



周黑鸭国际控股有限公司 2017年全年业绩发布

2018年3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

2017年全年主要亮点

着重于战略性地区和区位，继续扩大门店网络

持续提升生产效率，优化并扩大全国产能布局

创新生产工艺，新产品有效增大潜在市场规模

通过会员大数据技术得到精准的客户画像，并展开针对性营销

深化娱乐营销战略，提升品牌营销投入和效率

扩大电商平台，优化外卖业务，提升与门店的协同效应

主要数据概览

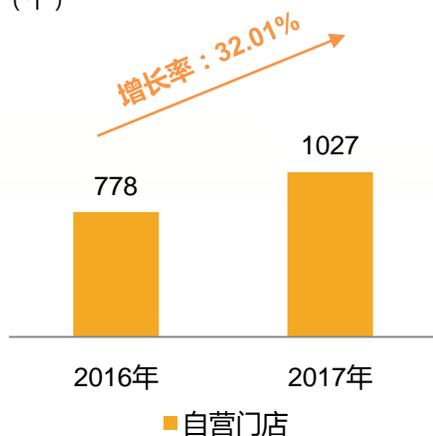
财务摘要

(千元人民币)

	2016年	2017年	16-17年增长率
收入	2,816,489	3,248,943	15.4%
毛利	1,755,102	1,979,723	12.8%
除税前溢利	963,366	999,414	3.7%
净利润	715,611	761,628	6.4%

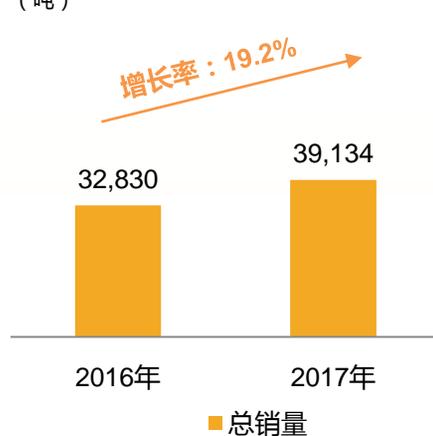
自营门店数目

(个)



总销量

(吨)



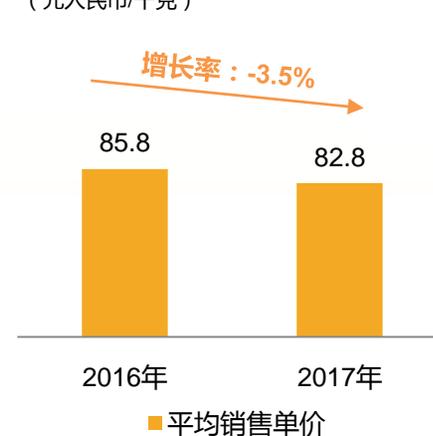
客单价

(元人民币)



平均销售单价

(元人民币/千克)





