



中国卤味
周黑鸭



2024年中期业绩交流会

周黑鸭国际控股有限公司

2024年8月



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本公司、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本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本公司经营、其未来发展计划、市场（财务及其他）状况、发展前景及本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、不确定性及超出本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。本公司明示恕不就更新该等前瞻性声明承担任何责任。



中国卤味
周黑鸭

目录

业绩概览

策略回顾

下阶段战略重点

中长期展望



财务摘要

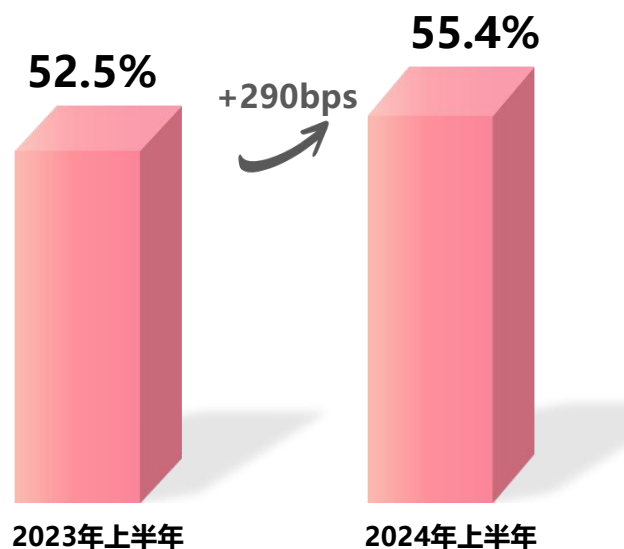
	2023年 截至6月30日止6个月 (千元人民币)	2024年 截至6月30日止6个月 (千元人民币)	2023-2024年同比
收入	1,414,764	1,259,511	-11.0%
毛利	742,813	697,657	-6.1%
除税前利润	147,396	56,769	-61.5%
净利润	101,742	32,913	-67.7%
运营相关净利润*	102,308	58,673	-42.7%
经营性现金流净额	156,604	193,751	+23.7%

