



周黑鸭国际控股有限公司

2020上半年业绩发布

2020年8月





免责声明

This presentation and the accompanying slides (the "Presentation") have been prepared by Zhou Hei Ya International Holdings Limited ("Zhou Hei Ya" or the "Company") solely for information purposes.

This Presentation does not constitute or form part of and should not be construed as, an offer or invitation to acquire, purchase or subscribe for any securities of the Company nor is it calculated to invite any such offer or invitation nor shall it constitute any offer or sale of such securities in any jurisdiction. No part of this Presentation shall form the basis of or be relied upon in connection with any investment decision, contract or commitment whatsoever.

This Presentation has been prepared by the Company based on information and data which the Company considers reliable, but the Company makes no representation or warranty, express or implied, whatsoever, on the truth, accuracy, completeness, fairness and reasonableness of the contents of this Presentation. The Company reserves the right to amend or update all or any part of this Presentation at any time, but the Company shall not be under any obligation to provide the recipient of this Presentation with any such amended or updated information or correct any inaccuracies herein unless otherwise required by the Rules Governing The Listing Of Securities On The Stock Exchange Of Hong Kong Limited or any applicable law.

This Presentation may not be all-inclusive and may not contain all of the information that you may consider material. Neither the Company nor any of its affiliates or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained herein or any other written or oral communication transmitted or made available to any recipient. The Company and its affiliates and representatives expressly disclaim any and all responsibility or liability based, in whole or in part, on any of the information contained herein, errors herein or omissions here from. In all cases, interested parties should conduct their own investigations and analyses of the Company, its businesses, assets, financial conditions and prospects, and of the information set forth in this Presentation.

This Presentation contains statements that reflect the Company's intentions, beliefs or expectations about the future or future events (the "forward-looking statements"). These forward looking statements are based on a number of assumptions about the Company's operations, its future development plans, market (financial and otherwise) conditions, growth prospects and certain plans and objects of the management of the company, and are subject to significant risks, uncertainties and other factors beyond the Company's control, and accordingly, actual results may differ materially from these forward-looking statements. You should not take any forward-looking statements contained in this Presentation regarding past trends or activities as a representation that such trends or activities will continue in the future. The Company expressly disclaims any obligation to update these forward-looking statements.

目录

CONTENT

01

业绩回顾

02

六大战略进展

03

展望

精选鸭桃谷鸭，
只为这一口弹韧！

第一部分

业绩回顾

弹韧



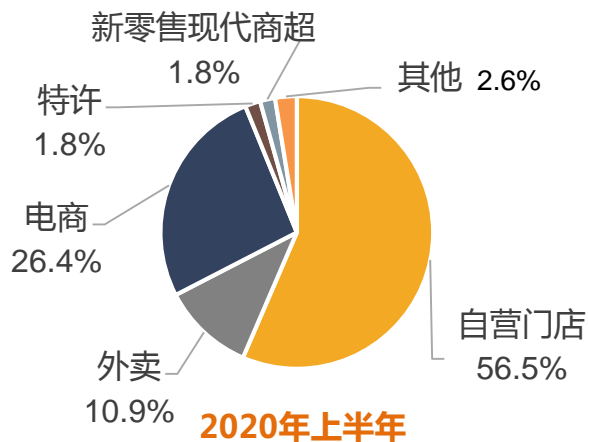
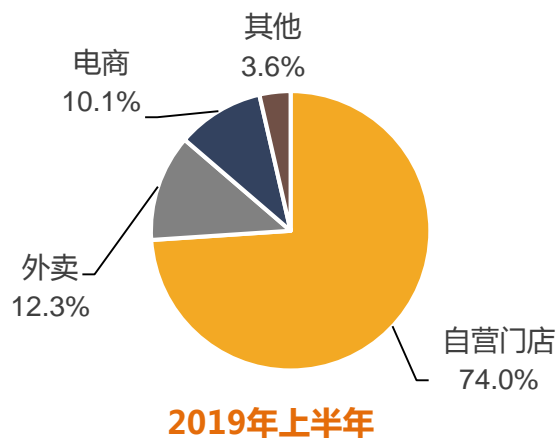
主要数据概况

