

中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他 <u>线上电话会议</u>
参与单位名称	中银证券、名禹资管、民生加银基金、宏道资管、泽泰证券、大道兴业资管、进门财经、火星资产、蓝海资管、广发银行、兴合基金、华西证券、东海证券、宽潭资本、国联安基金、华泰柏瑞基金、同犇投资、信达证券、长信基金、中银基金、国联人寿、歌易投资、珠江投资、德邦证券、慎知资产、淡泰资本、金泊资管、弘章资管、国信证券、东方证券、大道至诚资管、蜂巢基金、肇万资产、弘章资本、隆慧投资、广发资管、富国基金、域秀资本、汐泰资管、北大方正人寿、安信证券、中信建投基金、宏道投资、山楂树私募、华泰证券、盛宇基金、红华资本、华融证券、楷泰资管、领颐资管、中财投资、博泽资产、睿远基金、相生资管、汇华理财、永灵通金融、中金国际、弘则研究、润晖投资、大成基金、嘉合基金、英大基金、明河资管、中泰证券、银河证券、中泰资管、华美投资、华璞资管、至璞资管、兴华基金、保银资管、浙商证券、远信投资、Alphahill Capital、光大保德信、博时基金、长盛基金、弘毅远方基金、太平资产、慎知资管、泰康资产、渤海资管、大箬资管、中信里昂、湘楚资产、山金金泉资管、好奇资本、雷根资管、恒复投资、长城基金、民生证券、国泰君安、招商证券、融通基金、锐意资本、国信证券、光大证券、华创资管、IGWT Investment、重阳投资、兴全基金、玄元投资、招银理财、神农投资、国元证券、前海旭鑫资管、拾贝投资、龙场投资、淳阳投资、财信证券、潼骁投资、太平洋证券、景耀资管、喆颢资产、易米基金、国华兴益资管、海通证券、金百铭投资、华鑫证券、兴业证券、顶天投资、沁源投资、雪湖资本、中加基金、国元证券、银帆投资、申万研究、磐厚动量资本、东证融汇证券、华创证券、华泰证券、银河资管、善道投资、中信证券、乐趣投资、山西证券、恒睿投资、天风证券、平安证券。
时间	2022 年 4 月 28 日 10:00 点至 11:00点
地点	线上方式
上市公司出席人员	财务总监兼董事会秘书苏爽、证券事务代表马晓琳
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司华南地区一季度开店30家，关店33家，是否是受到了疫情的影响，公司在华东及其他各地区的开店情况如何，后续规划是怎样的？ 回复：公司在4月28日披露的2022年第一季度经营数据公告中披露了加盟门店的变动情况，公司将从2022年起在经营数据公告中披露公司加盟门店在当季的开店情况，便于市场更多的了解公司的经营情况。 1) 在华南地区，一季度开店同比去年有较大的增长，但是闭店数量的绝对值也有增加，最主要的原因是从2月份以来，在华南地区的深圳和东莞受疫情的影响，对门店的经营情况造成了一定的冲击。2) 在华中地区，公司于3月31日并表了被收购公司所运营的门店合计676家，门店数量大幅增加，相应的门店的经营业绩会从4月1日开始并入公司合并报表范围。3) 在华东地区，2022年一季度开店净增加40家，开店情况也好于去年同期。故除了华中和华东地区，综合看华北和华南，净增加门店数和去年同期基本持平。一季度受春节休假因素的影响，为行业的开店淡季，整体来看，一季度公司各区域在开店方面还是保持了一个正常的开店节奏。 针对近年一直以来全国各地疫情的多点频发，特别是上海地区长时间的社会面管控，对于公司开店目标或是对开店的具体影响，公司会等到疫情解封之后做具体

