2022年中期业绩发布

周黑鸭国际控股有限公司

2022年8月

MAKE WINNING A HABIT

ZHOU HEI YA.

免责声明

本演示文稿及随附幻灯片（「演示文稿」）由周黑鸭国际控股有限公司（「周黑鸭」或「本公司」）编制，仅供参考。

本演示文稿并不构成或组成及不应诠释为购入、购买、认购本公司任何证券的要约或邀请，亦并非旨在任何要约或邀请，且不应构成该等证券于任何司法管辖区内的任何要约或销售。本演示文稿的任何部分均不得成为任何投资决定、合同或承诺相关的基础。

本演示文稿乃由本公司根据其认为可靠的数据及数据编制，惟本公司概不就演示文稿内容的真实性、准确性、完整性、公平性及合理性作任何声明或保证（明示或暗示）。 本公司保留于任何时候修订或更新本演示文稿的全部或任何部分的权利，本公司概无任何责任向本演示文稿的收件人提供任何该等经修订或更新的数据或更正演示文稿中的任何不准确之处，惟香港联合交易所有限公司证券上市规则或任何适用法律另有规定者除外。

本演示材料可能不全面，亦可能不包含阁下认为重要的所有信息。本公司或其任何联属公司或代表均不对本文件所含信息或向任何收件人发送或提供任何其他书面或口头通讯的准确性或完整性作任何声明或保证（明示或暗示）。本公司及其联属公司及代表明确表示，不承担基于本文件所载的任何信息、错误或遗漏的全部或部分义务或责任。在所有情况下，利益相关方应自行对公司、其业务、资产、财务状况及前景以及本演示文稿中所述信息进行调查及分析。

本演示文稿包括反映公司对未来或未来事件的意向、信念或预期的陈述（「前瞻性陈述」）。该等前瞻性陈述基于对公司经营、其未来发展计划、市场（财务及其他）状况、发展前景及公司管理层的若干计划及目标作出的多项假设，并面临重大风险、不确定性及超出公司可控制范围的其他因素的影响。因此，实际结果可能与该等前瞻性陈述存在重大差异。 阁下不应将本演示文稿所载有关过去趋势或活动的任何前瞻性陈述视为该等趋势或活动将于未来继续的陈述。公司明示恕不就更新该等前瞻性声明承担任何责任。

目 录

业绩回顾

经营情况分析

展望

主要数据概况

财务摘要

	2021年上半年 (千元人民币)	2022年上半年 (千元人民币)	21-22年上半年同比
收入	1,452,972	1,181,078	-18.7%
毛利	857,207	671,529	-21.7%
除税前溢利/亏损	318,638	44,597	-86.0%
净溢利/亏损	229,556	18,377	-92.0%
门店数目合计	2,270家	3,160家	+890家
其中：直营门店数目	1,161家	1,342家	+181家
特许门店数目	1,109家	1,818家	+709家

疫情回顾--疫情形势严峻、管控升级，上半年面临巨大挑战

2020年武汉疫情爆发

武汉封城76天

- 受到实质性冲击的**区域有限**：除湖北外全国绝大多数地区均在4月中旬恢复正常
- 全国性的交通出行在5月趋于正常

2022年：疫情影响加剧，蔓延区域更广，管控力度更强

1-6月全国累计确诊超12万例

距6月1日上海恢复出行，全市封控已61天

GDP前100近九成有防疫封控-东方财富网股吧

“Gavekal对中国GDP排名前100位的城市进行的自下而上的分析发现，除了13个城市外，其他城市都正在实施某种形式的防疫封控措施，而且这...

股吧 全网 4月20日

宏观环境--疫情扰动叠加通胀压力，经济复苏乏力

城镇调查失业率趋高

图 7：城镇调查失业率，YOY

数据来源：国家统计局，东方证券研究所

消费情绪低迷

图 23 消费者信心指数

资料来源：国家统计局，东海证券研究所

CPI-PPI剪刀差仍然较大

图 6：6 月 CPI 继续上行，PPI 继续回落

资料来源：Wind，光大证券研究所，数据截至 2022 年 6 月

上半年餐饮店注销超37万家

上半年消失37万家餐厅，“供应链们”也挺惨...

餐饮老板内参
2022-7-22 14:54 · 来自北京 · 餐饮老板内...
关注

有数据显示，在 2022年上半年，全国餐饮店注销数量约37.3万家：其中奶茶店注销数量8万家，快餐小吃店12万家，火锅店1.2万家。

业绩回顾--疫情之下门店拓展顺利，线上线下全渠道触达

门店总数量

（家）

各渠道收入占比

2021年上半年

2022年上半年

*主要来源于经销商收益

业绩回顾--外部环境严峻，经营承压

总收入

（亿元人民币）

毛利率

业绩回顾

经营情况分析

展望

行业趋势--新形势催生新变化，消费行业不断探索发展新路径

- **Z世代**是下一个10年主力消费人群，追求**新潮、便利**
- 经济复苏进程趋弱，消费力受到冲击，消费者**更加理性**
- 动荡的外部环境促使消费者**更信赖大品牌**
- 消费需求更多元

- **交通枢纽流量**受疫情影响波动较大
- 传统Mall流量大幅下降，**社区一公里生活圈**流量提升
- **城镇化进程加快**，**下沉市场**空间广阔
- 互联网**红利结束**，进入存量时代，**新兴电商**渠道崛起，线上流量不断转移分化