财务摘要

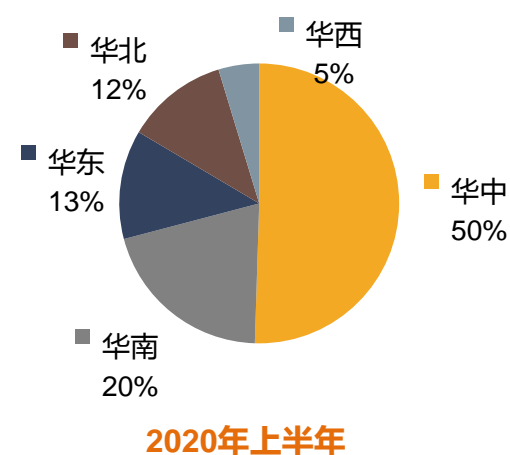
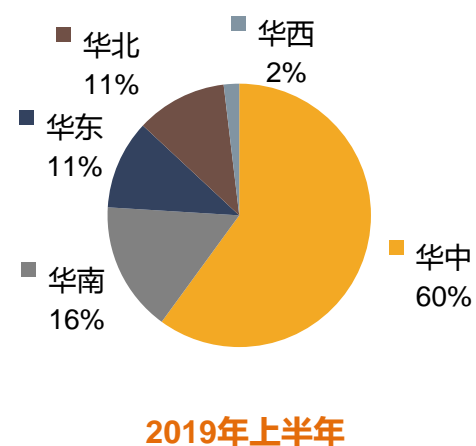
(千元人民币)

	2019年上半年	2020年上半年	19-20年上半年增长率 (%)
收入	1,625,947	903,470	-44.4
毛利	908,633	492,928	-45.8
除税前溢利 (亏损)	294,575	-51,531	-117.5
净利润 (亏损)	224,055	-42,194	-118.8
经调整后净利润 (亏损)	-	-28,101	-
门店数目合计	1266	1367	8.0
其中：自营门店数目	1255	1246	-0.7
特许门店数目	11	121	-

分渠道销售收入情况



各区域收入占比 (包含直营+特许)



新冠疫情突如其来、破坏巨大、影响深远、不确定性强

01

人流骤降，客流下滑严重

遭遇“交通枢纽区域”+湖北地区“双暴击”



