

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：2023-06

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
活动参与人员	全景网（ https://rs.p5w.net/html/139574.shtml ）交流互动网友	
时间	2023年9月5日（周二）下午 15:10-16:40	
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	
形式	线上交流	
上市公司接待人员姓名	董事长 李路 副总经理/财务总监 蒋桂洁 董事会秘书 黄靓雅	
交流内容及具体问答记录	<p>问题 1.公司在 2023 年上半年的主要经营情况是什么？</p> <p>答：您好，感谢关注。2023 年上半年，公司强化外抓内管，充分把握消费市场、旅游市场复苏机遇，提质增效，精细化管理，营业收入大幅提升，业绩扭亏为盈，实现营业收入 2.6 亿元，净利润 4013 万元。谢谢！</p> <p>问题 2.老字号品牌集合店的主要特点和定位是什么？</p> <p>答：您好，感谢关注。公司以桂发祥南楼食品广场为载体，将其打造为承载城市记忆和情怀的老字号品牌集合店：一是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；二是构建集食品品鉴、文化创意、社群等功能为一体的地方特色食品多元融合消费场景，同时配合线下文旅</p>	

	<p>宣传、线上多媒体直播活动等全方位营销手段，打造天津文旅消费特色商业综合体。谢谢！</p> <p>问题 3.公司的线上自营渠道包括哪些平台？</p> <p>答：您好，感谢关注。公司在天猫、京东（POP 店铺）、天猫超市、有赞商城、快手、国网电商等第三方平台开设自营店铺。</p> <p>问题 4.老字号品牌集合店的建设对于公司经营模式有何影响？</p> <p>答：您好，感谢关注。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 平米左右直营店的经营模式，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。谢谢！</p> <p>问题 5.直营店在公司的销售中扮演了什么样的角色？</p> <p>答：您好，感谢关注。直营店是公司销售收入和销售利润来源的主要贡献渠道，也是公司品牌和传统特色休闲食品文化宣传的重要阵地，更是公司重要的核心优势。公司将继续强化“生产+品牌+渠道”一体化优势，增加店铺布点、升级老旧直营店，提升直营渠道的盈利能力。谢谢！</p> <p>问题 6.公司在 2023 年上半年的销售策略对于全年预算目标的实现有何影响？</p> <p>答：您好，感谢关注。2023 年上半年，公司强化外抓内管、内外兼修，充分把握消费市场、旅游市场复苏机遇，提质增效，精细化管理，实现了业绩显著增长。2023 年上半年营业收入、净利润分别完成 2023 年度预算指标的 57%、67%，为全年实现预算目标奠定了坚实基础。谢谢。</p> <p>问题 7.公司在抖音等新电商平台上采取了哪些具体的销售推广方案？</p>
--	--

答：您好，感谢关注。在巩固传统电商的基础上，公司将加强对新兴电商平台的投入，全面建设完善电商平台业务，一是制定整体宣传、引流策略，提升现有平台的关注度，包括与头部达人、推广机构、优质博主等合作引流种草，多电商平台联动，承接溢出流量，配合用户消费习惯完成销售转化；二是拓展新兴电商平台渠道，重点开发抖音、拼多多及视频号三个平台，与专业第三方团队合作，开设自营店铺及直播间，运用直播带货、短视频推介等多种形式开展线上营销活动；三是以休闲化产品、糕点产品主打线上渠道，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。

问题 8.公司的直营店主要分布在哪些区域？

答：您好，感谢关注。直营店是公司销售的重要组成部分，截至报告期末，公司在天津设有 60 家直营店及 1 家食品主题综合商场。谢谢。

问题 9.直营店的产品主要具备哪些特性？

答：您好，公司直营渠道产品包括主要产品包括麻花、糕点及方便食品、OEM 产品、外采食品四大类，其中前三类为自有品牌产品。麻花是公司主打产品，其制作技艺被评为国家非物质文化遗产，具有较高的市场认可度和美誉度。糕点及方便食品主要为传统中式糕点、节令食品，以及新开发的嘎巴菜、茶汤等“天津风味”特色方便食品。OEM 产品是委托加工产品，目前已经形成津京有味传统小食、甘栗、栗羊羹、杂粮等系列产品。外采食品是为丰富直营店品类，外采的其他品牌天津特产以及休闲类零食、民生类粮油副食、烟酒等产品。谢谢！

问题 10.公司线上直播业务进展如何？请详细说说。

答：您好，感谢关注。公司天猫等传统电商平台的直播活动在持续开展中，抖音等新兴电商平台业务起步较晚，销售体系仍在持续完善中，下一步将继续提升上新规模和上新频率，直播活动敬

请关注，感谢您的支持！谢谢。

问题 11.公司的零售业务主要包括哪些部分？

答：您好，感谢关注。公司的零售业务主要为直营店和线上自营渠道两部分，销售模式为直销。直营店是公司销售的重要组成部分，主要经营公司自有品牌产品和其他外采特色食品，截至报告期末，公司在天津设有 60 家直营店及 1 家食品主题综合商场，其营业收入占比约 74%；线上自营渠道包括天猫、京东 POP 店铺、有赞商城、快手等第三方平台的自营店。谢谢。

问题 12.公司的电商渠道调整思路是什么？

答：您好，感谢关注。公司拟全面建设完善电商平台业务，一是制定整体宣传、引流策略，提升现有平台的关注度，包括与头部达人、推广机构、优质博主等合作引流种草，多电商平台联动，承接溢出流量，配合用户消费习惯完成销售转化；二是拓展新兴电商平台渠道，重点开发抖音、拼多多及视频号三个平台，与专业第三方团队合作，开设自营店铺及直播间，运用直播带货、短视频推介等多种形式开展线上营销活动；三是匹配营销网络建设需求，加大品牌宣传推广力度，包括与各类专业媒体合作、线上线下品牌广告推广、开发品牌文化周边、全国性品牌宣传活动等，推动品牌推广及品牌年轻化战略执行落地，全方位提升品牌知名度。谢谢。

