**公司定价逻辑始终坚持“国民早餐”定位：先定消费者心理价，再倒推成本与毛利。10至15元在同类中式快餐中仍具高质价比。在消费降级背景下，消费者更愿为干净、舒适、有品牌的早餐体验支付“小确幸”溢价。

**13、如何保证大量新店的管理质量？公司采取了哪些具体措施？**

**回复：**公司通过巡店频次提升、门店管理标准化、内部抽检、视频监控、食安管控和加盟商多重培训等举措保证门店质量。同时，公司也在积极探索利用AI技术进行辅助管理，例如通过AI自动识别门店运营中的不规范行为，以此进一步提升管理效率。

**14、公司的股东回报如何预期？**

**回复：**目前公司的资本开支较为固定，账面现金较为充足，因此展望未来，公司有望保持较为合理的股东回报水平。