

证券代码：002820

证券简称：桂发祥

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-02

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	信达澳亚基金 杨珂 方正证券 张东雪 东北证券 王铄 新华基金 夏旭 国金基金 董广达 银华基金 张舰 个 人 白世亮 刘易知	中金公司 沈旻 中银国际 周源 富国基金 徐哲琪 嘉实基金 李亨通 津投资本 郭元庆 刘劲焱 野村资管 黄佳斌 刘体劲
时间	2023-5-19（周五）下午 15:00-17:00	
地点	天津市河西区洞庭路 32 号公司二楼会议室	
上市公司接待人员姓名	董事长 李路 董事会秘书 黄靓雅 证券事务代表 乔璐	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、签署《调研来访承诺书》</p> <p>二、参观公司十八街麻花文化馆，了解公司基本情况</p> <p>三、互动问答</p> <p>问题 1. 请问公司在天津以外的市场会有具体的扩张计划吗？华北市场老字号众多，桂发祥在外地发展有什么优势？</p> <p>答：对天津以外市场的开发，公司制定步骤计划，完善团队组建、经销商管理体系，并先以北京、上海市场开局，开发经销、商超渠道与开设直营店并行，因地制宜选择合适的拓展方式；在华北</p>	

地区桂发祥品牌知名度相对较高，积累了一定的消费者基础，公司将继续发挥品牌、产品优势，逐步拓展周边及全国。

问题 2. 请问从产品角度看，除了麻花大单品，公司对产品有什么规划？休闲麻花的主要销售渠道有哪些？主打什么消费场景？线上渠道是主打京东淘宝传统电商，还是也会考虑抖音等短视频电商？

答：麻花产品下一步要发力休闲市场，将基本能实现自动化生产的 8g 夹馅麻花作为主推产品，通过经销、线上渠道推向全国市场、提升销售占比。休闲麻花主要区别于礼品类产品，用于休闲自食，其规格、包装更灵活、多样，可以适用于多种日常休闲场景。除了淘宝、京东等传统电商，下一步会大力开发抖音平台，目前各项工作正在有序推进。

问题 3. 过去经销商渠道占比不高、发展不快，未来如何看待经销商渠道？直营和经销的产品价格体系是否都一样？天津以外市场会不会加大经销商的招募力度？

答：天津区域的经销商主要以销售具备特产礼品属性的产品为主，过去几年由于外部因素影响，销量下降，经销渠道占比和经销商数量有一定的萎缩。经销渠道和直营渠道的价格体系是不同的，直营店对于整体市场价格的把控、杜绝市场乱象有重要作用。今年，经销渠道一方面做好天津本地市场的恢复，针对市场复苏特点，将重点对旅游景区、酒店渠道、便利店等加强完善和开发，加大对经销商的扶持，建立更加密切协作关系；另一方面天津以外市场首先通过北京、上海两个区域向周边进行辐射，北京上海两地已设立销售公司，可以更好的服务支持区域内经销商。

问题 4. 线上渠道未来是如何规划的？

答：在巩固传统电商的基础上，全面入驻抖音平台，传统电商和新兴电商之间协同作战，将企业文化传播与品牌推广相结合，提升消费者的品牌认知。以休闲化产品、糕点产品主打线上渠道，一是有针对性地进行休闲化产品开发，极大丰富线上产品品类，

提升上新规模和上新频率，新品定位区隔线下产品，补充传统电商品类；二是瞄准中式糕点线上渠道发展空间，充分发挥品牌优势，开辟线上渠道糕点业务，开发大众休闲类的糕点；三是与专业团队合作重点开发抖音平台业务，开展直播带货、口碑传播等多种形式的线上营销活动，造势发声，提升品牌知名度，逐步强化桂发祥产品市场形象，促进流量转化、电商渠道业务增长，同时反哺线下共同增长。