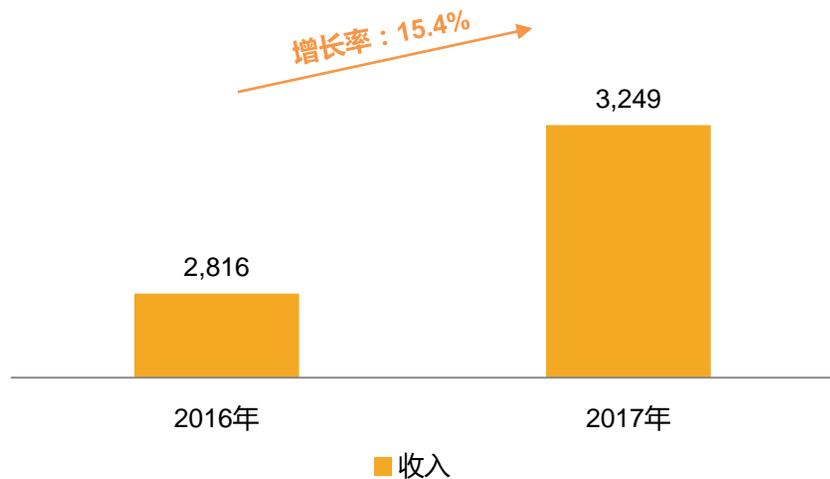
第二部分

财务亮点

财务数据分析

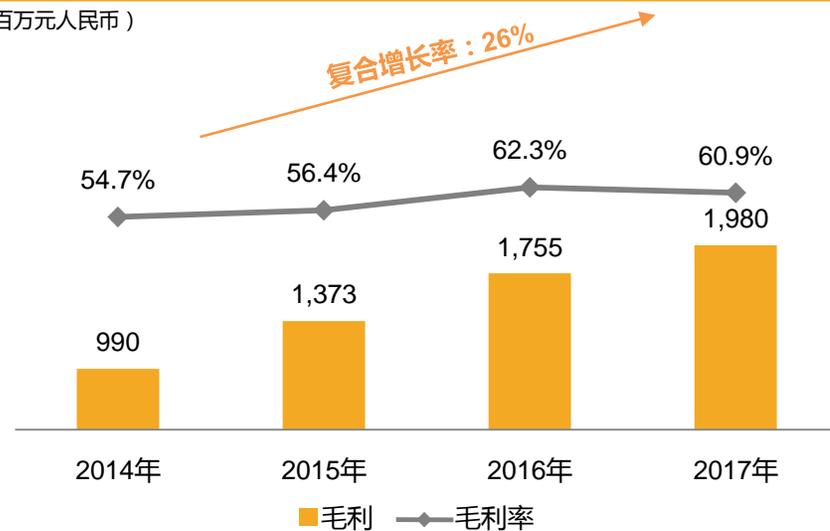
收入

(百万元人民币)



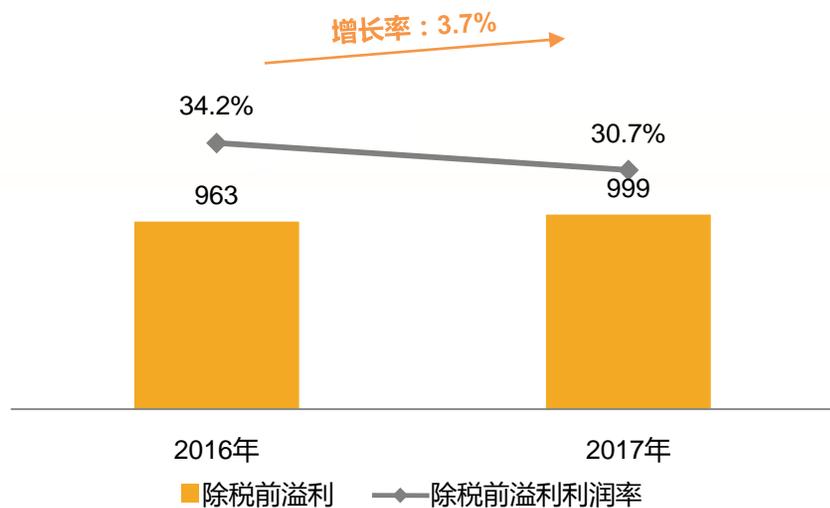
毛利

(百万元人民币)



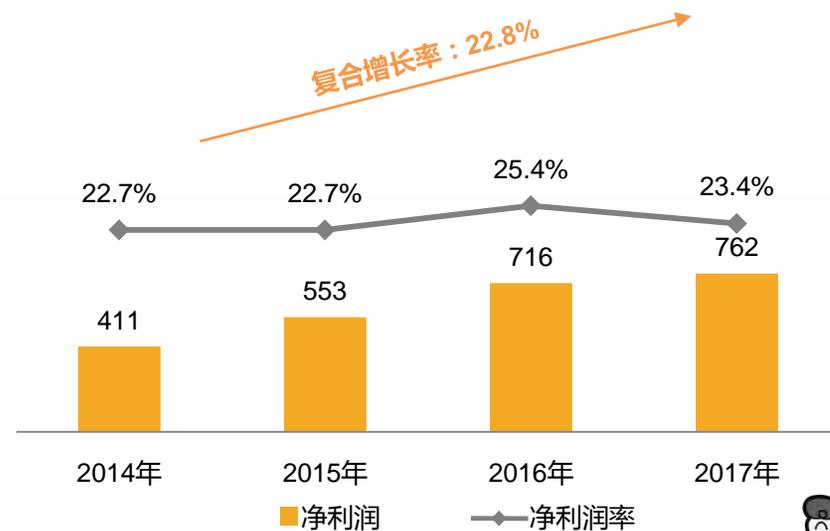
除税前溢利

(百万元人民币)



