周黑鸭国际控股有限公司
2017年上半年业绩发布

2017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.

第一部分

业绩亮点

上半年主要亮点

门店网络持续扩张，战略性布局加速全国市场渗透

推出小龙虾等创新品种，丰富产品类别，推动销售增长

多渠道加强品牌建设和市场营销，提升企业美誉度

巩固电商合作，推动O2O业务进一步发展

财务绩效表现强劲，收入和利润保持稳速增长

主要数据概览

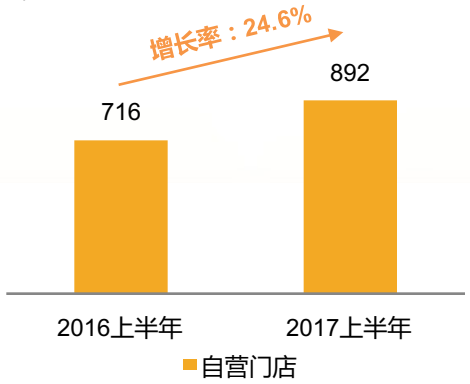
财务摘要

（千元人民币）

	2016上半年	2017上半年	16-17上半年增长率
收入	1,389,135	1,618,306	16.5%
毛利	871,031	985,920	13.2%
除税前溢利	510,169	526,795	3.3%
净利润	380,739	401,034	5.3%
经调整纯利[1][2]	384,087	409,059	6.5%
每股基本盈利（元人民币）	0.20	0.17	(15.0%)

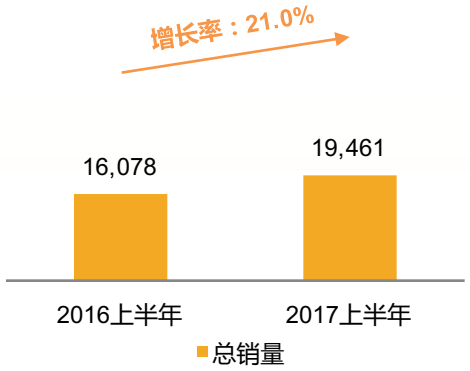
自营门店数目

（个）



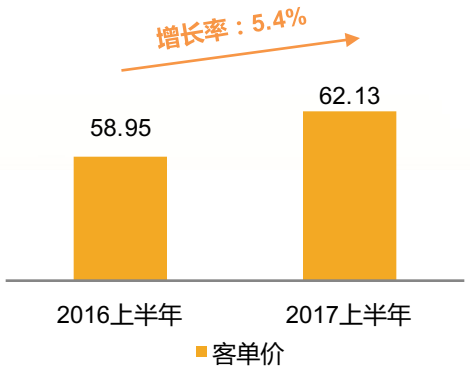
总销量

（吨）



客单价

（元人民币）



注

1. 经调整纯利乃扣除武汉一期厂房改造相关费用
2. 经调整纯利为未经审核非公认会计原则项目。为补充本集团根据香港财务报告准则呈列的综合财务报表，本集团已呈列此非公认会计原则项目作为评估本集团财务表现的额外计量指标，当中考虑本集团认为分析师、投资者及其他利益相关方于评估本集团经营所在行业公司若干常用项目的影响，并消除本集团并不认为对本集团业务表现具指示性的若干不寻常及非经常性项目之影响