	研判。 2、2022年一季度公司华北地区业务增长较快，具体原因是什么，三四月份华北存在疫情的情况，市场需求是否放量，公司产能、物流有没有遇到困难？华北产能利用率如何？ 回复：华北地区因为同比基数偏低，且从2021年开始销售额就保持了一定的增长惯性，所以2022年一季度华北地区增速表现比较亮眼。进入4月份以来，据了解北京目前未进行社会面的全域封控静态管理，所以目前从天津工厂的产品运往北京地区的物流是通畅的，未受到疫情影响。 另外，根据 2021 年年报披露，公司天津产能还是维持在一个非常低的水平，所以目前公司天津工厂的产能还是不饱和的状态。 3、请问公司江苏浙江地区的门店是否受到疫情影响，物流的时效性是否难以保证？ 回复：因公司的产能所在地在上海，所以疫情管控初期受到一定影响，从上海发出的跨区域物流车辆会受通行证数量的限制，故针对浙江江苏的门店公司调整为以供应馅料为主，成品订购受物流运力的影响有削减。同时江苏区域尤其苏州地区也由于疫情管控的原因，跨区域物流接收也遇到一定困难，公司已利用武汉、天津、广州的产能来协调保供华东地区非上海区域的市场需求。 4、请问公司华中地区的被并购品牌的门店已经并表，收入何时并表，能否分析一下目前整体华中地区的业务情况？ 回复：华中地区并购的品牌收入将从2022年第二季度开始并表，具体的公司销售收入和利润情况可以参考公司前期发布的相关公告。同时根据已披露的公告，武汉地区巴比门店数量从2021年12月31日的174家，到今年3月31日增长为247家，保持了高速的增长。 5、公司一季度收入增长较快，请问单店的收入增长情况如何？外卖占比的提升情况如何？ 回复：2022年第一季度公司业务的增长更多的来自于加盟门店数量的增加引起的。同时因2021年华北和华南地区的门店净增加数增加，导致在2022年一季度结存门店中华北和华南门店的占比结构增加，且华北华南单店收入低于华东，故一季度整体看同比单店的收入增幅较低。 公司外卖业务延续去年的增长趋势，外卖统管的门店数量还在增加，再结合实际情况，上海地区约从3月中旬开始，由于管控原因，统管外卖业务门店数量占比及渗透率仍然在持续提高。 6、公司2022年一季度团餐渠道收入占比较去年同期变动了4.9个百分点到20.83%，请问团餐渠道提升的原因是什么？同时面点类产品收入占比也在提升，是否与团餐结构面点类产品比较多有关系？ 回复：因为团餐几乎都是销售成品面点，所以团餐在整个销售结构当中份额的上升，会自然带动整个销售品种当中成品面点类的上升。且目前团餐的销售额在增加，故整体占比增加。另一方面公司团餐业务延续了2021年的增长趋势，细分渠道及加密渠道销售人员等深耕渠道的措施取得了一定的效果，在2022年一季度或者未来的一段时间内会持续有这样的收获，所以保持了较快的增速。 7、公司团餐里有少量的收入来自于经销商客户，一季度经销商数量也有增加，想请教公司未来经销商体系的趋势是什么样的？ 回复：从销售金额的占比来看，公司目前从经销商渠道获得的收入占比仍偏小，整体经销商规模数量仍较小。公司在团餐领域，更多的希望能够细分客户渠道，贴近客户的出餐场景，利用公司的品牌优势和差异化优势，以直接面向客户销售的方式为主。 8、今年猪肉猪价下行有利于公司控制成本端的上涨，但近期上海疫情造成在局部地区猪肉价格的上行，如果下半年猪价上行，是否会对公司造成一定压力，
--	---

	公司有什么举措应对？ 回复：公司在两个方面会做一些准备，在成本端，公司在 2021 年猪肉价格较低的周期下，已达成了部分猪肉需求量的一个锁价供应，可以确保公司今年整体猪肉价格不会有太大波动。另一方面，公司也持续观察面点成品的市场情况，研判终端价格上涨的空间。 9、公司在2021年一季度有大量广告投入，销售费用较高，公司今年一季度没有投放，全年的销售费用规划是怎样的？ 回复：公司2021年一季度推行锁鲜装新品，做了一些定向渠道的产品推广，现因产品投放策略的调整，今年公司没有类似的广告投放预算。结合公司在华东地区市场及消费者端的知名度和影响力，未来暂时不会有大规模的广告投放计划。公司销售费用率在今年预计能够保持稳定。 10、上海地区受疫情影响，门店有关店情况，请问目前门店恢复营业的进程及门店营业情况如何？ 回复：在疫情管控政策初期，公司上海地区的加盟门店绝大部分因疫情防控政策处于停业状态，各投资者通过外界陆续的一些新闻报道，也能了解巴比在保供和复产复工方面的一些成绩，会看到公司目前在上海地区大概近60%的门店可以保持每天订货的状态。同时得益于社区团购及特殊时期消费者对面点类产品的需求增长，公司目前上海地区的门店营业额基本能够维持在正常的疫情前的水平。 11、在疫情期间公司门店售卖的是熟制品还是冷冻品，是否调整了只生产1-2种类型的包点，提高效率？ 回复：目前上海区域的门店绝大部分是在销售公司的冷冻或者冷藏预包装产品。在产品种类上除前一段时间，因蔬菜原材料运送困难，对香菇菜包品种做了限量订购外，目前公司在上海地区已经做到了门店按需订购的情况。 12、疫情持续了大概2-3年，请问公司所处行业在目前的情况之下会面临较大压力，从中期来看，公司在产品的形态、渠道等各方面是否会有所调整？ 回复：公司面对疫情的多点频发、长时间封控等措施，会倒逼企业去适应这样的市场环境，整体而言，因为公司业务有门店端和非门店端业务双轮驱动，市场需求稳定且还很大。公司在产品方面冷藏品和冷冻品从生产工艺上和产能上来说都不是一个瓶颈，公司可以随时调整生产冷藏或是冷冻产品。整体而言公司会根据市场需求，调整产品及销售渠道。 13、请教一下公司在华东地区以外的市场，消费者对公司产品口味的接受度如何？ 回复：目前市场上主要是传统的包点类产品，品相主要包括肉包、菜包和豆沙包等，在全国的绝大多数地区，消费者的接受程度都很好。同时公司在当地的产品会依据当地消费者的饮食习惯进行在地化研发，制作适合当地消费者口味的产品。
--	---