净利润

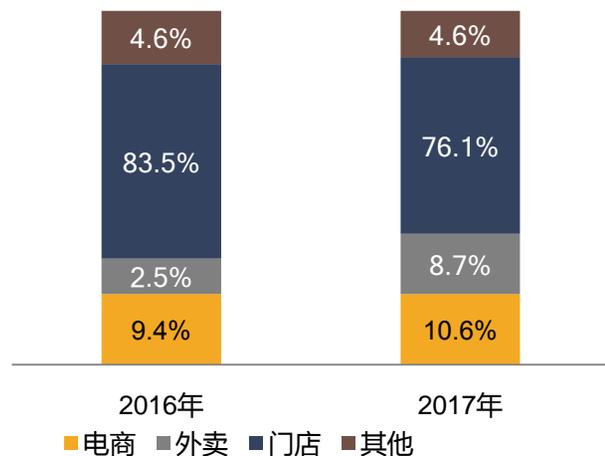
(百万元人民币)



销售及分销开支

收入结构图

(%)



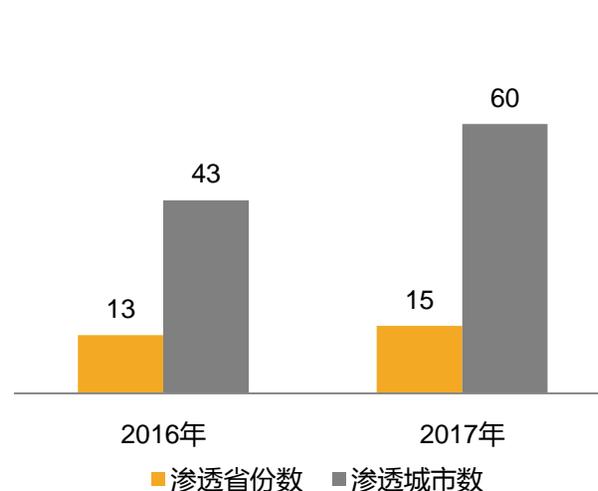
外卖收入

(百万人民币)



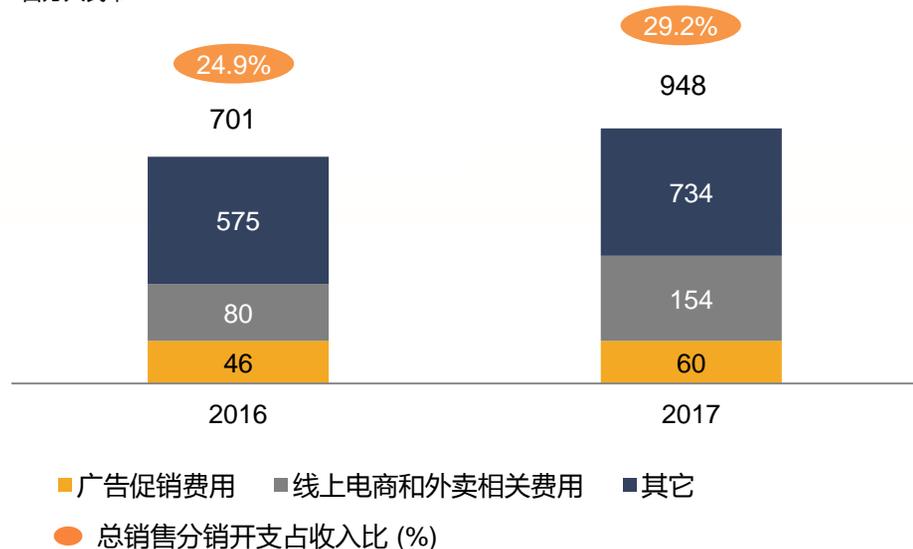
门店城市渗透情况

(个)



销售及分销开支细分

百万人民币



- ✓ 2017年，公司继续在线上宣传和推广活动方面发力，与各外卖平台展开合作，电商及外卖业务的销售及分销开支增加。这与公司拓展电商和外卖业务的发展战略相符，为未来强劲增长提供动力
- ✓ 门店销售网络继续稳定铺展的同时，租赁开支和广告开支随着收入略有增长



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

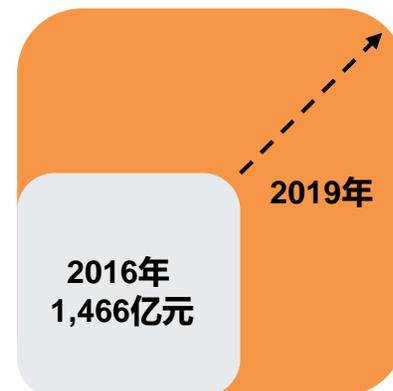


年轻消费群体渐成主流，购买力和购买意愿增强

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⁾



小龙虾行业市场规模⁽²⁾

消费升级的大趋势下零售形态不断进化，创新是零售企业的立足之本



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
2. 中国农业部渔业渔政管理局，全国水产技术推广总站，中国水产学会

