

证券代码：002820

证券简称：桂发祥

公告编号：2024-040

# 天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

## 2024 年半年度报告摘要

2024 年 8 月 9 日

## 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	桂发祥	股票代码	002820
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	无		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄靓雅	乔璐	
办公地址	天津市河西区洞庭路 32 号	天津市河西区洞庭路 32 号	
电话	022-88111180	022-88111180	
电子信箱	huangjingya@gfxfood.com	qiaolu@gfxfood.com	

### 2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	267,920,357.13	260,454,886.97	2.87%
归属于上市公司股东的净利润（元）	22,719,580.81	40,130,285.17	-43.39%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	21,540,679.17	38,038,550.83	-43.37%
经营活动产生的现金流量净额（元）	43,100,742.06	74,741,427.16	-42.33%
基本每股收益（元/股）	0.11	0.20	-45.00%
稀释每股收益（元/股）	0.11	0.20	-45.00%
加权平均净资产收益率	2.36%	4.15%	-1.79%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度 末增减
总资产（元）	989,352,779.79	1,058,374,113.89	-6.52%
归属于上市公司股东的净资产（元）	915,921,512.51	982,271,540.74	-6.75%

## 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数		20,335	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）		0	
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
天津市桂发祥麻花饮食集团有限公司	国有法人	33.99%	68,273,314	0	不适用	0
南通凯普德股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.50%	5,021,556	0	不适用	0
李辉忠	境内自然人	2.04%	4,106,147	0	不适用	0
瞿小刚	境内自然人	1.13%	2,264,400	0	不适用	0
李林	境内自然人	1.03%	2,077,260	0	不适用	0
王霖	境内自然人	0.72%	1,450,400	0	不适用	0
中信证券资产管理（香港）有限公司—客户资金	境外法人	0.54%	1,083,434	0	不适用	0
刘晓芳	境内自然人	0.47%	951,915	0	不适用	0
中山市新达投资管理有限公司	境内非国有法人	0.45%	906,100	0	不适用	0
卢庆	境内自然人	0.42%	851,900	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	天津市桂发祥麻花饮食集团有限公司为公司控股股东，与其他股东不构成关联关系或一致行动人；除此之外，未知上述其他股东之间是否存在关联关系，亦未知其是否构成一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

## 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## 6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

## 三、重要事项

2024 年上半年，面对消费市场有效需求不足、复苏动能减弱的复杂环境，公司坚持“坚定主业，守正创新”的经营理念，持续丰富产品矩阵，电商平台业务突破提升，整体实现营业收入 2.68 亿元，较去年市场复苏取得的较好业绩，同比增长 2.87%；同时，为下一步全国布局夯实发展基础，直营渠道创新驱动探索新业态、新店型，经销渠道持续拓展空白市场，品牌营销紧抓年轻化、配合渠道布局，相应的销售费用、管理费用投入同比显著增加，上半年实现净利润 2,271.96 万元，同比下降 43.39%。主要经营情况如下：

### 1. 丰富产品矩阵，提升企业产品力

不断丰富产品矩阵，一是持续研发轻伴手礼、休闲产品，尤其针对公司发力电商渠道的战略举措，上半年上新新中式糕点“一品酥”及 OEM 定制产品，与线下产品形成一定区隔；休闲麻花新品已完成开发，筹备下半年上市。二是空港生产基地建成清真麻花生产线，有效保证了清真麻花产品市场供应，助力“王记麻花”系列产品实现销售增长，奠定进一步拓展细分市场的产能基础。三是借助天津旅游复苏机遇，聚焦“津味”文化、“国潮”主题，与杨柳青年画等进行跨界联名，携手打造品牌联名系列产品；为天津“哪吒小镇”文化主题园区设计新品“乾坤圈”麻花、“哪么糕 吒么好”糕点，增强产品的特色文化属性和趣味性，增加产品标签，吸引更多消费群体。四是继续丰富门店“现制现售”产品品类，现场制作天津风味特色小吃“茶汤”“嘎巴菜”，为顾客带来视觉和味觉的双重体验，特别是在景区门店形成特色亮点。

