

中国全聚德(集团)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	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年4月21日（周五）下午 15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事、总经理周延龙 2、财务总监石磊 3、董事会秘书唐颖 4、独立董事李建伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、把全聚德鸭子生长期分分类，四十天的，八十天，一百二十天，分别标注不同价格，否则速生鸭低质食材匹配中高档饭店档次终究不会有好结果，麦当劳肯德基不会走中高端路线，因为食材不行！</p> <p>您好：全聚德烤鸭始终是品牌主打产品，其毛鸭也是无公害产品和地理标志产品。全聚德品牌在做好精品烤鸭的同时注重菜品经营的多元化，以新鲁菜、新京菜为目标，经营菜品品种丰富，感谢您的提问。</p> <p>2、您好董秘，请问公司是否考虑或者已经布局海外市场？</p> <p>您好：截止 2022 年 12 月 31 日，公司开设海外加盟企业共 8 家，截止目前未有投资开设海外直营企业的计划，感谢您的提</p>

问。

3、全聚德的烤鸭生长期只有 40 天左右，肯定不好吃，与麦当劳肯德基没什么区别，这就是全聚德烤鸭衰退的根本原因！没有人把这种东西当美食了。另为什么不学习同仁堂，大健康概念，辽参也卖，全聚德大饮食美食概念，把满足口欲的都含在内，做大销售额和利润

您好：全聚德烤鸭始终是品牌主打产品，而且 159 年来一直在市场有着较高的知名度与美誉度。全聚德品牌在做好精品烤鸭的同时注重菜品经营的多元化，以新鲁菜、新京菜为目标，经营菜品品种丰富，感谢您的提问。

4、百年品牌，价值几何，请问做过评估吗

您好：2019 年 6 月 26 日，由世界品牌实验室主办的(第十六届)“世界品牌大会”成功在京举行，会上发布了 2019 年《中国 500 最具价值品牌排行榜》，“全聚德”品牌价值为 258.12 亿元人民币，感谢您的提问！

5、第 2 季度有没有第 1 季度好？

您好：公司一季度抓住市场恢复的契机，实现了经营扭转，二季度开始后，全体员工奋力拼搏，士气高涨，正在努力做好五一黄金周的各项准备，力争二季度保持良好势头，具体经营情况请您关注公司披露的半年度报告，感谢您的提问！

6、周总，您作为接触首旅集团的高层领导，首旅集团是否有意向将全聚德和东来顺，重组成为一个新的餐饮集团，相互学习，共同进步。

您好：截止目前公司没有应披露而未披露的信息，感谢您的关注。

7、总经理周延龙，请问周总：全聚德十四五规划要购并东来顺，什么时候收购？

您好：公司目前没有应披露而未披露的信息，感谢您的关注。

8、第一季度烤鸭卖了多少只，截止目前第二季度卖了多少只？

您好：公司经营的相关数据请您参阅公司定期报告，感谢您的提问。

9、面对这么好的市场，公司一季度确实实现了盈利，作为投资者我们对全年经营还是有信心的，想问问周总经理您今年在餐饮和食品两个方面准备怎么努力创收

您好：2023 年公司将围绕高质量发展，集中精力做好以下几方面工作：在餐饮板块方面，深化门店升级、菜品创新等重点项目落地，实现新店高效运转，持续加强菜品管理，坚持不懈提升服务质量，大力拓展团膳赛道；在食品板块方面，通过产品升级、爆款打造，不断完善预制菜产品结构，同时加强渠道拓展，降本控费与提升品质；此外，还将通过强化管理激发发展新动能，主要包括：1. 创新营销，加强宣传，提升品牌影响力；2. 贴近市场，优化考核，完善激励机制；3. 严格审查，规范管理，提升加盟企业运营水平；4. 改善基本面，加强市值管理；5. 规范有序，确保运营生产安全等。具体可参考公司 2022 年年报的“2023 年度经营计划部分”，感谢您的关注和提问。

10、旅游业现在爆发，公司有没有进军旅游业的打算，旅游餐饮住宿一条龙

您好：公司将坚持理念升级、机制突破、创新求变的总体思路，围绕老字号“守正创新”工作主线，采取餐饮产业“精耕细作”、食品产业“开疆拓土”的发展思路，坚持“一品一策”，做精做优餐饮业务，发力“餐饮产品食品化”，做强做大食品业务，通过多种方式积极向新兴领域延伸拓展，加快形成国内领先的多元化餐饮产业集团，努力成为更多人信赖和喜爱的美食生活服务商，感谢您的提问。