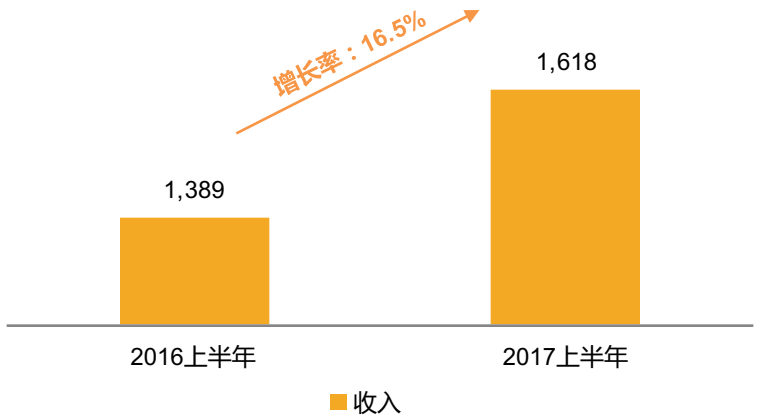
第二部分

财务亮点

财务数据分析

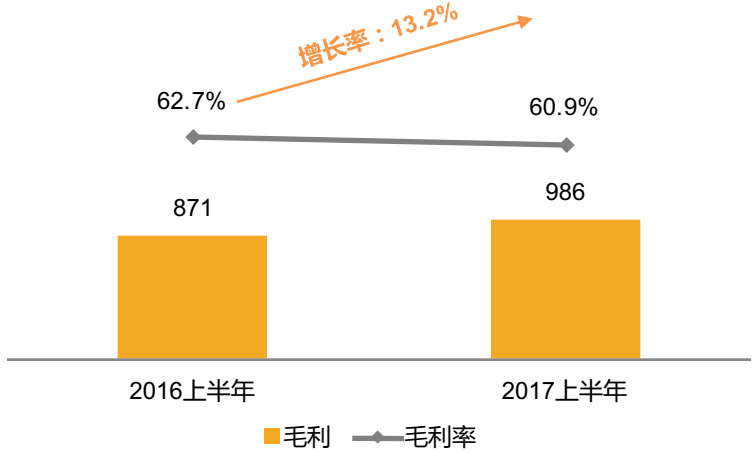
收入

（百万元人民币）



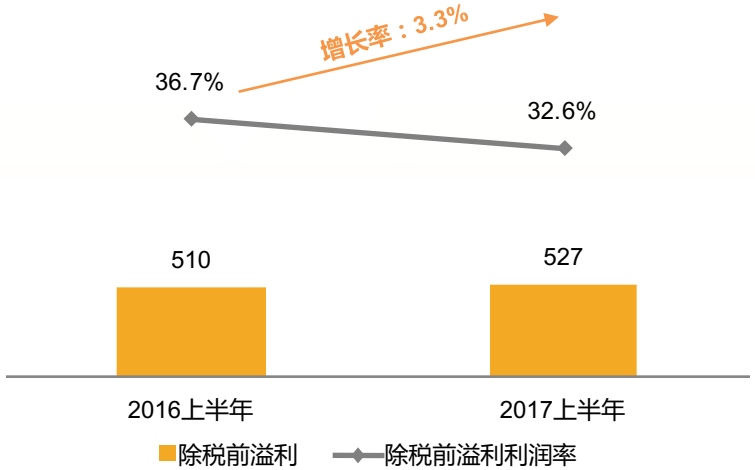
毛利

（百万元人民币）



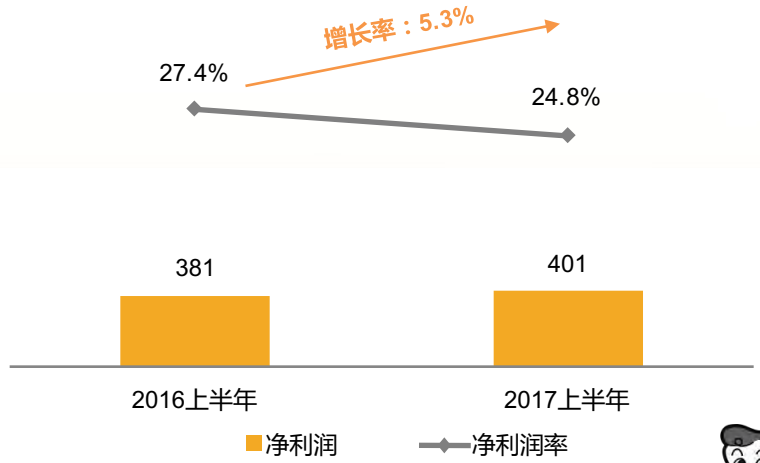
除税前溢利

（百万元人民币）



净利润

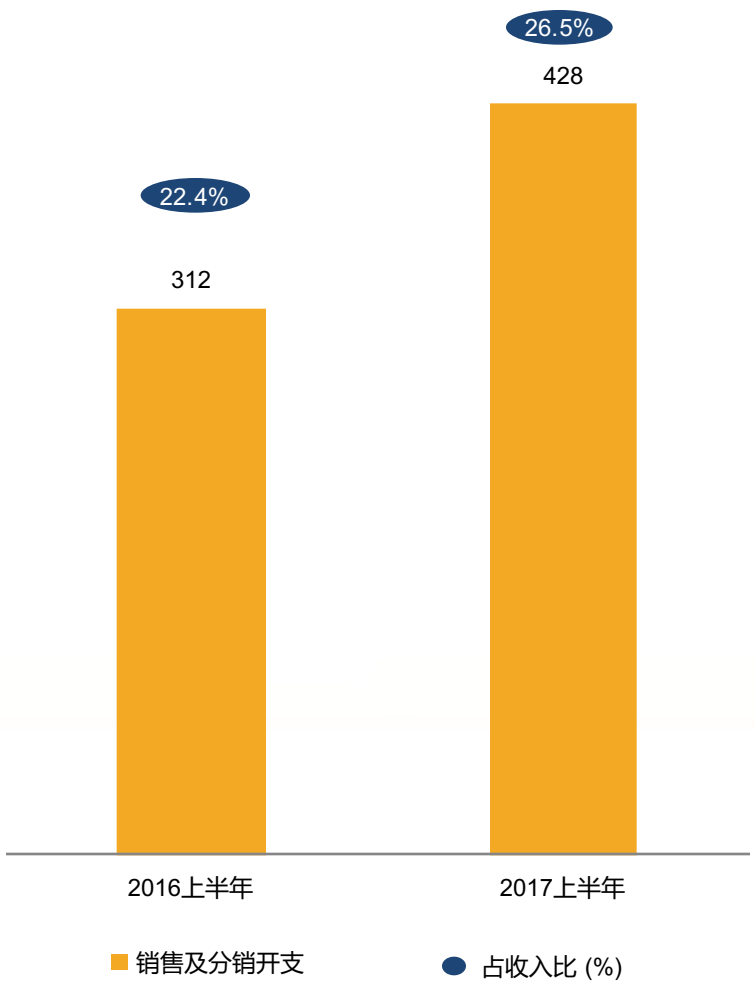
（百万元人民币）



销售及分销开支

销售及分销开支

（百万人民币）



- ✓ 2017年上半年，公司继续在线上宣传和推广活动方面发力， 销售及分销开支随之增加
- ✓ 随着上半年销售网络的铺展，租赁开支和销售人员薪金和福利开支相应增长
- ✓ 以上都与公司加大品牌推广和营销力度，以及拓展网络业务的发展策略相一致，并将为下半年的增长提供强劲动力

第三部分

业务回顾

行业前景良好

中国消费市场呈现积极态势

- 伴随经济发展，人均可支配收入稳健增长[1]
- 消费者信心创近年新高，消费习惯及生活方式不断革新
- 人口持续增长，有购买力的年轻消费群体渐成主流

卤制品行业空间大，增长快，未来潜力巨大

休闲卤制品行业市场规模[1]

- ✓ 休闲卤制品市场空间广阔，预计2017年将达到767亿元，较2016年增量130亿元
- ✓ 卤制品行业面临转型和消费升级，消费者需求尚待满足
- ✓ 家禽类休闲卤制品为行业亮点，是市场规模最大的细分品类，且年复合增长率将超过20%
- ✓ 渠道渗透率仍较低，距离铺设交通枢纽店的行业天花板尚远

线上渠道保持迅猛发展

- 消费品线上零售总额涨势迅猛[1]
- 移动端网购已成新兴消费趋势
- 年轻群体尤其倾向于使用网络购物
- 电子支付使用率不断提升，引领支付方式变革

线下渠道迎来新机遇

>80%

- 线下渠道仍占全国消费品零售额的80%以上[1]