*注：剔除分占联营公司溢利与亏损的影响

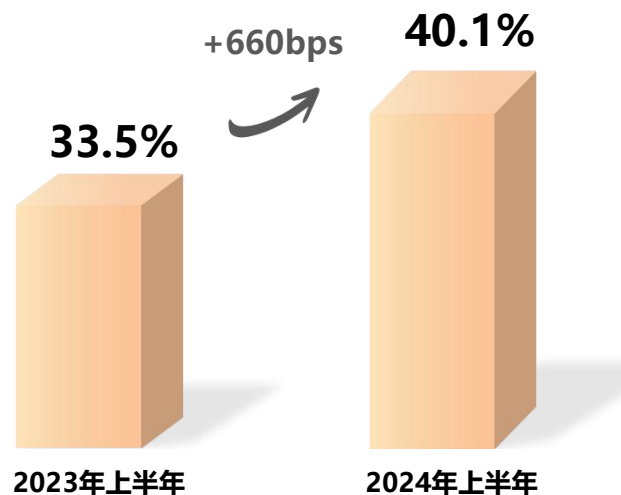


核心财务指标表现

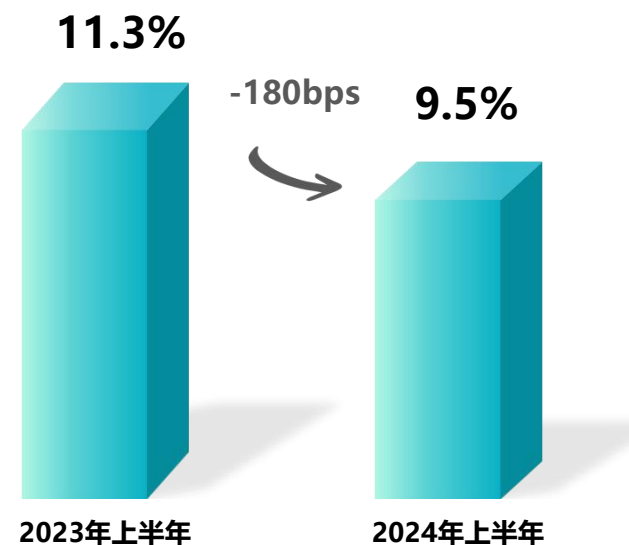
毛利率



销售费用率



管理费用率





中国卤味
周黑鸭

目录

业绩概览

策略回顾

下阶段战略重点

中长期展望



2019-2024

未来

过去几年做对了什么事情

>

直营+特许双轮驱动的商业模式具有更强的持续抗风险能力

>

品牌渗透率明显提升，成为真正的全国性品牌

>

坚持优化整合供应链能力，毛利率保持行业先进水平



有什么不足需重点改善

>

品牌老化：营销做的不精准、创新不够，忽视了对年轻原点人群的培育

>

忽视了会员体系及私域运营建设

>

高价值市场投放资源不足；针对不同的门店场景没有差异化设计

>

门店管理不够精细，一线店员活力没有被充分调动，顾客消费体验不佳





中国卤味
周黑鸭

目录

业绩概览

策略回顾

下阶段战略重点

中长期展望

营销要做得更年轻、更时髦、更具场景化、更具情绪价值



重视对原点人群的培育——大学生群体是关键



原点人群大学生-专项营销

开学季、毕业季深入互动

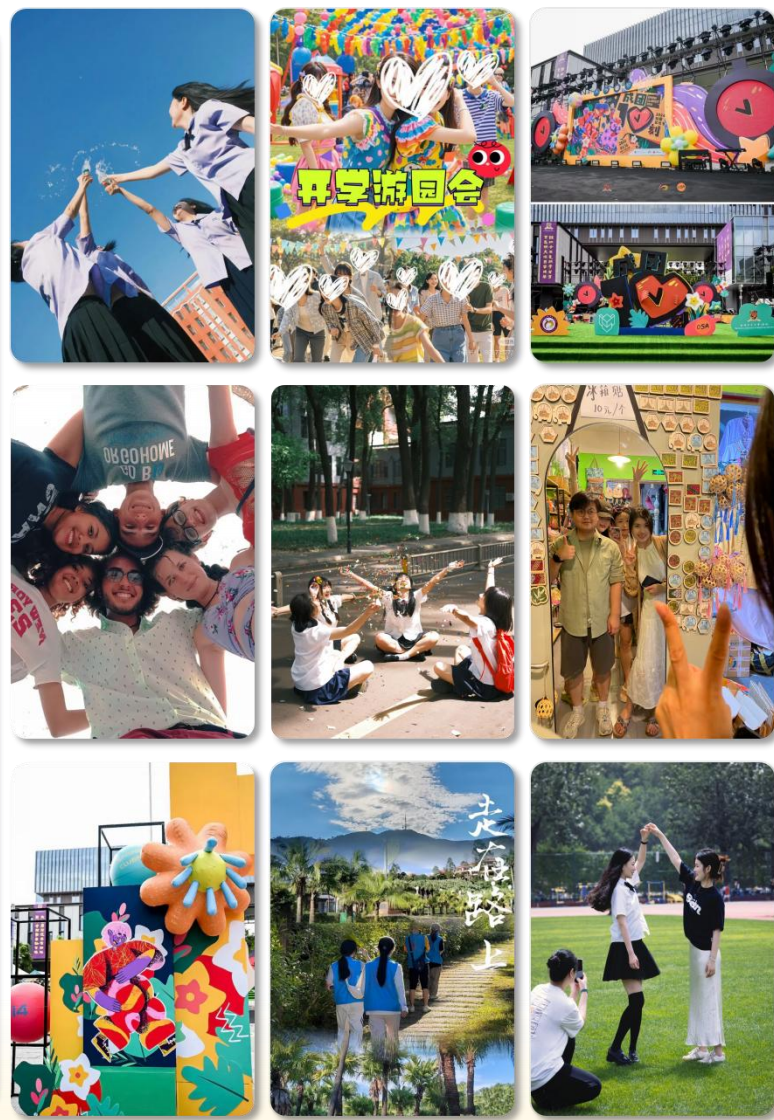
原点人群专属优惠

专项高校营销计划，加大费用支持

Hi 周黑鸭 你好！新同学 请客

小盒锁骨免费吃

活动规则：加入鸭鸭会员出具学生证明可领取小盒锁骨兑换券1张，限量5万份，送完即止。



加强会员体系及私域运营建设



系统升级

小程序成功集成