11、总经理，下午好。网上很多新闻说，四季民福，大鸭梨比全聚德好吃，请问有什么看法？都是挂炉烤鸭，为什么口碑相差这么大？是用的鸭子不一样吗，还是制作工艺不同，请耐心解答？

您好：全聚德挂炉烤鸭有着 159 年的历史，其技艺也因为坚

持传统技艺，坚守烤鸭品质，坚持质量出品而被列为“国家级非物质文化遗产”。全聚德挂炉烤鸭一直坚持传统技艺传承，同时结合市场需求，通过选坯、制坯、烤制等多环节的把控，保证烤鸭出品、口味更加满足顾客需求。全聚德烤鸭始终是品牌招牌产品，到店品尝顾客络绎不绝，有着较高的市场口碑追捧度，感谢您的提问。

12、公司股价自元旦来直线下跌，幅度巨大，是否存在某些不利因素？大股东是否有增持，或减持股份的计划？

您好：二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

13、周总，您好。最近北京商务局所发的 关于印发《加快恢复和扩大消费持续发力北京国际消费中心城市建设 2023 年行动方案》的通知，请问公司有落实吗？

您好：作为在京老字号餐饮的代表企业，全聚德认真研究首都新的功能定位，积极响应建设国际消费中心城市的号召，采取多品牌并进、优化门店布局的策略，进一步做好针对本地客群的产品和服务升级，抓住消费市场快速回暖的契机，努力实现企业经营态势的根本扭转，感谢您的提问。

14、请问贵公司，对自己品牌的形象塑造，以及品牌影响力做了哪些工作

您好：公司旗下除了拥有全聚德品牌，还拥有仿膳、丰泽园、四川饭店等其他老字号品牌，这些老字号品牌拥有世代传承的产品、技艺和服务，也承载着工匠精神和优秀传统文化，公司未来会以老字号品牌保护与传承为重要抓手，加大品牌保护力度，弘扬品牌文化内涵，保持品牌特色，提升品牌影响力，还会向新兴领域进行品牌的延伸和拓展，从而为集团持续发展注入强劲动力，感谢您的提问。

15、这个也不是高位票 跳水力度这么大 是有利空吗？

您好：二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好

生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

16、您好，当前抖音营销生态火热，贵公司有数字化营销方向布局吗

您好：公司十分重视年轻客户群体，通过加强与抖音等媒体平台合作，面向年轻客群开展多种形式的品牌营销，包括：通过开展直播业务，进行线上引流，将平台的公域流量沉淀到私域。打造“萌宝星厨”传播矩阵，在抖音平台以线上直播、老字号品牌故事短视频等多种方式聚集粉丝，进行品牌营销。通过各种举措，全聚德及各子品牌在抖音平台的关注度提升明显。自 2022 年 3 月起，全聚德在抖音平台共直播 36 场，时长累计 300 小时，观看人数累计近 180 万，其中成交用户 95%以上为北京本地的年轻消费者，感谢您的关注和提问。

17、接下来公司朝那个方向发展

您好：公司将坚持理念升级、机制突破、创新求变的总体思路，围绕老字号“守正创新”工作主线，采取餐饮产业“精耕细作”、食品产业“开疆拓土”的发展思路，坚持“一品一策”，做精做优餐饮业务，发力“餐饮产品食品化”，做强做大食品业务，通过多种方式积极向新兴领域延伸拓展，加快形成国内领先的多元化餐饮产业集团，努力成为更多人信赖和喜爱的美食生活服务商，感谢您的提问。

18、你好，全聚德通州地块准备与北京市政府如何协商？是应用？出售？还是置换？有意向么？

您好：该地块位于通州全聚德仿膳食品公司 B 区，目前规划由仿膳食品公司综合利用，部分面积正在正常生产经营，另一部分尚未进行投资建设。我们密切关注通州区整体产业规划的编制和公司自身食品产能的需求，积极寻求该地块的最佳利用方式，感谢您的提问和关注！

19、公司有没有考虑，持股五百手以上的免费送烤鸭一只????