02

供应链受阻，工厂停产

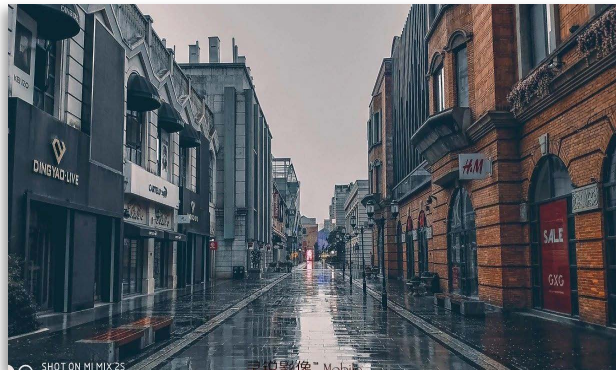
配合相关疫情防控工作，暂停了华中工厂生产活动**49**天



03

门店关闭

为配合政府防疫工作，确保员工及顾客的健康与安全，疫情期间本集团陆续约有**1000**家门店暂停营业



疫情之下，众志成城、快速响应、积极应对，获得消费者、政府及社会各界的高度肯定

01 公益捐款捐物超 1000万元人民币



02 加强员工抗疫防护，保障物资供应，全员检测保障安全复工复产



03 积极调整营销策略，加大线上投入



04 获官媒背书认可，持续加强品牌力



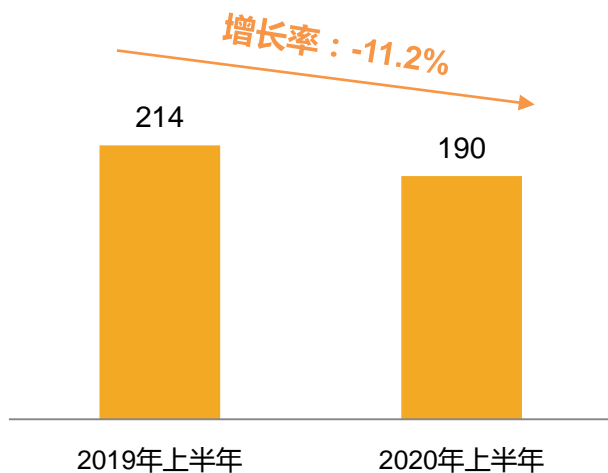
★ 进一步加快六大战略推进，加快商业模式升级等战略布局落地



疫情下成本控制取得成效

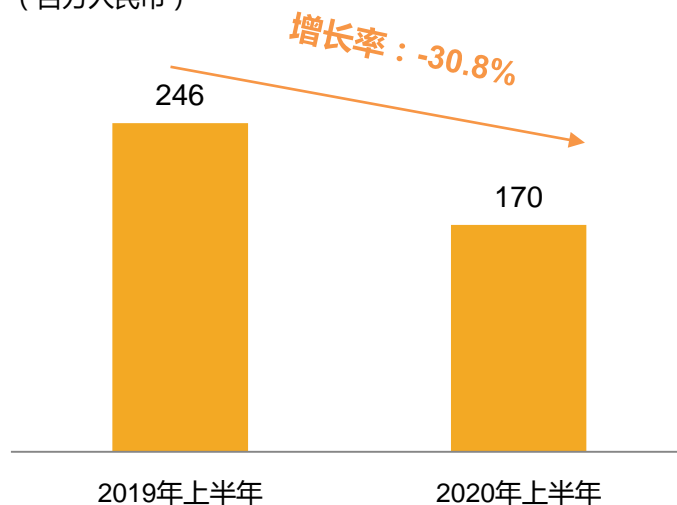
租金：降低约2400万

(百万人民币)



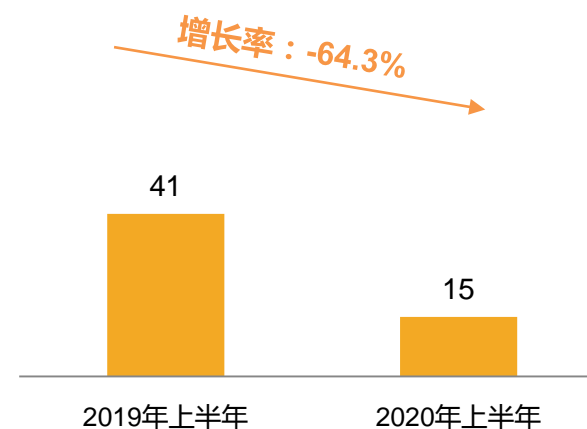
人力成本：降低约7600万

(百万人民币)



营销费用：降低约2600万

(百万元人民币)

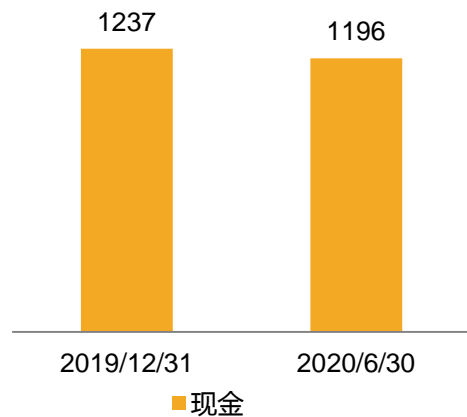




疫情之下，依然保持强劲的现金流和健康的资产运管状况

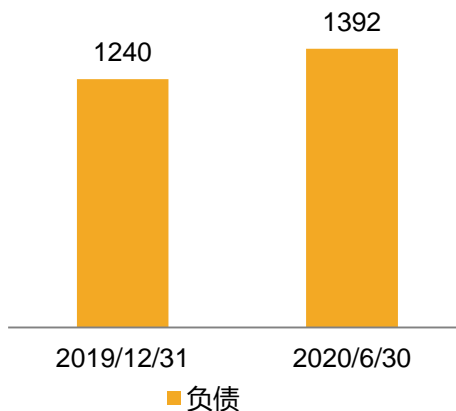
现金及银行存款结余

(百万元人民币)