- 消费者尤其注重食品消费的线下体验

O2O

- 线上与线下进一步融合，O2O及外卖业务进一步推动渠道变革

注
1. 数据来源：中国国家统计局，弗若斯特沙利文报告，摩根士丹利研究

稳健的自营门店网络扩张与渗透

收入

（百万元人民币）

- ✓ 目前周黑鸭拥有892间自营门店，覆盖13个省、47个城市
- ✓ 2017上半年新开门店144家，关闭30家
- ✓ 高度标准化，复制力强的业务模式保持门店数量稳健增长
- ✓ 区域分布日渐均衡，随区域销售网络不断深入，华东地区贡献收入显著提升，并将在未来贡献稳定销量

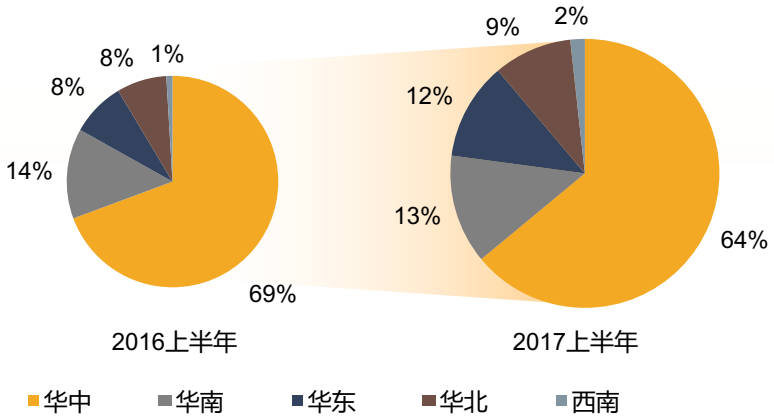
2017上半年门店分布（按区域）

（个）

	2016[1]	2017[2]
华北	90	108
华东	79	156
华中	361	400
西南	157	177
华南	29	51

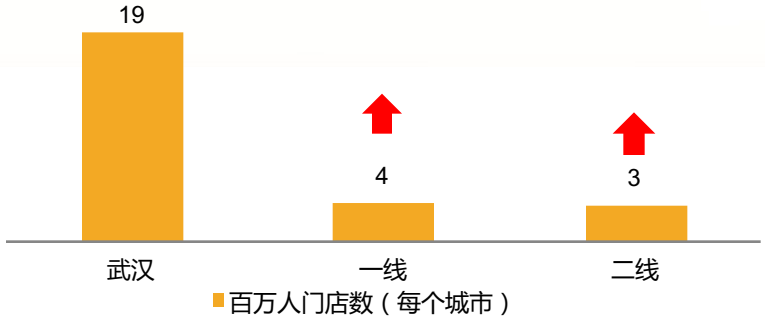
现有市场及新市场业务发展空间巨大

- 收入按地域细分[3]



- 相比武汉，周黑鸭已经覆盖的其余一/二线城市存在巨大增长空间

（家/百万人）



注
1. 截至2016年12月31日
2. 截至2017年6月30日
3. 仅包括自营门店收入
4. 此处一线城市包括北京、上海、广州、深圳和天津，二线城市包括武汉、重庆、东莞、长沙、南京、苏州、南昌、杭州、宁波、无锡、郑州和成都。在计算进驻的二线城市数量和百万人门店数统计均不包括武汉市，数据截至2017年6月30日