您好：感谢您的建议。今年春节期间，公司做的全聚德股东回馈活动，受到股东的欢迎，我们今后还会适时举办更多的活动，回馈广大股东，感谢您的提问。

20、现在公司最大股东是谁？占比多少？

您好：目前，公司最大股东是北京首都旅游集团有限责任公司，持股比例 43.67%，感谢您的关注和提问。

21、请问公司今年连续三年亏损，是不是应该 ST？

您好：根据交易所退市新规，上市公司净利润亏损且营业收入低于 1 亿元时将被*ST，取消了两年亏损要求。2022 年，公司实现营业收入 7.19 亿。2023 年一季度，公司营业收入实现“开门红”，利润扭亏为盈，实现归母净利 917 万元，同比增长 5,646 万元，暂不存在退市风险。2023 年，公司将按照“十四五”规划既定方向和相关经营计划，加快“餐饮+食品”双轮发展，全力推动公司业绩持续向好发展，感谢您的关注和提问。

22、作为一个百年老店，能不能拿出点担当，好好提升服务，做下沉市

您好：公司非常关注顾客体验，立足“产品+服务+场景”新格局，聚焦老字号精品门店打造。在京直营门店以“做好北京人的餐厅”为出发点，着重推进堂食与非堂食业务，据统计，在京直营门店共建社群近 50 个，群内人数总计 11000 余人。线上外卖双平台销售持续提升，服务口碑居于正餐前列，为此，在美团 2022 年度评比中，全聚德品牌成为唯一一家荣获“年度品质外卖”和“青山可持续先锋”双奖项，感谢您的提问。

23、目前门店如此火爆，公司业绩为何不瘟不火，如何切实提高上市公司业绩？

您好：公司一季度业绩明显回升，门店盈利能力有所增强。随着消费市场的复苏，我们将全力以赴，在餐饮和食品两个业态努力创收增效，力争实现更大的好转，切实提高公司业绩，感谢您的提问。

24、请问周总：全聚德也是国有企业，如何改变国企的经营

机制一直以来都是一个老大难问题,您怎么看?我对周总充满了期待,我期待全聚德这个百年老店能焕发生机、充满活力!!!

您好:全聚德集团既是上市公司也是国有企业,公司在发展过程中确实存在一定机制体制方面的问题。公司认真对标社会同行,分析自身存在的问题,未来主要将在三个方面努力寻找解决方案:一是提高公司在餐饮和食品产业的持续创新能力,使老字号品牌不断“焕新”;二是引入更加市场化的薪酬激励办法,激发管理团队转型升级、创收增效的内在动力;三是深挖文化价值,重视技艺传承,为老字号不断赋能,形成多品牌老字号的独特优势,感谢您的提问和关注!

25、@周总,公司一季度业绩是否受到一月各地疫情爆发影响?

您好:今年第一季度,随着客流恢复,叠加元旦、春节等传统消费旺季因素,餐饮市场加快复苏。公司营业收入同比增长49.39%,利润实现扭亏为盈,实现归属于上市公司股东的净利润917.4万元,增长119.40%。感谢您的关注和提问。

26、请问贵司在预制菜行业现在是销量第一龙头地位么

您好:目前预制菜行业参与企业众多,优势各异,但市场潜力巨大。公司将利用餐饮品牌优势,发挥食品、餐饮联动机制,积极布局预制菜市场,加快推动食品产业发展,感谢您的提问。

27、请问全聚德是否考虑应用AI技术,打造更符合现代人的烤鸭技术。

您好:公司一直持续关注数字化及人工智能的应用,未来我们还将不断创新和探索新技术的应用,为消费者带来美好的用餐回忆!感谢您的关注和提问。

28、公司能否创出历史新高?

您好:感谢您对公司的关注。二级市场股价表现受宏观经济环境、市场流动性、行业政策、企业经营等多种因素影响,公司会始终努力搞好生产经营,围绕发展目标持续改进发展措施,力争以更好的业绩回报投资者,感谢您的提问。

29、全聚德还在年报中坦言：“最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性。请问：公司未来会不会跨行业转型，或者“多条腿走路”，巩固餐饮主业的同时，在旅游方面一些拓展。谢谢，麻烦了。