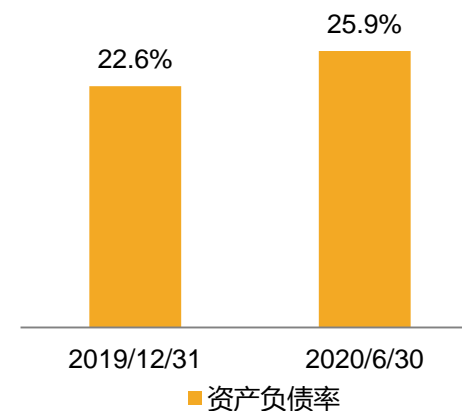


负债

(百万元人民币)



资产负债率



✓ 现金及银行存款结余充足，金额与集团负债总额基本持平

没滋味? 就
吃周黑鸭!

No appetite?
Let's eat Zhou Hei Ya.



第二部分 六大战略进展

周黑鸭服务热线 400-1717-917

官方网站: www.zhouheiya.cn 关注周黑鸭官微分享快乐资讯

受疫情影响，行业短期受创，长期挑战与机遇并存

短期压力凸显



居民收入和整体消费能力受到巨大影响，经济活动复苏不确定性强



传统线下消费场景影响深重，企业面临客流剧减、固定成本高企、现金流紧张的问题



湖北区域及交通枢纽区域受疫情双重冲击，影响深远，客流恢复缓慢

长期挑战与机遇并存

行业加速洗牌，中小商户出局，加速头部品牌市场整合机会



消费场景发生转移，多元化渠道兴起



消费者对食品安全的追求进一步提升，品牌效应加强





专注打磨消费品公司的长期核心价值





六大战略稳步推进、逐见成效



商业模式升级



全渠道覆盖消费者



产品多样性



整合品牌营销



供应链能力提升



提升组织力



一、商业模式升级—开放单店特许，商业模式进一步升级，已开业121家特许门店

拓展新市场

发展式特许

- 截止6月30日，发展式特许已进驻南宁、贵阳、昆明、徐州、赣州、怀化等十余个城市，已开业门店**70**家

3种模式策略性覆盖不同市场
超**19000份**申请彰显品牌力

加密现有市场

单店特许
41家

员工内创
10家

- 截止6月30日，单店式特许及员工内创已进驻北京、上海、深圳、苏州、宁波等二十余个城市，已开业门店**51**家

华西

华中

华东

华南

华北

一、商业模式升级—全方位支持和指导，和被特许方共同成长



周黑鸭南宁发布会



濮阳宣传活动



海口特许门店开业



昆明广告牌露出

周黑鸭与特许经营商 并肩共抗疫情

8大政策

- 1 疫情突发期间 产品损耗 **100%** 公司承担
- 2 1月25日-3月15日 物流费 **100%** 公司承担
- 3 1月25日-3月15日 供货价 **8折** 供货
- 4 2020年2月份 店铺租金 **10%** 公司协助承担
- 5 资源共享
及时提供《防疫指南》
确保人员健康、产品安全
共享人力资源/税务/媒体
等资源
- 6 员工关怀
员工身心健康辅导
免费发放防疫物资
至一线
- 7 认准**锁鲜**
安全有保障
周黑鸭全链条品质安全保障
优质原料 卤煮熟透 喷淋灭菌
冷链运输 自动生产 减少人力接触 冷柜存储 新鲜安全
- 8 大力度的定向 **品牌支持**

疫情期间给予扶持政策

二、全渠道覆盖消费者—提升品牌可见性及便利性

01

电商渠道



02

外卖渠道



03

线下门店



04

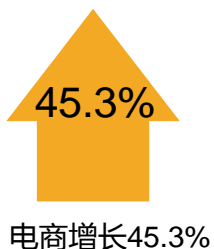
新零售现代商超



线上渠道迅速调整运营策略，带来高增长

加速电商业务增长

- ✓ 新冠疫情对到店业务受到巨大冲击，消费场景逐渐向线上转移
- ✓ 公司紧跟消费场景变化，迅速调整营销策略，通过渠道拓展、产品开发等策略调整促使电商业务收入增长



