

## 中饮巴比食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-0603

|               |   |
|---------------|---|
| 投资者关系活动类别     | <input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访<br><input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____   |
| 参与单位名称        | 参加 2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会的投资者   |
| 时间            | 2025 年 6 月 5 日 13:00 - 14:45  |
| 地点            | 上证路演中心 <a href="https://roadshow.sseinfo.com">https://roadshow.sseinfo.com</a><br>视频+网络文字互动   |
| 上市公司出席人员      | 董事长、总经理：刘会平<br>独立董事：万华林<br>董事会秘书、财务总监：苏爽<br>证券事务代表：马晓琳  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、尊敬的管理层您好，过去几年单店受大环境影响承压，但目前环比逐步改善。中期来看，单店营收除了增加门店客流量，还要注重提升客单价。请问，暂不考虑产品涨价的前提下，公司是否有思考过如何提升客单价？中晚餐和巴比的早餐品牌认知是否有一定冲突，有无其他门店发展的构想？比如扩展饮品品类等？</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，第一、公司的产品属性为刚需、高频、高性价比的产品，我们将根据市场发展环境和消费者需求变化，通过不断研发新品，以及推出套餐组合等方式，不断优化产品的定价和营销发展策略；第二，公司仍将继续结合门店特点依托外卖平台拓展中晚餐消费场景，其运营模式集中在线上，与线下业务有所区隔，能为消费者提供更加丰富的中晚餐产品选择。公司将继续推进门店营业额提升的各项优化举措，不断提升单店营业额。谢谢！</p> <p>2、证券事务代表是否会参与公司的战略规划？请问证券事务代表：如何评价公司的战略规划？是否有什么建议来进一步优化公司的战略？</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！感谢您的建议，公司始终坚持落实业务全国化布局和双轮驱动战略，牢牢把握高质量发展主线，在该战略的指引下，公司多项工作取得了积极成果。展望未来，公司将持续落实该发展战略，不断提升加盟门店和团餐的竞争优势，扩大销售规模，推动公司长期健康发展。谢谢！</p> <p>3、刘总您好，请介绍下 1. 宠物食品方面的战略，以及如何应对人用食品和动物用食品都生产，在食品安全，品牌，消费者情绪等方面管理的考虑。2. 堂食（类似扒包店）是否有新的战略布局。3. 分红方面未来是否能持续提高股息率，谢谢！</p> <p>回复：尊敬的投资者，您好！在宠物食品方面，公司目前已设立宠物食品子公司，与上海新兴宠物鲜食品牌“派特鲜生”达成了供应合作，未来公司将利用在供应链等方面的优势逐步试水进入宠物食品赛道，逐步投入更多的力量和资源，提供更健康、安全和好吃的宠物食品，助力其成为公司长期业务增长点。在堂食店方面，扒包店和面食馆这类新业态将作为公司未来发展储备机会点。在分红方面，公司有能力且有意愿维持较高的分红比率，以回报长期股东。谢谢！</p> |

**4、苏总您好，请介绍下4-5月份新店拓展，闭店率，单店盈利情况，是否同比转正？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司4、5月份华东区域门店订货额中位数已同比转正，闭店率保持稳定，谢谢！

**5、请问公司在品牌和市场推广方面有哪些新的举措？公司如何看待自媒体渠道在品牌推广中的作用？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司致力于打造全方位品牌营销体系，在新媒体营销领域重点布局抖音、小红书、微信视频号三大核心平台，形成“头部平台扩声量、垂直平台精渗透、私域流量强转化”的三维矩阵，持续增加品牌曝光率和美誉度。同时，公司着力构建以“巴比平哥”为核心的个人IP驱动生态，通过系列短视频输出行业洞见，增强用户粘性，为业务拓展提供强劲动能，最终实现品牌价值与企业效益的双向提升。