问题 13.公司在增加品牌露出方面采取了哪些策略？

答：您好，感谢关注。2023 年上半年，公司参加全国性、老字号及消费品相关专业大型展会二十余场，着眼于全国市场进行品牌展示和文化传播，现场表演搓制技艺引起轰动、媒体争相报道，充分展示作为中华老字号、国家级非物质文化遗产的深厚底蕴与发展潜力。助力天津建设国际消费中心城市，作为天津老字号会长单位充分发挥品牌优势和引领作用，积极参与达沃斯等商务活动，针对商旅会展活动着力宣传。谢谢。

问题 14.在天津区域，公司的直营店相对于其他食品类零售业态

有哪些竞争优势？

答：您好，感谢关注。目前公司在天津设有 60 家直营店以及 1 家食品主题综合商场，以销售公司自有品牌、自产产品为主，包括“十八街”系列麻花、特色糕点等中华传统美食、特色休闲食品，以直营方式布点有一定的品牌溢价能力和较好的质量控制保证。公司直营店在天津区域品牌影响力强，网点覆盖面较广，产品种类丰富，竞争优势突出。谢谢。

问题 15.请问董事长，公司股价从 60 多元，连续调整 7 年，至今只有 10 元左右，是什么原因造成的？

答：您好，感谢您的关注和鞭策。二级市场股票价格波动受多方面因素影响。公司重视并致力于以企业价值为核心的长远发展，董事会管理层将竭尽所能，为实现公司和股东价值的最大化不懈努力，回报投资者的支持和殷切希望。谢谢！

问题 16.公司在旅游市场复苏方面采取了哪些具体的措施？

答：您好，感谢关注。公司积极迎合旅游市场复苏，推出品牌文化附加值高、产品组合多样、包装档次提升的旅游系列产品及商务礼盒类产品，重点在旅游商区进行促销；对重点商区和旅游景区的门店、经销网点进行提前布局，加强支持和销售引导；同时与政府促进消费、繁荣市场的重要举措同频共振，积极参与本地促进旅游消费活动，拓展销售渠道，累计参加全国性、老字号及消费品相关专业大型展会二十余场，助力天津建设国际消费中心城市，作为天津市老字号协会会长单位充分发挥品牌优势和引领作用，积极参与达沃斯等商务活动，高效增加品牌露出，助力销售业绩提升。谢谢！

问题 17.公司在 2023 年上半年是如何把握消费市场和旅游市场的复苏机遇的？

答：2023 年上半年，公司强化外抓内管，充分把握消费市场、旅游市场复苏机遇，提质增效，精细化管理。对外，积极做好主营业务的恢复和稳步提升：一是产品端，针对年节旺季、旅游市场

优化升级礼品类产品，响应市场需求；二是渠道端，重点加大旅游景区、热点商区的直营店优化，以及对经销商的扶持和开发；三是多维度增加品牌露出，参加各地展会、媒体宣传等活动，着眼于全国市场进行品牌展示和文化传播。对内，坚持提质增效，强化先进的生产管理模式、严格的生产过程与产品质量控制，规模化生产优势得以体现；递进式提升直营店运营管理标准，持续改善服务质量。综上，通过内外兼修的策略，公司 2023 年上半年实现了业绩显著增长。谢谢！

问题 18.请问董事长，公司电商（抖音、淘宝）直播带货为什么一两年都做不起来？是公司领导对这块不重视还是缺钱、缺人才？

答：您好，感谢关注。公司作为中华老字号企业，产品具有特产礼品属性，以天津区域直营门店和经销商为主要销售渠道，奠定了较好的发展基础。公司逐步丰富产品品类，今年确立了电商渠道主打“休闲”产品的思路，开发更多休闲类麻花、新式休闲糕点产品，专供线上；对电商渠道进行统一规划和布局，转变电商运营思维，拓展新的营销手段和管理方式，对全渠道有规划、有分工、有步骤地进行流量投放，借力新平台的开拓，与传统电商平台形成合力，提升销售能力，加快走向全国市场的步伐。谢谢！

问题 19.有关注到公司销售渠道依然走的是传统的零售渠道和传统网店，销售也只停留在天津及周边区域，这样的销售方式对公司业绩增长非常不利，营业收入自然只能停滞不前，公司是否可以考虑网红直播带货（比如东方甄选、罗永浩等）、自营（抖音、淘宝）直播带货、社区团购、拼多多、京东等平台来拓宽销售渠道？别总把钱存银行理财，业绩增长要实打实的投入才行。最后，希望公司多多开发符合年轻人口味的新品。

答：您好，非常感谢您的关注和诚挚建议。公司将加强电商业务投入，加快新品开发、积极利用新营销方式，吸引更多年轻人和新消费群体。谢谢！

	<p>问题 20.请问公司手握巨额现金一直在做短期理财，后期在整合天津传统老字号品牌上有何计划！</p> <p>答：您好，感谢您的关注。公司一直重视现金管理的风险控制，暂时闲置的资金选择短期、保本型的理财产品；既保证资金的安全性又能适度的提高资金的使用效益。公司作为天津老字号协会会长单位，将与老字号企业共同发展，积极开展商业合作；同时，公司将持续寻找协同好、增长快的优质标的，择机并购拓展外延，培育业绩增长点。谢谢！</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023年9月5日</p>