您好：公司经营情况正常，最近一期审计报告为标准的无保留意见。公司坚持守正创新，落实公司“十四五”规划，确立了国内领先的多元化餐饮产业集团的战略定位，重点打造“产品+服务+场景”新格局，聚焦老字号精品门店打造，落实“一品一策一方案”，餐饮板块未来将形成正餐做精做优，团膳和休闲简餐适时拓展的业态组合；食品产业加快研发，将餐饮业务的品牌和烹饪技艺优势进行快速复制，把“餐饮产品食品化”落到实处；拥抱新零售、新媒体，推进数字化转型，提升运营效率；深挖文化，赋能品牌，积极传播正能量，推动全聚德在新常态下的可持续发展，感谢您的提问。

30、抖音经常刷到一些视频，说全聚德就餐服务态度差，希望公司进行调查落实是否属实，及改进措施

您好：公司非常关注顾客体验，立足“产品+服务+场景”新格局，聚焦老字号精品门店打造。在服务工作中，重新修订对客服务标准，精准把握顾客需求，因客而异，推出更多个性化服务，实现服务的灵活应变。开展特色场景服务，渲染餐厅氛围，邀请顾客参与互动，增强顾客到店用餐的仪式感和体验感。目前，门店服务口碑在商圈表现良好，特别是在京门店提质项目表现更加亮眼，纷纷跻身商圈榜单，感谢您的提问。

31、贵司预制菜仅涉及零售行业吗？是否与其他的餐饮品牌存在合作供应关系？

您好：公司目前预制菜除在零售端销售外，还对内部门店及关联企业实现 toB 销售。截至目前，公司与其他餐饮品牌暂不存在合作供应关系，感谢您的关注和提问。

32、请问周总：您对公司的未来有什么期待？

您好：公司将坚持理念升级、机制突破、创新求变的总体思

路，围绕老字号“守正创新”工作主线，采取餐饮产业“精耕细作”、食品产业“开疆拓土”的发展思路，坚持“一品一策”，做精做优餐饮业务，发力“餐饮产品食品化”，做强做大食品业务，通过多种方式积极向新兴领域延伸拓展，加快形成国内领先的多元化餐饮产业集团，努力成为更多人信赖和喜爱的美食生活服务商，感谢您的提问。

33、贵公司白酒有销量数据吗

您好：全聚德作为餐饮企业，重视满足消费者在就餐环节的综合需求，一直采取与专业制酒企业合作的方式推出自有品牌的白酒产品。为给消费者提供更多选择，公司在 2022 下半年拓宽产品线，采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，消费者反馈良好，销量持续增长，目前在餐饮终端门店销售占比较大。公司将继续加大门店销售力度，积极拓展线上线下分销渠道，努力提高酒类产品的销量，感谢您的关注和提问！

34、请问经理，全聚德白酒销售情况如何？有再定制生产吗？是否有收购白酒厂家的计划？

您好：全聚德作为餐饮企业，重视满足消费者在就餐环节的综合需求，一直采取与专业制酒企业合作的方式推出自有品牌的白酒产品。为给消费者提供更多选择，公司在 2022 下半年拓宽产品线，采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，消费者反馈良好，销量持续增长，目前在餐饮终端门店销售占比较大。公司将继续加大门店销售力度，积极拓展线上线下分销渠道，努力提高酒类产品的销量。感谢您的关注和提问！

35、请问现在股东人数是多少？

您好：公司一季度末股东总数为 55,928，年报期末股东总数为 58,802，感谢您的提问。

36、销售是公司的短板，全聚德的酒有的直营店居然没有销售的？比如秦皇岛店，服务员都不知道有这款酒，是不愁卖吗？

您好：全聚德作为餐饮企业，重视满足消费者在就餐环节的综合需求，一直采取与专业制酒企业合作的方式推出自有品牌的白酒产品。为给消费者提供更多选择，公司在 2022 年下半年拓宽产品线，采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，消费者反馈良好，销量持续增长，目前在餐饮终端门店销售占比较大。公司将继续加大门店销售力度，积极拓展线上线下分销渠道，努力提高酒类产品的销量。感谢您的关注和提问！

37、您好，董秘。贵公司近期是否有股东回馈？

您好：非常您对公司的关注，我们会适时举办更多的活动，回馈广大股东，感谢您的提问。

38、相比 21 年一季度营收利润如何

您好：公司一季度营业收入较 2021 年同期增幅 55.42%，利润实现大幅度扭亏，感谢您的提问和关注。

39、目前咱们加盟连锁这方面的管理有没有提升

您好：公司加盟管理实行落实“六统一、三严管”，即统一品牌形象，统一质量管理，统一全聚德特色菜品，统一鸭坯配送，统一关键岗位培训，统一信息化应用以及严管准入，严管督导和严管退出，全面加强特许加盟管理工作，感谢您的关注。