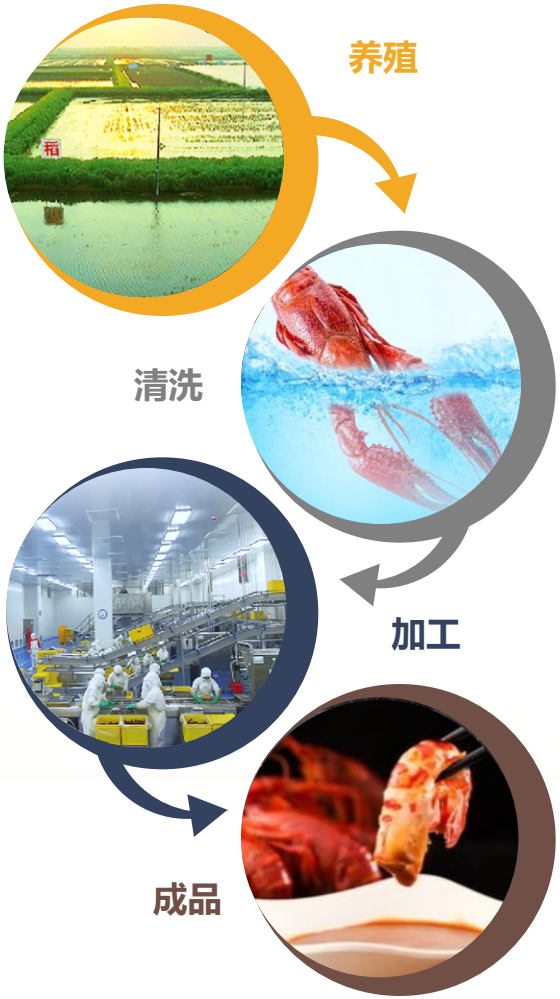
强大的新品研发能力

“聚一虾”引领未来增长

1 迎合消费者需求推出小龙虾产品，吸引成熟消费群体，挖掘巨大市场潜力

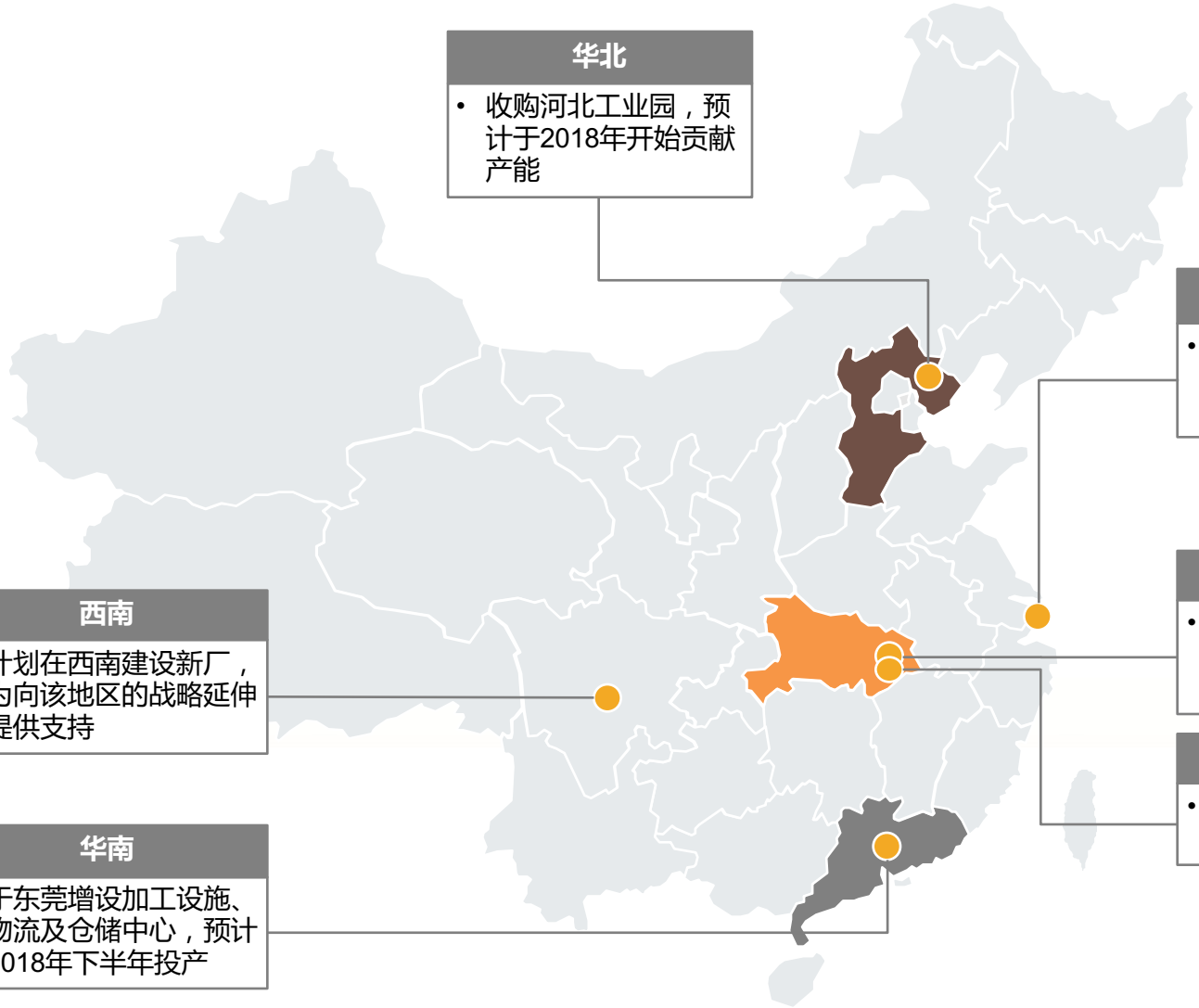
2 采购、生产、运输、门店管理等所有环节严格把控质量

3 优化产品布局，分散风险，未来对收入贡献增长十分可观



产能稳步扩张

扩大覆盖范围，加强品牌传播，延长货架期，贡献产能，为销量增加提供强劲动力



华北

- 收购河北工业园，预计于2018年开始贡献产能

华东

- 计划未来在上海周边建设新厂，进一步扩展和提升华东地区产能

武汉一期

- 正在进行生产设施自动化升级改造，预计2018年上半年恢复生产

武汉二期

- 已落成投产，设计产能超一亿盒

西南

- 计划在西南建设新厂，为向该地区的战略延伸提供支持

华南

- 于东莞增设加工设施、物流及仓储中心，预计2018年下半年投产