着重于战略性地区和区位，继续扩大门店网络

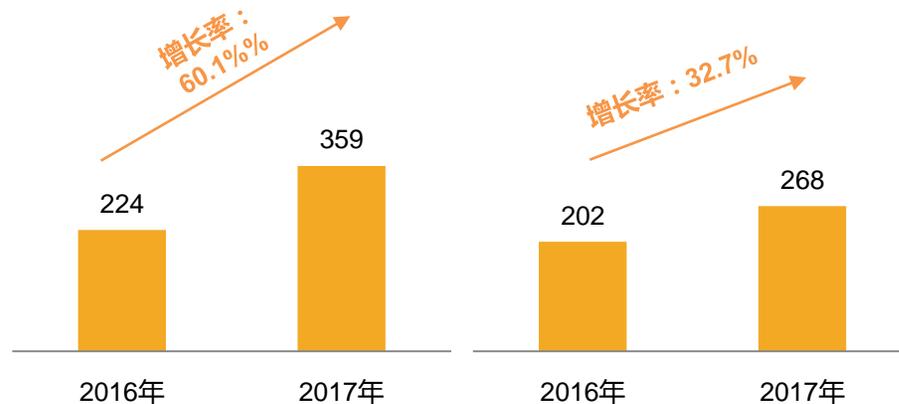
门店稳健扩张，线下网络覆盖更广泛

- ✓ 目前周黑鸭拥有**1027**间自营门店，覆盖**15**个省、**60**个城市⁽¹⁾
- ✓ 新进入安徽、山东两大省份以及17个城市⁽³⁾
- ✓ 2017全年新开门店**313**家，关闭**64**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
- ✓ 随销售网络不断深入，全国各地区销售更加平衡，有助于公司进一步提升未来增长并分散风险

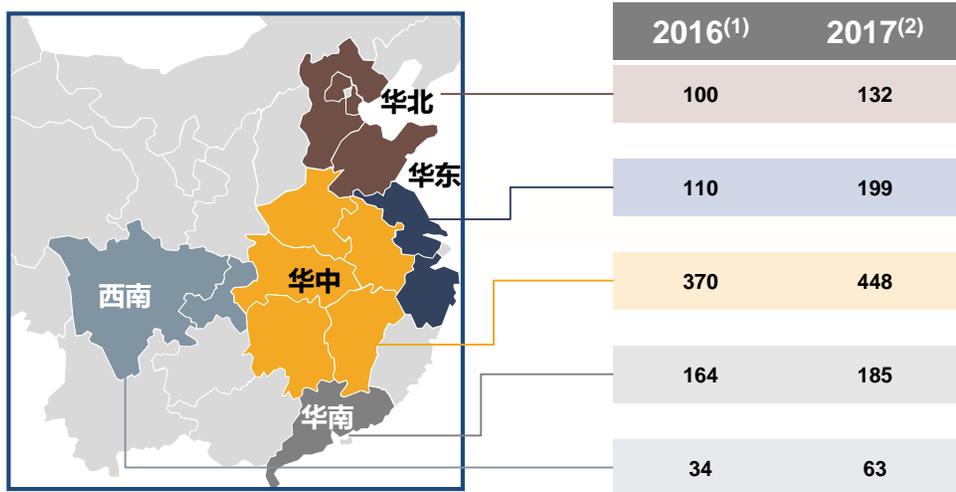
华东市场地区显著增长，华北地区潜力巨大

- 华东地区收入⁽²⁾
(百万元人民币)

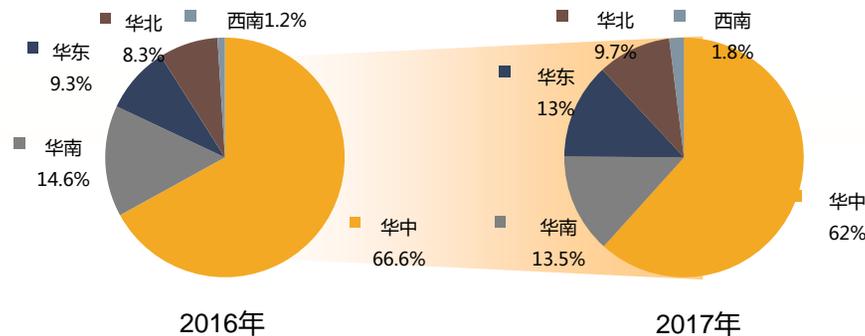
- 华北地区收入
(百万元人民币)