优化产品策略

- ✓ 推出科学合理的线上选品流程
- ✓ 2020年上半年已上线9款ODM新品，已覆盖线上主流消费渠道



积极拓展直播

- ✓ 顺应消费趋势，布局线上直播渠道

阿里系直播



内容平台系直播



腾讯+京东系直播



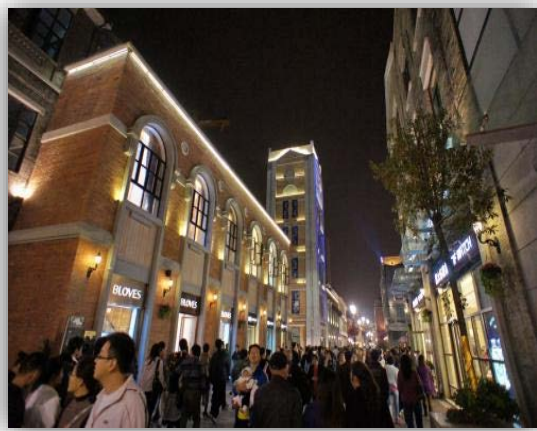
持续耕耘外卖渠道，拓展社区营销

- ✓ 公司继续与主流外卖平台进行深入战略合作，并积极拓展新平台外卖业务
- ✓ 尝试社区团购业务

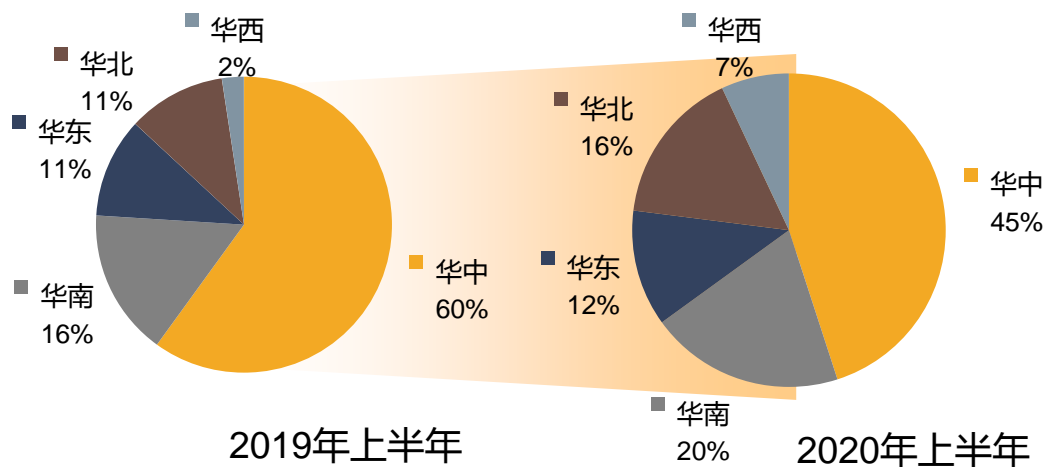


2.2 线下自营门店受疫情影响深重，“特许+自营”模式优化线下门店布局

疫情下人流剧减，“交通枢纽区域”+“湖北地区”双暴击，客流恢复缓慢



• 自营门店分区域收入情况



✓ 自营门店网络优化

- 截至2020年6月30日，周黑鸭有**1246**间自营门店，覆盖**17**个省和直辖市、**105**个城市
- 2020年上半年新开门店**89**家，因疫情对部分区域人流量的影响，调整关闭**144**家