一、线下门店业务--转型“轻资产”商业模式，业务发展更健康

上半年新开门店660家

- ✓ 2022年上半年新进城市30个
- ✓ 截至2022年6月30日，共覆盖城市297个

重资产门店升级为“小而美”门店

直营高势能店

小黄店

直营业务疫情下承压， 特许业务增长潜力显著

直营业务
-35.9%

特许业务
+31.3%

一、特许业务--疫情下积极赋能被特许商，开店意愿良好，特许终端销售同比+31.3%

加大支持

- 保证金减免
- 特许费分期
- 分成比例提升
- 特许费减免
- 优化装修成本结构
- 优化物流营销费用

单店特许 2.0

成本**更轻量**

开店成本**降至8-10万**
（不含门店租金及人力成本）

不同模式特许门店数量及占比

一、线下门店业务--社区店加速扩张，极大提升门店抗风险能力

- 疫情下社区店经营稳定，**抗风险能力强**
- 社区消费**频次高、粘性强、投资成本低**
- 2021年10月开启试点，2022年2月向全国拓展
- 目前社区店已达**561家**

点位	数量	ZHY门店数 (截至2022.6)
交通枢纽	一等站以上火车站300+个 500万级别以上机场40个	229家
商圈 商业体	在营购物中心 6000+个	2050家
社区	城市社区约19万个	561家

北京大兴区彩虹新城社区店

上海五莲路社区店

深圳宝安区下十围店

武汉光谷坐标城店

一、线下门店业务--加速渗透下沉市场，实现“千店小目标”

70%全国人口
288个城市

下沉市场潜力巨大

1000+

下沉市场门店总数

161个

门店已覆盖城市数

山东高安门店

湖南怀化门店

安徽蒙城门店

二、渠道多元化--持续精细化运营外卖业务，差异化策略实现终端销售超3亿元

4.9亿次

上半年外卖双平台曝光

直营+特许外卖终端销售额
（人民币）

+10.5%

上半年外卖新客数增幅

加强平台联动，共创超级品牌日、嗨吃日

站内资源获取，精准投放引流

助力爆品打造

二、渠道多元化--拥抱变化，持续夯实新兴渠道，进一步挖掘消费需求

社区生鲜：持续深耕，销售额超7000万元，同比+119%

7大平台+170个城市+超4000个前置仓

美团买菜 美团优选 七鲜 永辉超市

直播短视频：达人渗透、短直双开，销售额近6000万元

5亿人次

直播观看量

1.09亿*

抖音人群总资产

食品饮料行业前5%

套餐销售平台领先

热卖活动

周末专场

抖音直播

快手直播

品牌自播

* 2022年8月3日取自巨量云图

三、承接超级大单品策略，聚焦资源，集中打爆“虾球”大单品

新营销	新口味	新玩法	新包装
	香辣→蒜蓉、五香	单颗试吃装虾球	小红盒、单颗袋装、趣享装
率先启用品牌代言人杨超越	多口味覆盖更多消费人群	解决外卖渠道试吃难点	包装与产品卖点强关联

7月终端月销突破	单月终端销额占比突破	虾球复购率破	跻身
3200万元	10%	10%	第二大单品

四、年轻化营销--营销推广全国统一，紧贴前端业务，引爆“单手吃虾”

五、优化供应链能力--深化OCM成本控制，实现毛利率56.9%

精准捕捉买点

- 精进量价预测模型
- 采购手段多元化

持续降本增效

- 能耗管理矩阵
- 污水处理自营技改
- 单品原料价值链改善

产供销协同

- 产供销协调会议
- 调整产品组合和促销推广计划

提升运输效率

- 动态管理“干、支、配”三网优化
- 大数据场景化仓配线路模型及实施

业绩回顾

经营情况分析

展望

加速推动业务改革，下半年期待环比改善

线上线下全渠道覆盖深入触达消费者
直营+特许推进
小而美门店加密

产品多样化
打造第二增长曲线

整合品牌营销
加速品牌年轻化

全面支持业务发展

整合供应链
全环节不断精进
降本增效

全新管理团队
增强核心竞争力

系统化治理建设
夯实增长可持续性

果断快速转身

更换车道，加速推动业务转型

加速小而美门店拓展，赋能万店计划

轻资产门店　　成本更轻量　　支持万店拓展

小黄店

门店面积从20㎡+ → 10㎡

2019
初始投资
20-25万

2022
初始投资
8-10万

入门特许费：首年5万
保证金：5万
装修+设备：10-15万

→

入门特许费：首年3万
保证金：1万
装修+设备：4-6万

稳定精进社区店模型，全国开花

2022年底
全国社区门店目标

700家

领先行业布局交通枢纽渠道

已覆盖59%

优选持续增长的购物中心渠道

已覆盖33%

加速布局社区渠道

仅初步覆盖0.5%

聚焦突破小龙虾新赛道，积极探索多元化产品体系

虾球销售额持续增长

行业空间：

中国小龙虾市场规模约

4000亿， 目前以区域

餐饮业态为主，格局分散

地缘优势：

湖北是中国小龙虾

最大的生产基地

开发轻滋味系列，覆盖更多客群

五香系列　微辣系列

探索预制菜系列

满足更多消费需求

行业中最早布局内容类电商，持续提升运营能力和转化效率

用户 → 内容消费 → 内容 → 商品消费 → 商品

达人矩阵 营销活动
深度内容种草

抖音直播+本地生活
线上+线下双频共振

付费流量协同免费流量
提升整体品牌增长与用户沉淀

短视频种草

抖音企业号

本地生活直播

深入触达Z世代客群

提升观看转化率、成交率

拉升平均客单价

提升整体GMV

改善利润率

THANK YOU

周黑鸭®
ZHOU HEI YA

MAKE WINNING A HABIT

ZHOU HEI YA.