40、现在公司盈利达到百分之多少？

您好：今年第一季度，随着客流恢复，叠加元旦、春节等传统消费旺季因素，餐饮市场加快复苏。公司营业收入同比增长 49.39%，利润实现扭亏为盈，实现归属于上市公司股东的净利润 917.4 万元，增长 119.40%，感谢您的关注和提问。

41、请问有收购酒厂的计划么？近期有没有重大资产重组？

您好：截止目前公司未有相关上述应披露未披露事宜，感谢您的提问。

42、有没有准备推出鸭舌 鸭脖 鸭爪等零食系列小吃

您好：公司已有鸭类休闲食品上市销售，主要在天猫、京东等线上渠道销售，之后会对产品进行更新迭代，感谢您的提问。

43、建议公司来厦门开家直营店，厦门旅游城市，人流量巨大，前景可观

您好：感谢您对公司的关注和开店建议。

44、请问周总：公司对已经回购的股份将作何处理，是注销还是用于股权激励？

您好：公司已回购了部分股份，后续将根据实际情况对股权激励等事项做出安排，感谢您的提问与关注。

45、请问 公司在 2023 年里是否制定相应的目标计划？

您好：随着消费市场的复苏，公司一季度业绩已经取得了明显的回升，我们将全力以赴，在餐饮和食品两个业态努力创收增效，力争实现更大的好转，感谢您的提问。

46、股价大跌 公司没有市值管理团队吗

您好！二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

47、董事长，您好？请问一下，公司尾盘股票大跌，是否有利空消息未公布？如有，请公布。

您好！二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

48、公司菜品能不能有所创新，万年老三样，关键还不好吃，这不是奔着倒闭去的吗

您好：公司近几年持续坚持菜品创新工作，对于菜品研发，我们采取集团与门店两层研发模式，研究市场热点，着眼于产品趋势，研发菜品。门店着眼于所处商圈及客流需求进行研发。通过季度以及年度全面布局研发工作，实现品牌讲究菜、创新菜、常规菜以及时令菜、节庆菜等多方面同步研发推进，使创新菜品比例保持在不低于门店经营菜品的 15%左右。在京直营门店按季度开展创新评比工作，全年各门店提质、研发新菜品近 300 道并部分加入新菜单中，完成市场转化。感谢您的关注和提问。

49、您好，全聚德系列的预制菜今年的价格跟往年比有没有提价？

您好：公司将综合考量成本、销量、竞争市场等多方面情况对产品进行定价，以期实现最大的销售，感谢您的提问。

50、请问贵公司近期有收购计划么？

您好：截止目前公司未有相关上述应披露未披露事宜。感谢您的提问。

51、您好董事，贵公司是否考虑灵活布局科技赛道，将老品牌和新技术结合，打造科技烤鸭，Ai 餐饮服务等全新科技。

您好：公司持续关注数字化及人工智能的应用，目前消费者在公司旗下门店就餐，均可通过移动端手机自助扫码完成点餐、结算等功能，同时微信、小程序（微信小程序和支付宝小程序）也可以进行扫码点餐、自助加菜，支持自助结算、支付评价和智能识别会员。公司还将不断创新和探索，用更有趣、周到和带有科技感的用餐体验，为消费者带来美好的用餐回忆！感谢您的关注和提问。

52、你好，能谈谈公司全聚德酒类的销售情况吗？

您好：为给消费者提供更多选择，公司一直销售自有品牌白酒。2022 下半年为拓宽产品线，公司采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，业务占比较小。公司将坚持守正创新，继续做好餐饮及餐饮产品食品化业务，感谢您的提问。

53、贵公司是否运用 chatgpt？

您好：公司持续关注数字化及人工智能的应用，目前消费者在公司旗下门店就餐，均可通过移动端手机自助扫码完成点餐、结算等功能，同时微信、小程序（微信小程序和支付宝小程序）也可以进行扫码点餐、自助加菜，支持自助结算、支付评价和智能识别会员。公司还将不断创新和探索，用更有趣、周到和带有科技感的用餐体验，为消费者带来美好的用餐回忆！感谢您的关