### 2. 电商提升初见成效，外埠区域加速开拓

电商渠道的整体提升在上半年初见成效，实现营业收入 2,213.32 万元，同比增长 73.51%：抖音店铺达人等级不断晋升，已经成为“抖音旗舰黑标店铺”并进入多个热门榜单前列，形成增量；天猫、京东等传统电商平台通过有效的推广拉新，访问量提升显著、老客复购表现出色。经销渠道着重进行外埠市场的开拓，一是通过开发不同区域经销商布局不同省市热点商区，销售网点触达北京、上海、华北、东北等区域的十余个省市；二是在重要交通枢纽、高速服务区、高铁城际进行布局，逐步打开全国市场；三是在天津区域加大旅游景区销售网点的覆盖密度，同时增加中、高档酒店渠道布点，提升市场渗透率。下一步，在积极开拓全国市场的同时，公司将尝试通过跨境电商等向海外市场渗透，探索新的市场开拓路径。

### 3. 探索破圈营销，焕发品牌活力

公司进一步加快品牌“年轻化”战略布局，融合天津城市文化、深挖品牌价值，深度培养与消费者的情感纽带，打造拥有全国影响力的老字号品牌：

第一，构筑品牌与年轻消费者的链接，展现特色文化属性。一是与异业破圈联盟，赞助天津电竞冠军队 TJD、校园足球赛，在直播、日常赛训等公开场合增加品牌曝光度，以跨界出圈开辟品牌年轻化传播路径；二是以桂发祥十八街麻花文化馆为阵地推行研学深度体验活动，成立天津市消费者协会消费教育基地、深化校企合作，开展知识性、体验性、互动性消费教育活动，逐步扩大在青少年群体中的品牌影响力。三是融合天津城市特色，公司将品牌营销与文旅消费相

结合，进行跨界 IP 联名、为天津特色主题园区设计创意产品；与天津“海河”观光带热门旅游项目海河游船洽谈合作，通过冠名宣传、共同打造来津游客的文旅消费新场景。

第二，持续打造拥有全国影响力的老字号品牌，一是进一步通过参加全国性展会展现品牌力，加强与当地客户、渠道商的直接联系和沟通，持续强化公司品牌认知度，上半年参加达沃斯、文博会、中国亚欧博览会、全国消费促进月等大型展会，通过展示非遗制作技艺、文创产品等，不断放大营销势能和品牌影响力。二是冠名京津城际高铁、在机场车站投放宣传广告，利用交通枢纽庞大客流量提升品牌传播效应；三是作为独家支持单位赞助“寻美·中国”等全国大型活动，通过有参与感、有话题度的活动，提升品牌在全国范围内的影响力。

#### 4. 直营渠道管理升级，形成食品零售多业态布局

一是直营渠道完成部分老旧门店装修改造、景区门店品类优化调整，改造门店和景区门店上半年销售收入提升显著；二是新店铺设有序进行，上半年天津区域新增 2 家门店，北京新店完成选址、加紧筹备开业；三是门店整体运营管理细化，外采产品采购尝试新合作方式，与更多老字号品牌深度合作，互惠共赢；第四，直营渠道门店类型探索“传统销售门店、老字号集合店、桂香蝶语、祥蕴津彩”四种模式，集合“传统、综合、现代、现制津味小吃”四类店型，延伸形成食品零售多业态布局，通过店型扩展精准吸引消费客群，逐步优化、打磨不同模式的运营标准、管理体系和产品划分，成为直营渠道管理的特色模式。

#### 5. “新业态+新店型”落地，联动创新发展

公司以南楼食品广场为载体打造的桂发祥老字号品牌集合店于年初开业，店内集合 40 余家知名老字号品牌，形成自营、联营、经销、租赁模式融合发展的新业态，采用“文创+展示+体验+销售”的模式，以“天津运河文化”为主题场景，建设成为天津运河文化和老字号品牌新地标；引入大白兔、全聚德建设“天津首店”，并持续开发、引进全国优质品牌。节假日于老字号品牌集合店现场举办年货节、非遗展演等民俗文化活动，持续吸引客流。

同时，公司积极试点“新店型”，在天津全新业态沉浸式体验综合体泰达荟·京东 MALL 推出“桂香蝶语”烘焙体验店，结合该商业综合体定位打造店型，店内设计为古朴雅致新中式风格，突出“桂花”主题，产品主打桂花为主要配料的中西式烘焙糕点、桂花特调咖啡以及奶香冰激凌，在试点过程中探索直营店新功能，加速打开年轻消费者市场。