2017年各区域门店分布及收入情况



- 华东地区收入占比显著增加，公司收入来源更为平衡



注

1. 截至2017年12月31日

2. 仅包括自营门店数量

3. 17个城市包括广水、武穴、宣城、洛阳、绍兴、常州、南通、扬州、九江、湘潭、佛山、惠州、揭阳、石家庄、青岛、济南、合肥

着重于战略性地区和区位，继续扩大门店网络（续）

战略性的自营门店布局

- ✓ 2017年全年，合计拥有逾300间交通枢纽⁽¹⁾店
- ✓ 继续在交通枢纽及周边增开新店，提升品牌形象和知名度，同上海地铁合作并取得良好成效
- ✓ 一二线城市存在巨大增长空间，公司在人均收入较高的华东地区重点发力，取得了良好成绩



交通枢纽店



商圈店

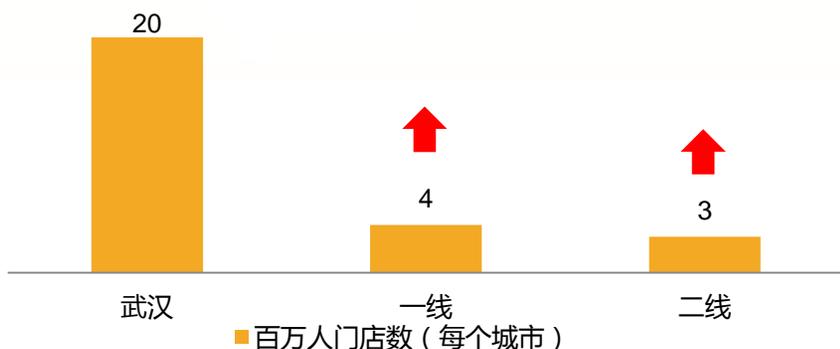


校园店

交通枢纽地区⁽¹⁾和一/二线城市门店渗透率仍存在巨大提升空间

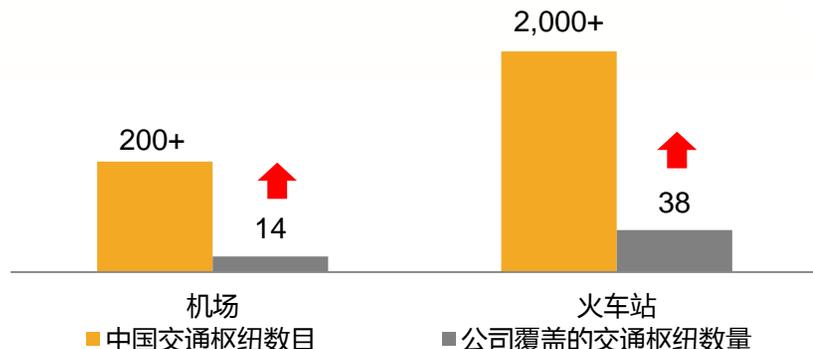
- 相比武汉，周黑鸭已经覆盖的其余一/二线城市存在巨大增长空间

(每百万人门店数)⁽²⁾



- 交通枢纽门店渗透率存在巨大提升空间

(个)