注和提问。

54、贵司能说明一下你们的酱香酒目前是什么情况？

您好：为给消费者提供更多选择，公司一直销售自有品牌白酒。2022 下半年为拓宽产品线，公司采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，业务占比较小。公司将坚持守正创新，继续做好餐饮及餐饮产品食品化业务。感谢您的提问。

55、疫情结束后现在公司业绩怎么样

您好：今年第一季度，随着客流恢复，叠加元旦、春节等传统消费旺季因素，餐饮市场加快复苏。公司营业收入同比增长 49.39%，利润实现扭亏为盈，业绩实现回升，感谢您的关注和提问。

56、一个卖烤鸭的 社保三千多人 这是有大问题阿 开除一些拿钱不干活的人业绩不就上去了吗

您好：公司加强人工成本管控，助力企业降本增效，各餐饮门店根据自身经营情况，灵活安排排班，按需控制上岗人数。根据经营情况变化，管控各企业岗位人员使用、人均劳效、人工成本等，实现降本增效。各门店根据市场环境和经营需要，合理安排和调派人员上岗，最大限度节省了人工成本，感谢您的提问。

57、去年新开了几家门店，经营情况怎么样？

您好：按照“十四五”规划的发展计划，公司保持适度发展规模，新开 3 家全聚德、1 家四川饭店。在北京地区，开设全聚德佳亿店，菜品、环境更加贴合年轻消费群体，入榜大众点评榜单所在商圈“北京菜环境榜第 1 名”；在武汉地区，开设全聚德武汉沙湖路店，门店最高上座率达到 123%，经营趋势良好，为进一步拓展和布局武汉市场奠定了良好基础。在成都地区，开设全聚德成都科华中路店，11 月正式对外营业，是首家进驻西南区域综合购物中心的全聚德门店，环境时尚简约、菜品京味十足，搭配本地特色川菜，深受当地人群喜爱。在沈阳地区，全聚德沈阳店探索双品牌错位经营，吸引了不同消费客群，有效控制

成本，实现收入增长，感谢您的提问。

58、领导，您好！我来自大决策公司一季度经营比去年实现扭亏为盈，请问哪些方面实现了盈利增长呢？

您好：今年第一季度，公司营业收入同比增长，利润实现扭亏为盈，公司旗下餐饮、食品业务均实现增长。感谢您的关注和提问。

59、公司还有多少现金？够今后的扩张的吗？会进行再融资吗？

您好：截止一季度末，公司账面货币资金余额 16,801 万元，公司将结合未来发展计划设计融资安排，感谢您的关注！

60、希望你们这群管理层好好干，拿出来一点担当，百年老店的招牌，不能砸了

您好：感谢您的关注。

61、贵公司抖音开播吗？怎么不见贵公司抖音推广

您好：公司十分重视年轻客户群体，通过加强与抖音等媒体平台合作，面向年轻客群开展多种形式的品牌营销，包括：通过开展直播业务，进行线上引流，将平台的公域流量沉淀到私域。打造“萌宝星厨”传播矩阵，在抖音平台以线上直播、老字号品牌故事短视频等多种方式聚集粉丝，进行品牌营销。通过各种举措，全聚德及各子品牌在抖音平台的关注度提升明显。据抖音平台相关数据，“全聚德”搜索量达 3.5 亿次、全聚德烤鸭达 6100 万次、丰泽园达 3570 万次、仿膳达 700 万次、四川饭店达 665 万次。自 2022 年 3 月起，全聚德在抖音平台共直播 36 场，时长累计 300 小时，观看人数累计近 180 万，其中成交用户 95%以上为北京本地的年轻消费者。感谢您的关注和提问。

62、公司有雷？

您好：二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

63、一季度扭亏为盈，4 月门店经营整体情况怎样？全年预

计可否恢复到疫情前水平

您好：随着消费市场的复苏，公司一季度业绩已经取得了明显的回升，4月份门店经营已恢复到较好水平。我们将全力以赴，在餐饮和食品两个业态努力创收增效，力争实现更大的好转，感谢您的提问。

64、现在公司有自主的白酒产品吗

您好：为给消费者提供更多选择，公司一直销售自有品牌白酒。2022下半年为拓宽产品线，公司采取委托加工方式新推出两款全聚德定制酱香型白酒，年底在全聚德天猫旗舰店等线上平台及京内京外各家门店上市销售，业务占比较小。公司将坚持守正创新，继续做好餐饮及餐饮产品食品化业务，感谢您的提问。