✓ 特许经营持续拓展及加密市场，覆盖更多消费人群

- 截至2020年6月30日，周黑鸭已开业特许门店**121**间

2.3

稳步推进新零售现代商超渠道，触达更多消费者

建设能力，打造模式、谨慎试点、稳步推进

产品

推出定制化小包装，满足不同消费者的需求

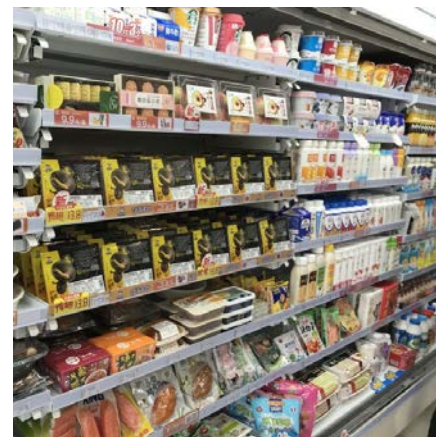


渠道

加强与现代大型商超、新零售、便利连锁渠道的合作，增加产品可见性与便利性



FamilyMart



定价

根据渠道的主要消费群体的偏好，采取差异化定价

营销

对标头部竞品，气调真空产品差异化定位入驻不同渠道，探索不同营销方式，重点打造可复制的动销模式

截止2020年6月30日，新零售现代商超渠道贡献收入占集团总收入约2%

三、产品多样性—顺应市场趋势 满足消费者需求

聚焦头部大单品，开发引流产品，打造全品类的周黑鸭产品体系

新口味系列产品



2020年上半年，不辣及藤椒系列贡献收入超过5000万元，销售占比约**6.4%**



市场洞察

产品立项

产品研发

产品测试

市场营销

管控考核



流量新品



周小伴系列



四、整合品牌营销—统一发声、提高营销效率

多元化营销，获官媒认可及背书

- ✓ 疫情期间，借助“公益”直播，合计爆卖超**170万盒**，观看量超**1亿**人次
- ✓ 卤味行业唯一入选世界品牌实验室2020年“**中国500最具价值品牌**”