问题 5. 公司具备品牌优势，计划进入新兴的零食连锁系统吗？

答：零食连锁系统等相关渠道公司一直都有关注，在南方市场比较活跃，公司将结合市场情况，主动积极对接合作。

问题 6. 公司作为区国资委旗下的公司，是否有自上而下的考核？未来是否计划推出股权激励？

答：公司作为天津市最早一批进行国企混改的企业，在公司治理和经营层面市场化程度已经非常高，公司拥有较为充分的自主经营权。国资委更多的是从国有资产监管的角度履行出资人职责，支持公司发展。公司自身重视对人才多元化的激励方式，近几年由于外部环境影响，激励指标和考核条件的连续性受到一定影响，公司将结合经营发展需要，匹配战略目标的实现，在符合针对国有企业相关要求的情况下，推动实施激励计划。

问题 7. 看到公司直营店已经在销售天津老字号相关产品，请问老字号品牌集合店和现有直营店的区别是什么？

答：公司将在数千平米的桂发祥南楼食品广场划出一部分区域进行试点，将其打造为老字号品牌集合店。区别于平均 200 平方米左右直营店的经营模式，在直营店主要是由公司采购后进行销售，老字号品牌集合店的经营模式会更加灵活，将联合天津地区老字号、引进优质特色品牌、非遗产品乃至全国优质产品，以天津地域特色和老字号传统文化为内核，建设文化特色场景沉浸式消费体验中心，打造天津文旅消费特色商业综合体。

问题 8: 对天津老字号资源的整合是商业上的合作还是资本层面

	<p>的合作？</p> <p>答：前期是商业合作，后期对于协同好、增长快的非遗企业，可以考虑利用资本手段快速撬动规模，培育业绩增长点。</p> <p>问题 9. 公司目前是否有意向投资并购的项目，主要方向是什么？</p> <p>答：公司从上市以来一直在积极寻找与食品行业上下游及销售渠道等相关标的，如有达到披露标准的项目将及时披露。公司将基于主业发展和战略拓展需求，继续寻求适宜的投资并购标的。</p> <p>问题 10. 公司将采取哪些措施进一步提升直营店坪效？</p> <p>答：近三年受外部环境影响，直营店坪效有所下降，随着市场的复苏将会对直营渠道业务回升有所促进。公司将深化直营店运营管理，多手段提升盈利能力：一是提升直营店服务质量和水平，精益管理、改善面貌；二是进一步梳理直营店分类，针对不同类型的直营店，相应进行定位、产品布局等方面差异化管理，比如在旅游景区增加具备旅游特产属性的产品，相应降低外采食品占比，不会造成店铺千篇一律；三是提升公司自产产品的产品力，对产品分类进一步梳理、优化。总体来说就是以多手段实现客流量、客单价双提升。</p> <p>问题 11: 公司对销售人员配置及激励方案有没有什么变化？是否存在内部考核比较单一的情况？</p> <p>答：公司针对不同渠道、不同部门及不同岗位制定了多元的考核方式和指标，并且根据业务、渠道的变化和拓展不断完善，优化全员绩效考核，探索多种激励手段，调动员工积极性。加大绩效考核力度也是今年的重点工作之一。</p> <p>问题 12. 一季度业绩大超预期，全年业绩预计恢复到什么水平？</p> <p>答：目前预算数据为营业收入 4.6 亿，净利润 6,000 万，公司会按照这个目标去努力。</p> <p>问题 13. 公司休闲类产品未来 3-5 年是怎样规划的？目前招商情况和原有的经销商重合度高吗？</p>
--	--

答：公司“休闲”系列产品主打线上渠道，一是有针对性地进行产品开发，极大丰富线上产品品类，提升上新规模和上新频率，快速响应、扩充市场，二是与专业团队合作重点开发线上渠道，开展直播带货、口碑传播等多种形式的线上营销活动，造势发声，提升品牌知名度，逐促进流量转化、电商渠道业务增长；三是以北京、上海子公司为阵地，积极开发线下经销商，推广全国。线上及经销渠道的铺货都需要周期，目前尚在试推广的过程中。以前的经销商更偏向于销售具备特产礼品属性的产品，公司休闲类产品正在积极向线上渠道及线下经销商倾斜，加快拓展休闲食品渠道。