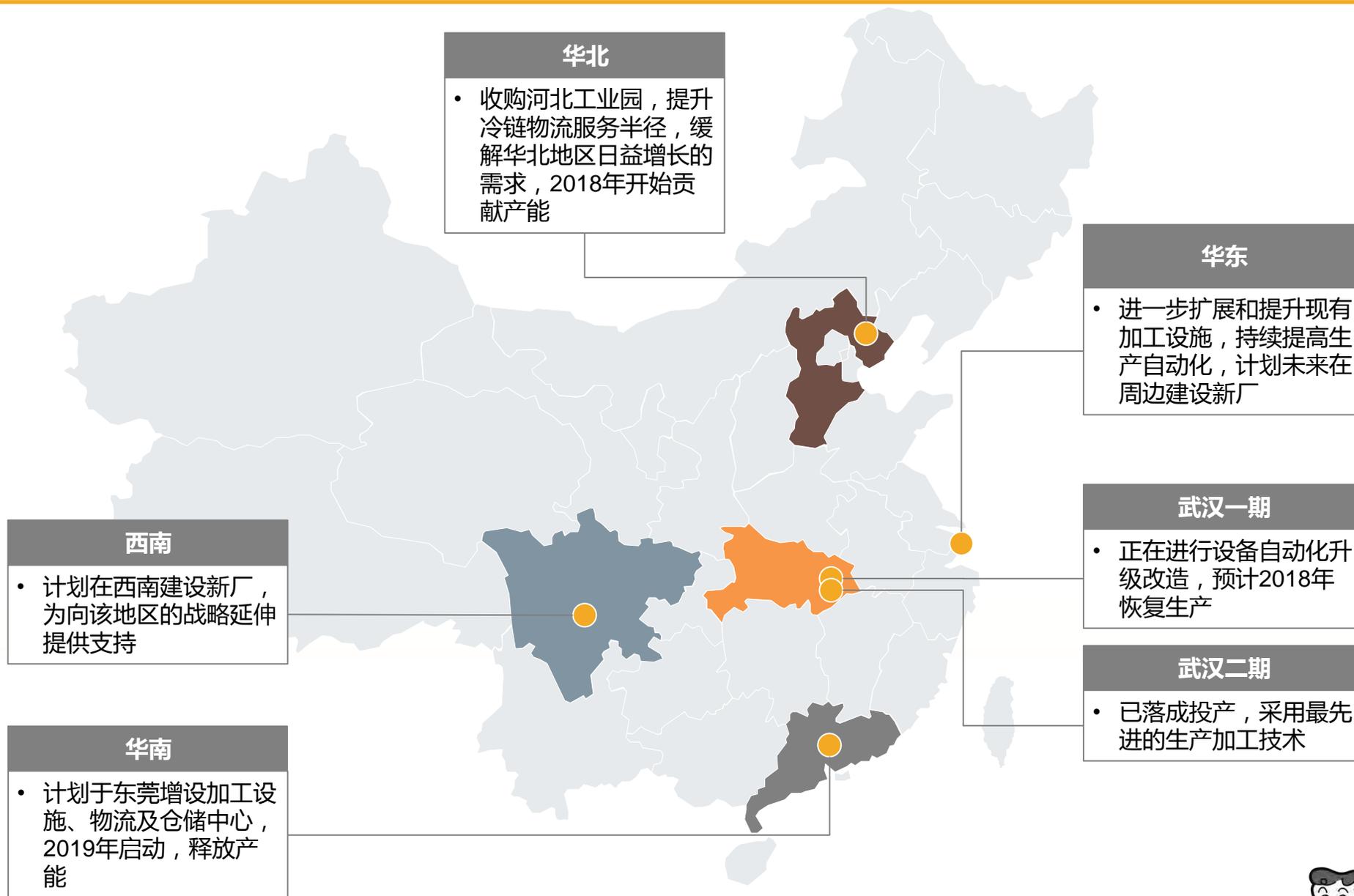
注

1. 公共交通基础设施，例如机场、火车站及地铁站和交通基础设施周边的配套设施。中国交通枢纽数目为截至2015年末数据，源于弗若斯特沙利文报告；公司自营门店覆盖的机场和火车站数目为截至2017年12月31日数据

2. 5个一线城市包括北京、上海、广州、深圳和天津，12个二线城市包括武汉、重庆、东莞、长沙、南京、苏州、南昌、杭州、宁波、无锡、郑州和成都。进驻二线城市每百万人门店数的统计不包括武汉市，门店数据截至 [2017年12月31日]