65、我只想知道业绩没暴雷吧？

您好：二级市场股价受多种因素影响，公司将始终努力搞好生产经营，围绕发展目标持续改进发展措施，力争以更好的业绩回报投资者，感谢您的提问。

66、为什么不招各地代理商，我们山东这里超市见不到一款全聚德产品？不愁卖吗？还是停留在以前等人上门吗？

您好：公司原有产品的销售渠道主要集中在北京地区。随着公司食品类产品的不断更新及推出，公司将持续开拓食品销售渠道，以北京市场为主，向全国范围延伸，同时大力拓展电商业务，拓宽销售领域，感谢您的提问。

67、看到报道，贵司在数字化方面有很多措施，请介绍一下？

您好：近年来，公司在数字化方面深入推进各项工作，一方面，调整优化美团、饿了么外卖双平台，持续完善微信商城“全记货铺”的服务体系。另一方面，初步完成财务共享平台建设，对传统财务活动进行全方位再造，全力推进财务共享平台建设，目前线上报账、电子影像、发票验真、财企直联等主要功能模块已上线，初步完成了公司财务共享平台建设。此外，公司还搭建和完善品牌数字化传播体系，打造“萌宝星厨”直播间和萌宝星厨团队传播矩阵，上线全聚德展览馆 VR 体验馆，发售盲盒数字

藏品等。感谢您的关注和提问。

68、公司有这么多产品，回馈股东活动为啥没有白酒，只有几款预制菜？这是个很好的机会让股东多了解公司产品线。

您好：今年春节期间，公司为答谢广大股东长期以来对公司的关心和支持，举办了全聚德股东回馈活动，受到股东的欢迎，我们今后还会适时举办更多的活动，同时扩大产品范围，回馈广大股东，感谢您的提问。

69、春节回馈股东活动效果好吗？为啥不多搞几次？三八节，清明节，端午节，中秋节……不愁卖吗？还是怕股东赚便宜？

您好：今年春节期间，公司为答谢广大股东长期以来对公司的关心和支持，举办了全聚德股东回馈活动，受到股东的欢迎，我们今后还会适时举办更多的活动，回馈广大股东，感谢您的提问。

70、第一季度是盈利的吗，盈利多少

您好：今年第一季度，随着客流恢复，叠加元旦、春节等传统消费旺季因素，餐饮市场加快复苏。公司营业收入同比增长49.39%，利润实现扭亏为盈，实现归属于上市公司股东的净利润917.4万元，增长119.40%，感谢您的关注和提问。

71、面对这么好的市场，公司一季度确实实现了盈利，作为投资者我们对全年经营还是有信心的，想问问周总经理您今年在餐饮和食品两个方面准备怎么努力创收？

您好：2023年公司将围绕高质量发展，集中精力做好以下几方面工作：在餐饮板块方面，深化门店升级、菜品创新等重点项目落地，实现新店高效运转，持续加强菜品管理，坚持不懈提升服务质量，大力拓展团膳赛道；在食品板块方面，通过产品升级、爆款打造，不断完善预制菜产品结构，同时加强渠道拓展，降本控费与提升品质；此外，还将通过强化管理激发发展新动能，主要包括：1. 创新营销，加强宣传，提升品牌影响力；2. 贴近市场，优化考核，完善激励机制；3. 严格审查，规范管理，提升加盟企业运营水平；4. 改善基本面，加强市值管理；5. 规范有序，

确保运营生产安全等。具体可参考公司 2022 年年报的“2023 年度经营计划部分”，感谢您的关注和提问。

72、五一预计怎么样

您好：公司为五一的到来做了多方面准备，准备预热工作已经启动，力争取得良好销售业绩。餐饮方面公司已与抖音本地生活平台深入合作，围绕品牌宣传、大师专访、达人探店、直播带货、配送到家等相关内容，开展本年度的抖音平台营销活动。全聚德品牌在京直营门店将推出 2023 版统一菜单和季菜单，新版菜单将进一步优化提升讲究菜，丰富充实创新菜。食品销售方面公司将参加 2023 年“京企直卖——国企消费季”活动，通过线下现场展卖、线上销售，全面展示公司优质传统精品，如全聚德烤鸭、京味糕点、丰泽园熟食、文创产品等，丰富国企消费季产品品类，扩大老字号品牌、创新产品的影响力。在线上店铺活动方面，公司京东自营旗舰店和天猫旗舰店都将参加所在平台举办的各类五一期间推广和促销活动，不断拓宽线上销售渠道，提高品牌曝光量并促进销售。感谢您的关注和提问。