到家、到店、到
货等多元场景

权益升级

打造会员权益体
系，提升会员活
跃度、复购率

运营升级

扩大流量池入口，
私域沉淀效率提升

➤ 增加储值，提升复购，扩大会员数量，增加会员消费占比

加强门店精细化管理，激发一线员工活力



销售PK激发一线员工自主创新

萃取标杆案例，全国分享复制

高频复盘，良性竞争，奖励优胜



散卤重回江湖，多元化的产品组合适应不同的门店场景



截至6月30日

“ 湖北地区二合一
门店 达127家

“ 客单数显著提升

“ 持续测试为全国推
广打磨最佳模型

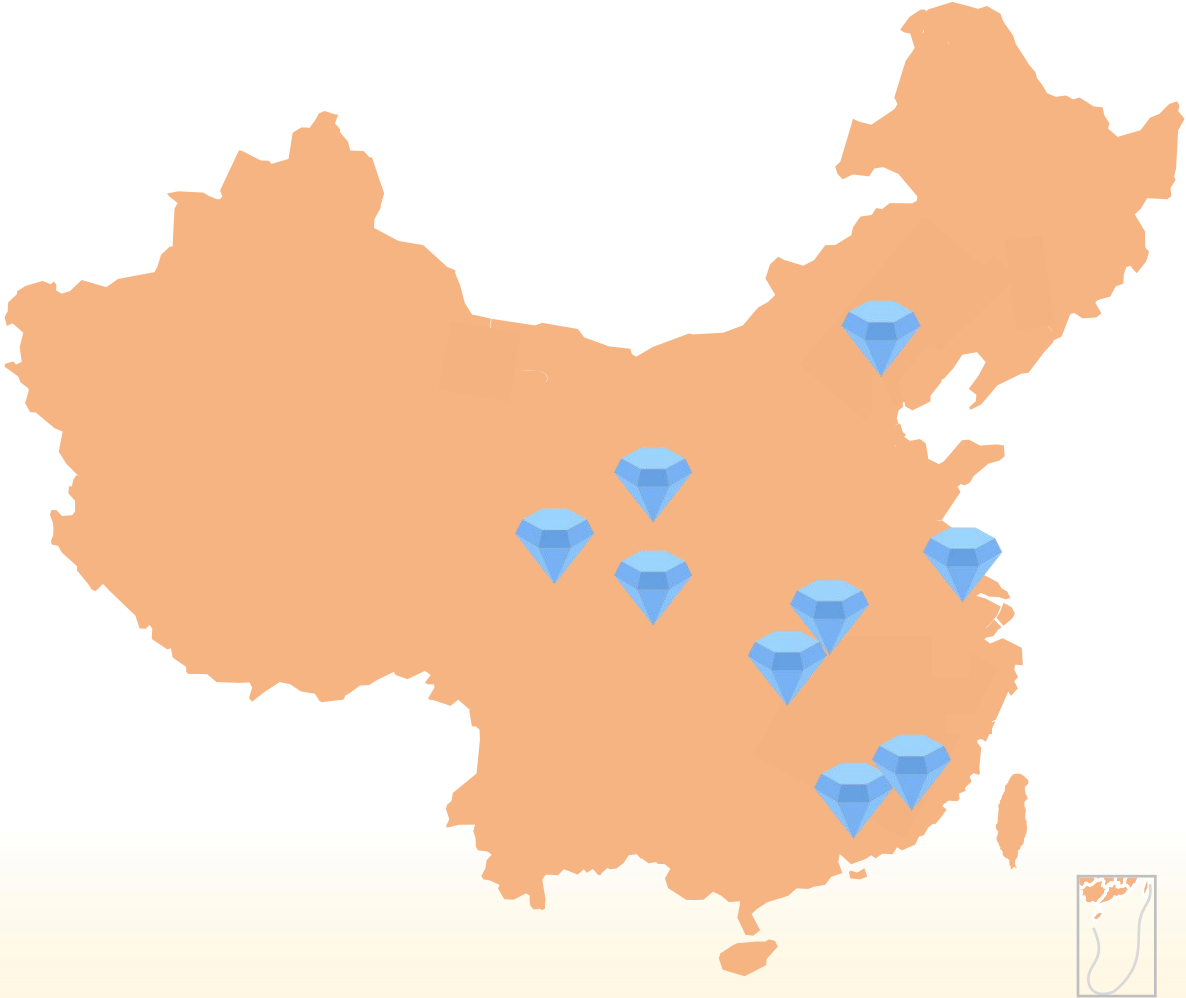


力出一孔聚焦高价值市场



市场分类	主要考量
 核心市场	收入份额高、利润贡献大、供应链成本低、市场份额有优势、品牌势能高、组织能力强
 重点市场	收入份额高、利润贡献大、市场增长潜力大、供应链成本低、品牌势能较好、组织能力较强
 发展市场	市场大，增长潜力较高、供应链成本中低、产品匹配度高、品牌可培育、组织高能力或客户资源好，但目前收入份额尚低
 新兴市场	市场潜力大、中低组织能力，成本较低、盈利中等、拓展投入大，但可借助外部资源发展，灵活渠道策略
 策略收缩	有一定供应链优势、但是品牌和团队无优势，可聚焦局部市场或选择灵活渠道发展策略
 退出市场	无大的增长机会，无供应链优势；2-3年内战略性退出市场

针对市场特点制定差异化策略





中国卤味
周黑鸭

目录

业绩概览

策略回顾

下阶段战略重点

中长期展望

中长期展望

引领中国的零食品牌风尚

最受年轻人喜爱的零食品牌

让周黑鸭走向世界





谢谢聆听
THANK YOU