持续提升生产效率，优化并扩大全国产能布局

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



创新生产工艺，新产品有效增大潜在市场规模

进入潜力巨大的小龙虾市场，打通产业链各个重要环节

稻田养殖



超声波清洗

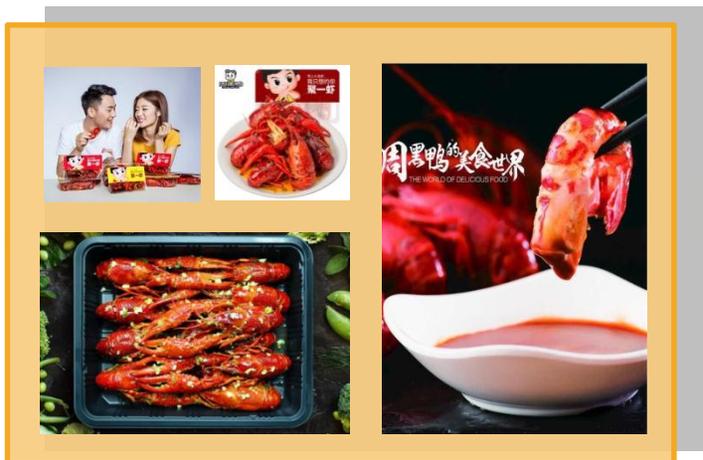


现代化工厂



- ✓ 小龙虾产业链经济总产值超过1400亿，市场潜力巨大⁽¹⁾
- ✓ 周黑鸭打通产业链主要环节，并通过技术创新成功突破小龙虾存储和季节性消费的局限

小龙虾优质安全，全季节供应



1 突破季节限制，实现全季节供应小龙虾

2 小龙虾原材料经严格挑选，确保优质

3 严格管控食品安全，消费者放心选择

注

1. 根据农业部报告，2016年数据

通过会员和大数据技术得到精准的客户画像，并展开针对性营销

通过电子会员、门店定位和移动支付技术收集分散的客户信息，通过大数据分析客户画像并作出精准营销



电子会员卡



门店定位技术



移动支付



会员画像

姓名	周丫丫
性别	男
出没位置	武汉大学
职业	大学生
消费者习惯	常使用外卖下单 最常购买鸭舌 关注旅游活动

线上会员已超过千万

电子会员 数据分析 客户消费习惯

移动支付 消费额度 定向营销

周黑鸭

会员生日 客户反馈 鸭脖 小龙虾

“学校门口好像开店了” 精确定位

会员线下活动 新品研发

大数据分析客户群，定向精准营销



会员游巴厘岛



尝鲜小龙虾



专属折扣

深化娱乐营销战略，提升品牌营销投入和效率

- 网红直播，微信微博互动增强品牌热度，提高客户忠诚



社交媒体异业合作

- 紧跟时令节气及节假日热潮，重新定义消费场景



打造场景式消费



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

品牌形象全国延伸

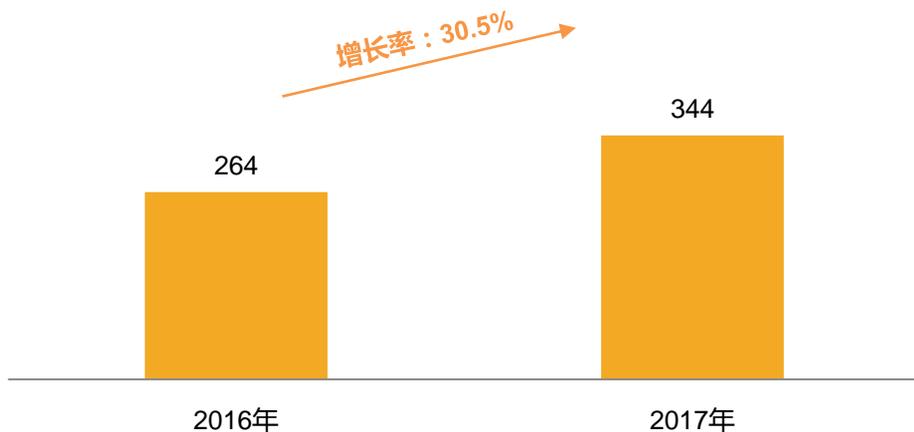


- 助力马拉松、冠名樱花节、地铁及车站广告投放，打造活力品牌形象

扩大电商平台，优化外卖业务，提升与门店的协同效应

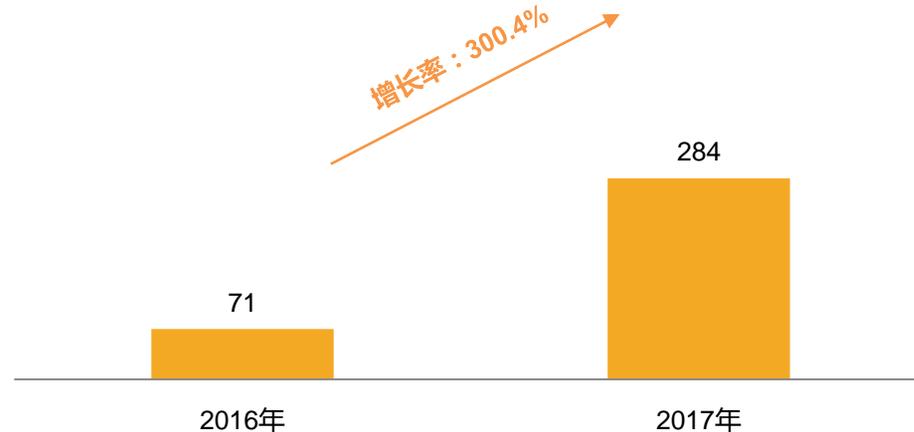
电商业务收入持续增长

(百万元人民币)