73、公司今年业绩预测会是什么情况

您好：随着消费市场的复苏，公司一季度业绩已经取得了明显的回升，我们将全力以赴，在餐饮和食品两个业态努力创收增效，力争实现更大的好转，感谢您的提问。

74、做好五一节假日的准备工作了吗？怎么准备的？

您好：公司为五一的到来作了多方面准备，准备预热工作已经启动。餐饮方面公司会继续与抖音本地生活平台深入合作，围绕品牌宣传、大师专访、达人探店、直播带货、配送到家等相关内容，开展本年度的抖音平台营销活动。全聚德品牌在京直营门店将推出 2023 版统一菜单和季菜单，新版菜单将进一步优化提升讲究菜，丰富充实创新菜。食品销售方面公司将参加 2023 年“京企直卖——国企消费季”活动，通过线下现场展卖、线上销售，全面展示公司优质传统精品，如全聚德烤鸭、京味糕点、丰泽园熟食、文创产品等，丰富国企消费季产品品类，扩大老字号

品牌、创新产品的影响力。在线上店铺活动方面，公司京东自营旗舰店和天猫旗舰店都将参加所在平台举办的各类五一期间推广和促销活动，不断拓宽线上销售渠道，提高品牌曝光量并促进销售。感谢您的关注和提问。

75、第一季度业绩提升了吗

您好：今年第一季度，随着客流恢复，叠加元旦、春节等传统消费旺季因素，餐饮市场加快复苏。公司营业收入同比增长49.39%，利润实现扭亏为盈，感谢您的提问。

76、文字直播？

您好：公司业绩说明会以文字互动形式直播，3点已经开始。感谢您的关注。

77、没有直播啊

您好！业绩说明会已经开始，感谢您的关注。

78、贵司各品牌预制菜的销售中，全聚德品牌是卖的最好的吗，该品牌目前只卖片制烤鸭吗？

您好：是的，全聚德品牌是卖的最好的。目前全聚德品牌不只有手工片制烤鸭系列预制菜产品，还有冷冻酱鸭、鲍鱼红烧肉、糖醋排骨等预制菜产品。同时公司也在积极推进其他品牌预制菜产品的上市、销售工作，力争达到预制菜各品牌均衡发展，感谢您的提问。

79、还没开始？

您好！业绩说明会已经开始了，感谢您的提问。

80、贵司在 2021 年年报披露了手工片制烤鸭的销售额情况，但 2022 年年报没有继续披露，请问是何原因？

您好：2022 年公司对全聚德三元金星食品公司熟食车间进行改造，申请食品生产许可“速冻调制食品”增项，进一步释放食品生产产能，2022 年公司手工片制烤鸭全系列产品销售约 12 万只，感谢您的提问。

81、贵司预制菜的销售平台是天猫、京东、自家线上商城、抖音店铺，这几个渠道吗？目前哪个渠道卖的最好？

	<p>您好：是的，预制菜现在主要集中在线上平台，同时线下商超、社群电商、包括餐饮门店也有售卖。目前公司京东自营旗舰店销售非常不错，感谢您的提问。</p> <p>82、贵司预制菜品牌的销售情况如何？</p> <p>您好：公司利用餐饮品牌优势，发挥食品、餐饮联动机制，建立以全聚德品牌为主，集合川老大、丰泽园的老字号品牌矩阵，围绕各品牌定位，采取多品牌、分步骤上市策略，目前已有 30 个品类的预制菜和熟食品产品走向市场，销售势头良好。重点单品包括全聚德手工片制烤鸭、新品 900 克酱鸭、丰泽园酱香肘子、丰泽园四小碗等产品，上市后销售数量破 10 万袋，在主流电商平台热门评价数达到 5 万+，相关好评度和复购率得到大幅提升，感谢您的关注。</p> <p>83、开始了么</p> <p>感谢您的提问和关注！全聚德 2022 年度业绩说明会已经正式开始！感谢您的关注。</p>
附件清单（如有）	
日期	2023-04-21