加强品牌和营销建设

硬广
覆盖度增加

- 助力马拉松、冠名樱花节、交通枢纽广告投放，打造活力品牌形象

打造
场景式消费

- 紧密关联时令节气及节假日热潮，打造多元化消费场景

周黑鸭
ZHOU HEI YA
会娱乐更快乐

聚焦
会员权益

- 线上线下会员一体化，扫码入会，另设开卡礼、会员日

社交媒体
异业合作

- 网红直播、微信微博互动增强品牌热度，提高客户忠诚

继续加大电商投入，电商渠道收入贡献快速提升

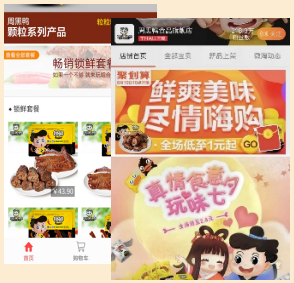
1

天猫 TMALL.COM

商城

淘宝网 Taobao.com

JD.京东.COM



巩固现有网络平台，进一步开发新平台

2

饿了么

美团 meituan.com

外卖业务拓展，打造周黑鸭超级品牌日

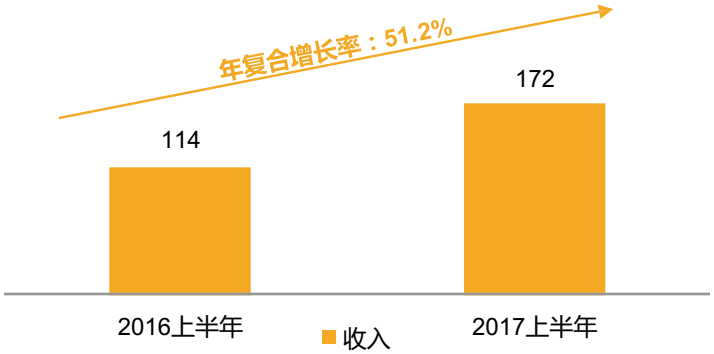
3

线上线下联动，布局大数据分析实现针对目标客群的精准营销