统一宣传主题，强化品牌认知

- ✓ 回归周黑鸭核心产品竞争力，全渠道整合营销，确保一个声音、一个形象，一个周黑鸭



探索社区营销，促活消费客群

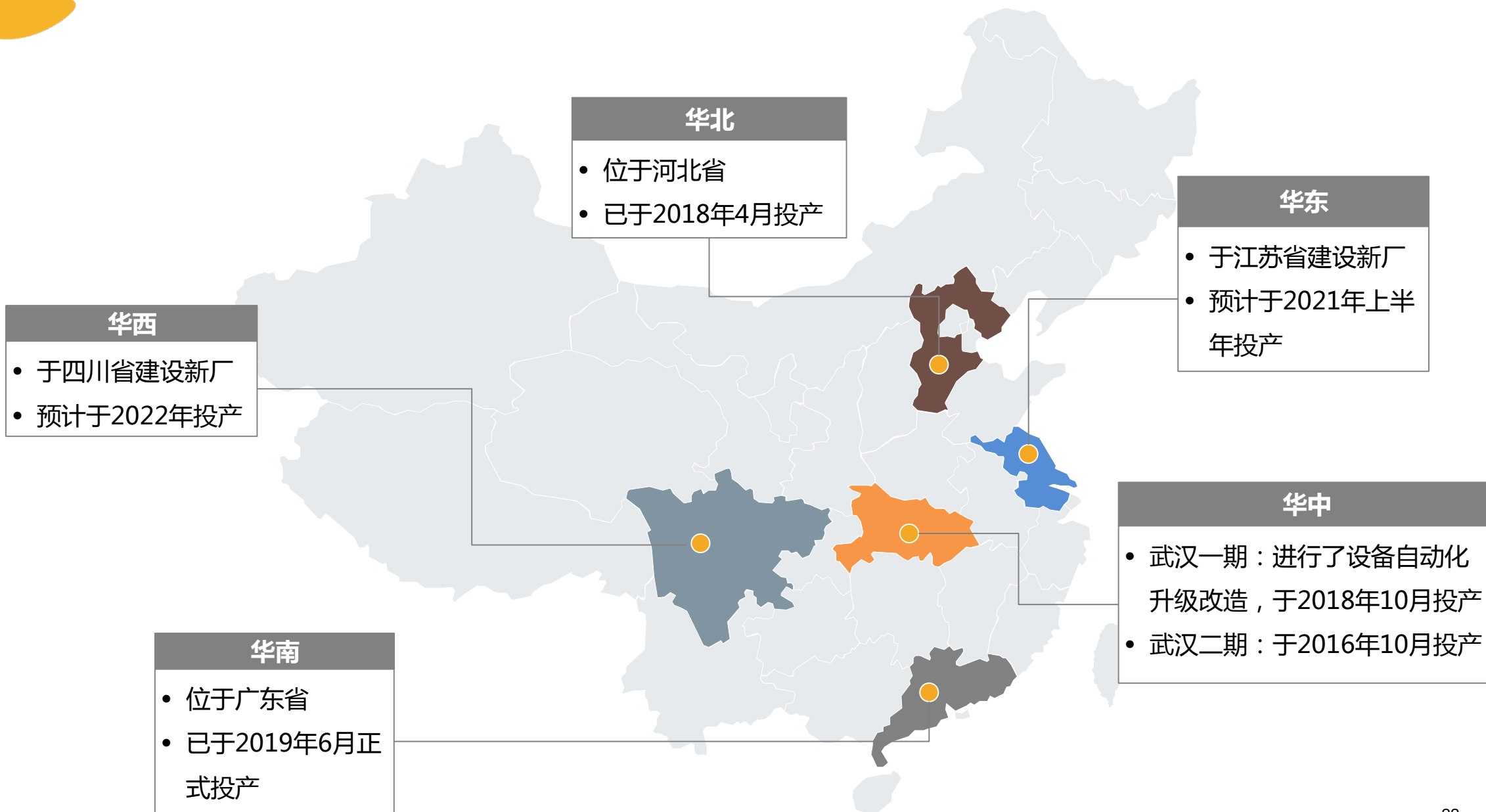
- ✓ 疫情期间，进行社区团购类业务微创新，销售**1000余万元**



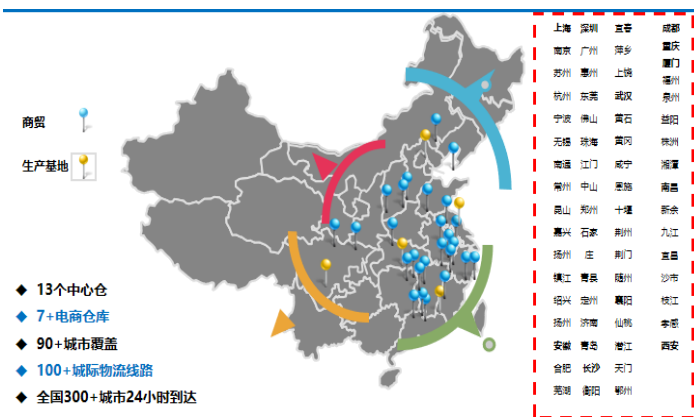
整合品牌营销策略提升了营销效率，上半年营销费用同比降低64.4%



五、优化供应链能力—布局五大生产中心，产能扩张助力前端业务拓展



五、优化供应链能力—有效支持前端业务拓展



1. 统筹与规划产能

- 计划调度从工厂上升到集团层面
- 全国统一规划物流线路及匹配物流资源

2. 优化采购流程

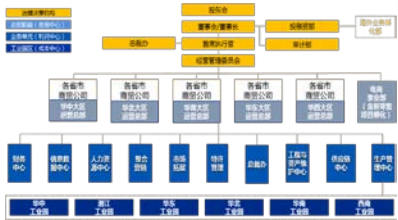
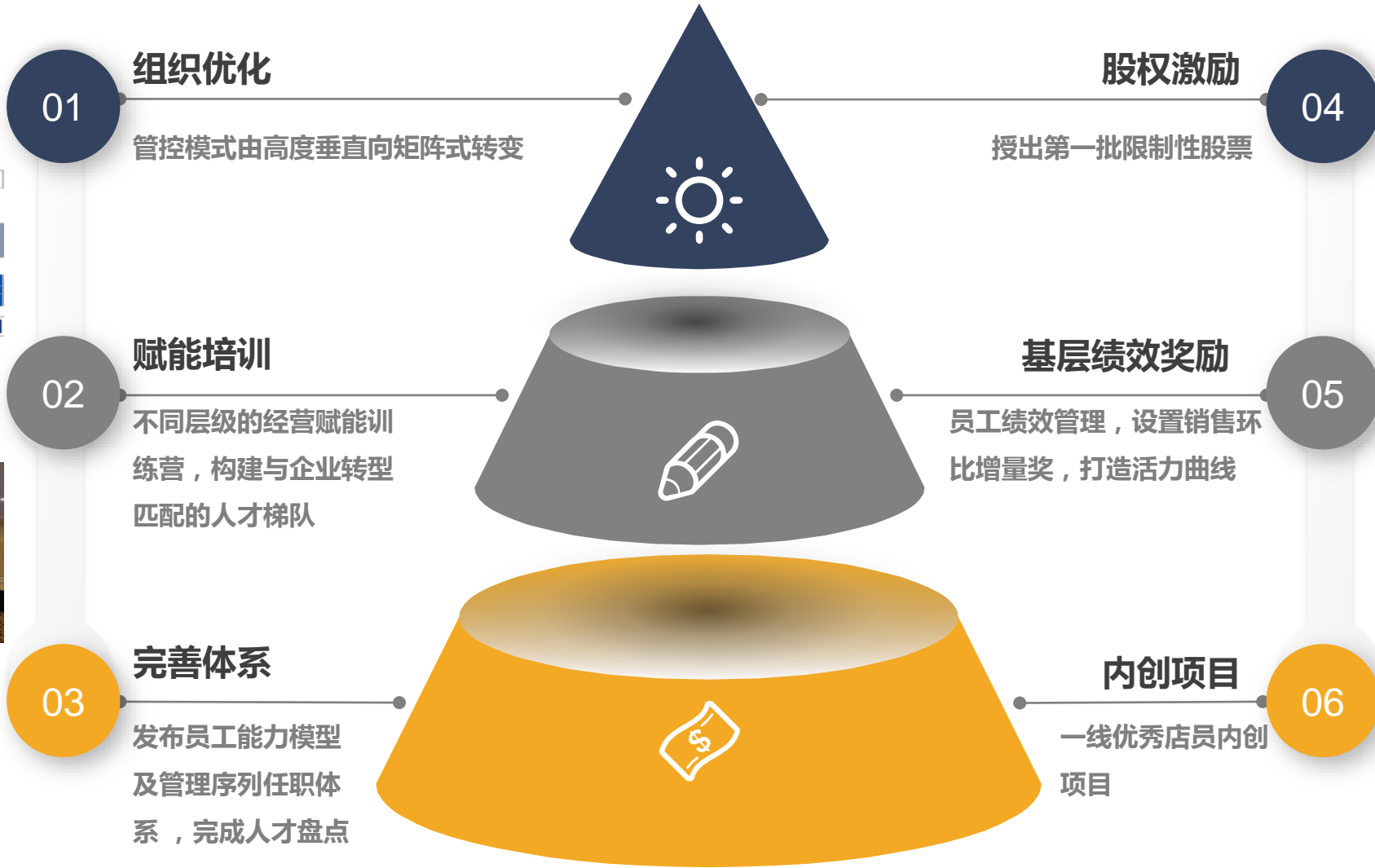
- 总部与各工厂职权分离，统一采购流程
- 集中决策与采购，统一议价，降低成本

3. 提高周转效率

- 通过对物料的分级管理，灵活处理各类物料，改善库存周转情况
- 重新梳理订单流程，提高订单时效性



六、提升组织力—驱动组织的可持续性发展





鲜香嫩滑

每盒仅售 **9.9** 元

新品

卤海带

150g/盒



第三部分

卤腐竹

150g/盒



展望

卤木耳

120g/盒



卤毛豆

150g/盒



官方服务热线: 400-1717-917

官方网站: www.zhouheiya.cn 关注周黑鸭官微分享快乐资讯

* 气调包装产品请按贮存条件保存, 并尽快食用

扫码点外类
美味即刻达



未来发展战略展望

渠道力

继续加快特许经营业务发展，结合疫情后新市场环境优化自营门店网络



利用技术赋能线上线下业务，保持电商业务高速增长势头，持续新零售现代商超渠道拓展



产品力

关注新品产品研发和上线，助力多元化渠道销售



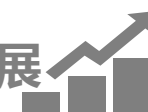
品牌力

升级产品包装，强化品牌营销主题，提升营销效率



供应链能力

持续优化整合供应链流程，管控全链条成本；扩张产能助力前端业务拓展



组织力

扩大股权激励范围，增强员工能力建设



THANK YOU

