

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：2024-03

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
活动参与人员	华鑫证券 孙山山 平安证券 张晋溢 中银国际 邓天娇 周源 中信证券 赵康 东北证券 周建伟 阚磊 中信建投 高诚伟 高畅 津投资本 郭元庆 刘劲垚 华福证券 李妍冰 东方财富 李玉鹏 国信证券 王惠星 个 人 白世亮	
时间	2024年5月24日（星期五）上午9:30-11:30	
地点	天津市河西区洞庭路32号公司二楼会议室	
形式	现场交流	
上市公司接待人员姓名	董事长 李路 总经理 龙剑 董事会秘书 黄靓雅 证券事务代表 乔璐	
交流内容及具体问答记录	1.未来发展规划及预算目标 公司以“特色礼品筑牢发展根基、休闲产品开辟全国市场”为战略主线，“礼品”精益求精、彰显传统技艺，“休闲”增添品牌活力、拓展全国市场，通过“传统技艺与现代科技结合、传统文化与现代时尚融合”，实现老字号新发展。 结合公司战略规划，预计公司2024年度营业收入不低于5.50亿元、净利润不低于6,600万元。 2.电商平台的开拓计划	

公司转变电商运营思路,通过对电商渠道的整体提升规划和流量的投放布局,与专业第三方团队合作,在新兴电商平台开设店铺及直播间,利用直播、头部达人合作等多种引流方式,提升电商渠道整体关注度、销售转化率,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,提升电商渠道销售占比。

在电商渠道产品的选择上,主要为麻花、糕点等休闲产品和轻伴手礼,以及包括桃酥、驴打滚等 OEM 产品,并开发了多款电商定制款产品。电商渠道前期开发、引流需要较大的费用投入,对利润有一定的压力,公司将不断努力通过生产自动化水平的提升,降低人工成本、提高产能,提高包括电商渠道、外埠经销等多渠道的毛利空间。

今年以来抖音店铺开播,前期重点提升抖音店铺评级、获取高等级店铺推广资源,尽快达到优质主播合作门槛,开展特色多样的直播促销活动。

3.全国市场开拓计划

公司计划率先以“经销+电商”渠道布局全国,经销渠道以北京及其周边、上海及其周边两个重点区域进行布局,以销售品牌特色休闲产品、速食便利产品为主,针对区域特点,选择特产礼品店、连锁食品店、KA 等销售渠道,由北京联动河北、山西、山东等华北片区,由上海扩展杭州、苏州、扬州等华东片区,逐步拓宽销售覆盖面。

4.产品开发计划

公司以“特色礼品筑牢发展根基、休闲产品开辟全国市场”为战略主线,自有品牌产品按照“麻花”“糕点”“方便食品”“OEM 产品”四大品类形成四大支柱,聚焦“礼品”“休闲”“民生”三个层次的市场定位,形成丰富的产品体系。“礼品”精益求精、彰显传统技艺,“休闲”增添品牌活力、拓展全国市场,“民生”丰富品类结构、提高消费频次;并通过“传统技艺与现代科技结合、传统文化与现代时尚融合”,实现老字号新发展。

5.糕点业务发展空间

目前公司糕点及方便食品年产能为 1,266 吨，产能利用率超过 80%，收入占比 12%，仍有较大的发展空间。公司计划在募投项目空港生产基地建设速冻糕点生产线、嘎巴菜生产线，提升糕点产能，实现天津风味方便食品规模化生产，为下一步发展奠定基础。

6.近期经营亮点

公司创新商业模式，以南楼食品广场为载体开设“老字号品牌集合店”，汇集了狗不理、耳朵眼等 40 余家老字号品牌，涵盖 500 余种特色产品，其中上海大白兔、北京全聚德为天津首店，目前仍在持续引进其他品牌进驻；五一节假日期间特色营销活动日日开展，吸引众多消费者打卡。下一步将继续强化凸显老字号品牌集合店的“体验感”，做足特色，打造商业新地标。

公司尝试探索新店型，今年 4 月开设“桂香蝶语”烘焙体验店，以桂花为主题，在产品选取、包装设计、店铺形象上别出心裁。店内采用温馨的暖光色，整体为古朴而雅致新中式风格；主要通过现制现售，销售以“桂花”为主要配料的多种中西式烘焙糕点、桂花特调咖啡、奶香冰激凌等产品，主要面向年轻消费群体，提升公司在年轻消费群体的影响力、知名度。

7.旅游市场发展的影响和公司机遇

近年来紧抓消费、旅游市场的恢复契机，调整销售策略，实现主营业务的快速恢复。在这个基础上，公司以“老字号品牌”+“津味文化”构筑品牌营销，进一步深挖品牌内涵，打造桂发祥特色文化品牌，最大化的发挥品牌效益；品牌与旅游、与文创相结合，延伸业务、跨界合作，开发多元化个性化的高质量文创产品、特色旅游产品、直营门店增加季节性网红新品。比如今年为天津“哪吒小镇”文化主题园区专门打造“乾坤圈”麻花、“哪么糕 吒么好”糕点及多种新口味休闲小麻花等创意产品，是公司将品牌文化属性具象化的尝试。

8.品牌年轻化及营销推广计划

公司借力线上及新媒体渠道，利用内容营销、新型品牌宣传手段，迎合年轻人偏好，提升品牌在全国市场和新消费群体的认知度和影响力。

今年以来，公司以麻花主题企业文化馆为阵地开展工业游、学生团体研学体验活动，参观游览以及现场体验搓制麻花，让更多人了解桂发祥的品牌文化和非遗工艺；主动迎合年轻消费者的喜好和兴趣点，赞助天津电竞冠军队，支持其在全国开展比赛、宣传公司品牌和产品，扩大宣传影响覆盖面；与院校合作，开展大学生产品设计大赛；作为独家支持单位赞助“寻美·中国”大型活动，通过有参与感、有话题度的活动，与年轻消费者拉近距离。

9.渠道建设及营销投入

公司将努力提升企业规模和效益，结合实际经营情况加大营销费用和渠道建设投入，同时做好成本费用管控。从去年开始，公司一是不断加大线上、线下多渠道建设费用投入，包括加强电商平台投入，二是对重点旅游景区直营店的更新改造投入，扶持经销商、对经销商标准化管理、指导产品陈列及品牌展示等；三是多维度品牌营销宣传费用投入，包括增加重点商圈、交通枢纽等户外广告宣传以及参加各地展会、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。

10. 现金分红

将企业发展好，使投资者获益，是桂发祥的初衷。桂发祥始终践行上市公司的责任和担当，坚定维护中小投资者利益。自上市以来，公司坚持现金分红、回购股份等方式回报投资者，股利支付率较高。

11. 原材料成本变化影响

公司主要原材料受大宗商品价格波动影响，目前原材料成本压力有所缓和，在成本管控的合理范围内。公司结合生产需求，

	<p>采用多轮采购的方式。</p> <p>12.国资管理</p> <p>国资委在管资本为主的国资监管体制下，履行出资人职责，支持公司发展。公司拥有较为充分的自主经营权，将根据经营目标，不断优化全员绩效考核，调动员工积极性。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有，可作为附件)	无