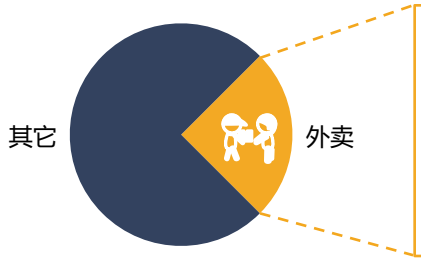
把握中国迅速增长的电子商务所带来的庞大市场潜力

电商渠道收入规模快速增长，贡献提升

（百万元人民币）



外卖



2017上半年外卖收入达1.02 亿元人民币，占自营门店收入的7.5%

第四部分

机遇与展望

未来发展战略

1. 进一步渗透现有市场及策略性地扩展至新地区
2. 进一步增强品牌权益，宣传特有文化及生活方式
3. 吸引年轻消费群体，发展电商销售
4. 加强人才建设和组织流程优化
5. 深化大数据的开发和利用

附录

投资亮点

公司历史沿革

TBU

2002-2007

创业早期

- 创始人在武汉开设“富裕怪味鸭”
- 申请注册商标
- 成立武汉周黑鸭控股公司
- 在武汉设立首家加工厂

推出散装产品

2002年

2008-2012

业务模式升级

- 零售模式升级为品牌连锁
- 走出湖北向省外扩展
- 推出真空装和MAP产品
- 建设电商零售渠道
- 获得天图和IDG投资
- 被认定为“中国驰名商标”