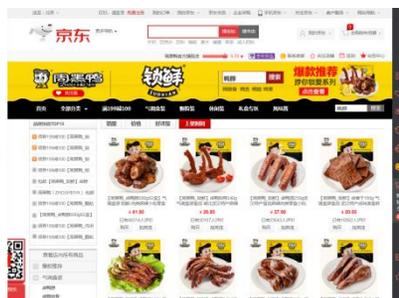


外卖收入增长势头迅猛

(百万元人民币)



扩大电商平台，优化外卖业务



京东官方店



天猫官方店



外卖业务



饿了么+周黑鸭超级品牌日活动



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

技术创新及品类创新



3

深化大数据的开发及利用，加强会员权益



4

吸引年轻消费群体，打造特有的文化及生活方式



5

加强行业资源合作及整合



6

加强人才建设和优化组织流程





附录

公司概况

公司历史沿革

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 and 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，2017年全年收入贡献超过10%

推出固定重量MAP和颗粒真空装产品



2015年

2017



创新突破

- 推出小龙虾、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

中国领先的休闲卤制品品牌及零售商

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

中国领先的休闲卤制品品牌及零售商（续）

周黑鸭具有独特竞争优势

休闲卤味行业主要竞争壁垒



安全可靠的
产品质量



稳定高质量的
原材料



先进的生产加工
工艺



品牌知名度



便利的销售终端



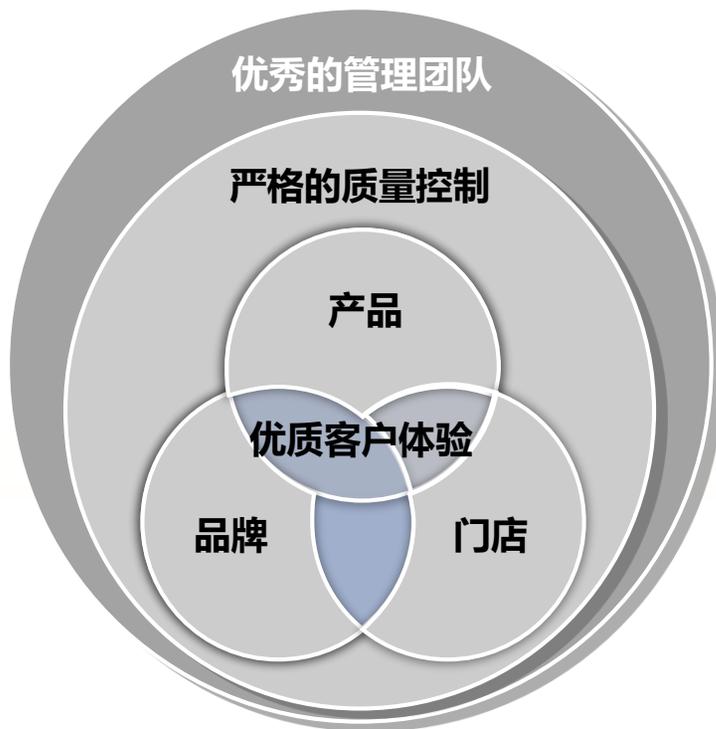
优质门店管理和
客户服务

周黑鸭的领先的竞争优势

- 供应链各环节实施严格的质量控制，成功实现原材料可追溯
- 率先将散装产品完全升级为MAP产品
- 同中国领先禽类供应商稳定合作
- 严格的采购标准和入库检验程序
- 香料原产地直采
- 先进的、自动化生产加工设备
- 进口MAP生产线及高品质包材
- 品牌形象鲜明
- 2015年品牌知名度和满意度排名第一⁽¹⁾
- 覆盖15个省份及直辖市的60个城市⁽²⁾
- 门店人流量高的区域
- 快速发展线上销售、经营15家线上店铺⁽²⁾
- 客户至上的企业文化
- 完善的管理体系

坚持顾客第一的企业价值，以优质客户体验为核心

- 1 广受欢迎、安全卫生、食用方便的产品
- 2 享誉全国的品牌并拥有年轻有活力的品牌形象
- 3 严控终端产品质量和服务的自营门店网络



注

1. 根据弗若斯特沙利文行业报告及基于2015年中国20个城市2,000多个消费者的访谈

2. 截止于2017年12月31日