公司认为自媒体渠道在品牌推广中作用重大，可以精准触达目标受众，提升品牌知名度与认知度，通过互动增强用户粘性和忠诚度，借助多样内容形式塑造独特品牌形象，还可实时监测反馈，助力企业调整策略，以低成本实现高效推广。谢谢！

**6、请问公司除了包子外，正在开拓堂食巴比、扒包、面食等新店型和新品类，目前进度如何？公司又是如何看待这些新店型和新品类的未来发展？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司目前已在华东区域下沉市场逐渐铺设了一批堂食门店，目前单店模型表现较好，扒包店和面食馆项目仍在持续进行产品和单店模型的打磨，门店模型成熟后将逐步开放市场加盟。公司对新店型和新品类的尝试主要是为满足下沉市场消费需求和赋能公司加盟门店单店模型的优化，从而为公司连锁加盟业务储备更多发展机会和增长可能。谢谢！

**7、请问公司今年分红率提高了很多，未来这样的分红率可否持续？公司在分红制度上有哪些管控措施？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！保持较高的分红率是可持续的。一方面公司制定并披露了《未来三年分红回报规划》，对分红作出制度性安排，提出了分红最低下限的要求，以保持分红政策的连续性和稳定性。另一方面，除上海第二中央厨房外，公司未来3-5年的产能投放相关的资本开支已基本完成，因此公司有能力将分红率维持在相对较高水平。同时，公司有意愿为长期持有公司股票的投资者提供良好的分红回报，将用实际行动回馈股东们一如既往的信任与支持。谢谢！

**8、请问公司2025年整体的费用投放情况如何？规模效应是否会对冲部分费用投放的增长？随着工厂布局的逐步完成，公司如何利用规模效应来提升利润率？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2025年公司将加大加盟门店拓展的政策支持力度，并加强线上营销宣传力度，将巴比品牌的理念和战略传递到更多的消费者，因此预计2025年销售费用会随收入规模相应增长，整体费用率预计较2024同期基本持平。目前，公司未来3-5年的产能投放相关的资本开支已基本完成，未来随着产能利用率的提升，毛利率将进入逐步爬坡阶段，公司将通过深耕主业扩大销售规模、精益生产、提升组织效能等方式，使公司期间费用率和净利润率水平保持稳定。谢谢！

**9、请问公司2024年度及2025年第一季度的团餐业务表现如何？未来有何规划？公司如何利用全国五大中央厨房的产能布局来拓展团餐业务？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司大客户及零售业务2024年度实现

收入 3.80 亿元，同比增长 15.3%；2025 第一季度实现收入 9,311 万元，同比增长 11.7%，占公司整体收入比例突破 25%。2025 年，公司一方面将继续依托盒马、美团等核心客户拓展业务，深挖客户当前及潜在需求，提供更优质的定制产品服务以满足客户个性化销售场景的搭建，同时开发更多线下渠道的高势能客户。另一方面，公司将利用现有全国五大中央厨房的产能布局，逐步构建全国经销商体系，以更具竞争力的价格和服务拓展团餐业务，推动团餐业务继续以较快速度增长。谢谢！

**10、请问公司 2024 年度及 2025 年第一季度的线上业务发展情况如何？外卖业务的渗透率有何变化？盒马和美团等第三方平台的合作情况如何？这些合作对公司业绩有何影响？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2024 年加盟门店整体外卖渗透率约 15%，和往年的比例保持一致。公司与盒马和美团等第三方平台的合作主要涉及公司的团餐业务，目前盒马和美团都是营业额超过千万量级的团餐客户，增速明显。2024 年公司团餐收入 3.8 亿，其中，第三方生鲜电商平台等线上业务占比接近 20%。展望未来，团餐作为公司的重要业务布局，公司将通过提升客户定制服务能力水平，不断打磨大单品来巩固与现有客户的合作关系，提升合作深度，扩大销售规模；此外，公司也将持续拓展新的高势能渠道，不断探索新的渠道机遇，助力公司团餐业务的快速发展。谢谢！