推出真空包装

2009年

2013-2015

快速发展

- 被评为“国家农业产业化重点龙头企业”
- MAP产品完全取代散装
- 推出定量装MAP产品和颗粒真空装产品

推出MAP产品

2012年

2016

稳健成长

- 被选为“中国之礼”参 与新华社组织的“一带一路全球行”活动
- 电商渠道快速发展，2016年全年收入贡献超过9%

推出固定重量MAP和颗粒真空装产品

2015年

2017

创新突破

- 推出MAP小龙虾、卤牛肉等新产品，不断丰富产品类别
- 产能持续扩张，扩大覆盖范围，加强品牌传播，延长货架期，为销量增加提供强劲动力

推出小龙虾、卤牛肉等新产品

2017年

1 中国领先的休闲卤制品品牌及零售商

TBU

中国具有领导地位的休闲卤制品品牌和零售商

周黑鸭引领了中国休闲卤制品行业的变革和转型：

1. 推动零售模式向**品牌连锁零售**业态的升级

2. 行业内首家将散装产品**完全升级为MAP**产品

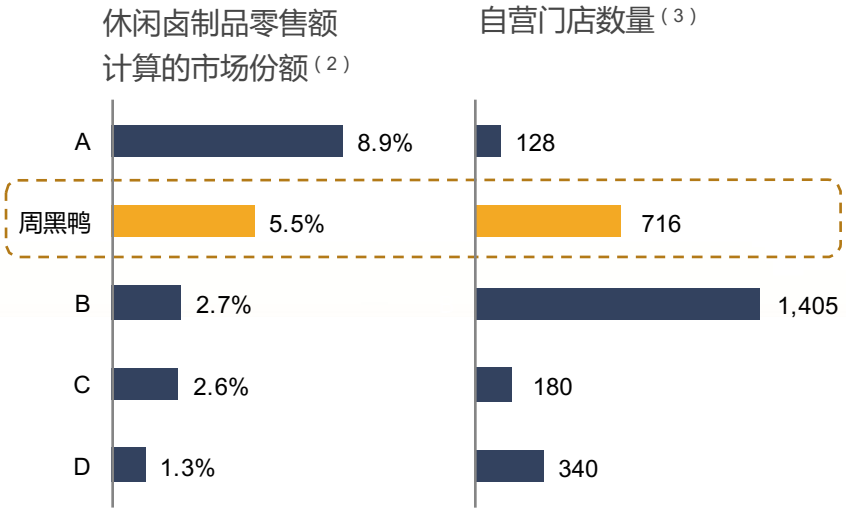
3. 引入先进的**加工和包装技术**规模化发展

4. 推动卤制品从餐桌食品向**休闲食品升级**

5. 由单纯产品销售提升到“会娱乐更快乐”的文化推广

在休闲卤制品行业处于领导地位（1）

- #2 收入排名中国第二大的休闲卤制品公司（2）
- #2 零售额排名中国第二大休闲卤制品品牌（2）
- #2 拥有中国休闲卤制品行业第二大的自营门店网络（3）
- #1 2015年品牌认知度和满意度位列第一
- #1 线上收入排名中国最大的休闲卤制品公司（2）



注
1. 根据弗若斯特沙利文行业报告及基于中国20个城市2,000多个消费者的访谈
2. 截至2016年6月30日过去12个月
3. 截至2016年6月30日

2 周黑鸭具有独特竞争优势

TBU

广受欢迎的产品满足顾客需求

高品质的产品带来忠实客群

- 严格的原材料质量控制
- 广受各地消费者欢迎的口味
- MAP包装方便卫生、引领行业升级
- 适合多种休闲娱乐消费场景

“会娱乐更快乐”的品牌推广吸引年轻客群

传统作坊

VS

周黑鸭生产线

电商渠道和自营门店渠道快速发展

3 经验丰富、具有远见的管理团队推崇顾客第一的企业文化

TBU

执行董事

周富裕

- 董事会主席及公司创始人
- 超过20年休闲卤制品行业经验
- 负责制定集团整体发展策略

郝立晓

- 执行总裁及执行董事
- 全面负责集团战略、运营及投资

朱于龙

- 执行董事
- 负责就集团发展战略提供意见并监督执行

胡佳庆

- 执行董事
- 主要负责集团生产管理、质量控制及研发

文勇

- 执行董事
- 主要负责集团供应链管理

稳定、经验丰富的管理团队

- 高级管理层团队骨干成员在休闲食品行业平均具备**超过十年的经验**
- 其中许多成员自公司成立时起就开始在公司任职

富有远见，推动休闲卤制品行业的变革

- 升级业务模式，推动中国休闲卤制品行业变革
- 管理团队已建立一套完善的企业管理体系，支持公司持续稳健增长

推崇顾客第一的企业文化

- 高级管理层将顾客第一作为企业价值观
- 企业运营以顾客体验为核心，通过产品、渠道、营销的不断改进增强客户忠诚度

4 严格的质量保证体系和高效有力的供应链管理保障食品安全

TBU

完善严格的质量保证体系

原材料采购

- 从国内领先家禽加工企业直接采购
- 香料自其原产地采购
- 对供应商设施进行定 期抽查及年度检查

产品生产

- 严格的生产安全和质量标准
- 厂房设置不同洁净区
- 对半成品进行抽查
- 定期清洗消毒生产设备

存货管理

- 标准化的存货仓储规程
- 实时监控存货水平，确保原材料和产成品的新鲜度和质量

冷链物流

- 冷链物流，车队配有先进设备以保持产品质量
- 全面清洁消毒车辆，每轮交付后按质量控制标准检查

门店销售

- 严格的门店卫生和服务制度和管理
- 能够识别及锁定过期或有问题批次产品
- 质量控制人员定期全面检查

高效有力的供应链管理体系

- 供应链管理体系将采购、加工、物流、存货以及门店销售所有重大运营数据进行统一中央管理
- ERP及POS系统实时追踪门店存货水平，通过智能补货系统及时调整门店产品供应
- 周黑鸭是国内少数实现产成品可追溯至主要原材料的休闲食品公司之一