问题 14. 对于未来公司在北京和上海的经营，与本地市场有什么区别？

答：公司会进行差异化经营，在天津主要经营具备特产礼品属性的产品；在北京和上海主推休闲类产品，公司已设立销售公司，自身已积累多年的消费者基础，叠加销售公司可以更好地服务、支持经销商。

问题 15. 相比 2019 年，财务预算净利润率较低的原因是什么？

答：公司制定预算方案，充分考虑了市场消费复苏、消费信心恢复程度、消费意愿变化等多重因素，并结合公司实际经营情况，相比 2019 年，油、面、糖、以及包材等主要原材料及人力成本的上升，同时直营店数量有所增加，整体成本费用增长较大。

问题 16. 公司考虑将产品进行提价吗？

答：公司目前没有系统性提价计划，将紧密关注市场情况，在产品升级换代时，对于部分产品，通过改良产品工艺、提升产品档次等角度提升附加值等手段调整价格。

问题 17. 公司现金比较充裕，对现金的运用有什么规划，有没有打算进行投资并购？

答：公司一方面根据战略规划和生产经营计划安排合理利用资金，按计划投入募投项目，同时也在积极寻求合适标的，考虑择

<p>机收购，暂时闲置自有资金进行现金管理以提高资金使用效率。</p> <p>问题 18: 公司销售费用率在行业里处于偏高水平, 原因是什么?</p> <p>答: 区别于其他以经销为主的食品企业, 公司销售方式以直营为主, 销售费用里涵盖了开设直营店所需的人员、租金等固定费用, 因而销售费用率相对较高。</p> <p>问题 19. 了解发现公司订单量较多的时候, 可能会出现生产效率不高导致难以满足市场需求的问题, 今年公司将针对这方面加大改革力度吗?</p> <p>答: 近年来公司在提升工艺、设备升级方面投入大量精力和资金, 在保证食品安全、食品质量及口味口感的前提下, 自主研发、有选择性地对休闲类麻花及部分糕点实现自动化生产, 从而提升产能和生产效率, 为下一步扩充休闲麻花和糕点的市场规模奠定基础。</p> <p>问题 20: 公司主要原材料面、油、糖、包材, 去年尤其到下半年是一个比较高位的情况, 今年来看的话, 比起去年是能压力稍微缓解一些吗?</p> <p>答: 公司原材料成本受大宗商品价格波动影响, 短期价格趋势尚不说明全年整体情况。</p> <p>问题 21. 请介绍一下空港生产基地生产线的计划和进度?</p> <p>答: 空港计划建成 10 条麻花生产线, 目前已建成 6 条。</p> <p>问题 22. 公司会引进新的营销团队来帮助企业发展吗?</p> <p>答: 我们是一个开放、包容的企业, 公司会根据经营管理需要持续引进适合企业发展的优秀人才, 完善运营团队。</p> <p>问题 23. 五一节假日公司销售情况如何?</p> <p>答: 与其他食品相比, 公司主营产品具有特产礼品属性, 和旅游行业相关度相对较高, 消费和旅游市场的恢复对公司发展起着积极作用。</p> <p>问题 24: 针对外地游客, 公司有没有推出产品组合装?</p> <p>答: 根据不同的受众, 销售人员会根据消费场景推荐不同的产品</p>
--

	<p>组合，减少消费者购买的盲目性，通过不同产品搭售，平衡不同产品价值，提升客单价和毛利率，同时展示产品多样性，起到品牌宣传的作用。</p> <p>问题 25. 贵公司近年管理层变动较多，请问董事长上任以来，如何保证战略方向的稳定性及团队士气？</p> <p>答：当前公司管理层有着丰富的管理经验，团队整体年龄结构合理，有着饱满的工作热情和活力。公司将根据经营目标制定完善考核机制，紧盯公司业绩，将企业百年文化精髓融入生产经营工作中，共同努力将企业做大做强！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023-5-22