**11、请问公司 2024 年度及 2025 年第一季度的门店业务有何变化？特别是单店收入缺口是否有所改善？华东区域与其他区域在单店收入上存在哪些差异？不同品牌门店（如：巴比、蒸全味、好礼客）的单店收入情况如何？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！截至 2025 年一季度末，公司加盟门店数量为 5,644 家，较 2024 年末的 5,143 家净增加 501 家；单店收入方面，由于青露等品牌的并表，整体单店收入呈下降趋势，剔除并表品牌的影响，公司同区域的可比单店收入的缺口呈逐季回升的态势，截至目前，该发展趋势仍继续保持。

不同区域和不同品牌的门店，受区域位置城市发展水平及经营管理能力不同的影响，单店收入情况有所差异，巴比门店华南、华中和华北区域约为华东单店收入的 50%-60%，蒸全味约为 50%-60%，好礼客约为 30%。谢谢！

**12、请问公司在 2024 年收购了哪些新品牌？这些品牌的整合进展如何？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2024 年公司收购了南京“蒸全味”品牌，并于 2024 年 4 月 30 日正式并入公司合并财务报表，目前该品牌已完成供应链端的整合，以及公司在门店经营端给予一定的赋能，以帮助该品牌提升运营效率，优化单店模型。谢谢！

**13、青露品牌的收购细节是怎样的？收购后对公司的业绩有何影响？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司于 2024 年 11 月与青露展开合作，2025 年 1 月达成股权投资合作协议，并于 3 月份完成了股权的工商变更登记手续。青露是以南京和无锡为主要地区的区域性领先品牌，旗下拥有青露品牌和无双品牌门店合计约 500 家。通过此次并购整合，公司将进一步提升在华东地区的市场占有率，同时，通过对青露品牌进行更多的扶持和整合，发挥双方的协同效应，促进青露品牌的进一步发展。谢谢！

**14、请问公司 2025 年的门店拓展计划是怎样的？如何平衡开店数量和质量？2024 年第四季度闭店数量较多，主要原因是什么？2025 年第一季度的趋势如何？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2025年，公司计划内生新开1000家门店，同时，也继续积极推进投资并购项目落地，不断提升市场占有率。公司在保持稳健开店的基础上，不断采取积极举措提升单店质量。2024年第四季度闭店数量较多，原因主要包括租约到期的续租问题，以及商圈变化、交通要道的改道改建、加盟商个人原因无法继续经营，经营不善无法为继等。相信随着公司各项经营优化举措的持续推进，单店收入的企稳回升，闭店率也将有所改善。2025年第一季度，公司继续积极推进开店工作，保证门店数量稳健增长，持续提升单店质量，做好门店经营管理工作，降低闭店率水平。谢谢！

**15、2024年财报显示加盟业务贡献主要收入，但2025年Q1单店收入缺口仍为3.7%，公司计划通过哪些具体措施（如产品升级、外卖渗透）在二季度实现持平？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司始终通过对加盟门店的精细化运营来提升其单店收入，改善单店模型，具体举措包括，不断改进优化门店招牌、电子菜单设计门店形象，调整改善门店设备及产品制作区域等店内布局，不断完善分级管理加盟商和加强外卖平台补贴支持等加盟商管理和服务体系等。谢谢！

**16、2024年现金分红率提升至68%，但2025年Q1经营性现金流为负，公司如何在保障分红的同时维持产能扩张（如湖南市场800家门店目标）？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！除上海第二中央厨房外，公司未来3-5年的产能投放相关的资本开支已基本完成，同时公司采取加盟模式扩张，资产模式较轻，因此公司能够持续保持较高的分红比例，以回报长期股东。谢谢！

**17、公司2024年ROE回升至12.3%（个人计算），但2025年Q1净利润同比下滑6.13%。在并购了蒸全味后，如何量化翻牌门店对ROE的长期贡献？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2025年第一季度归母净利润同比减少，主要系公司通过天津君正间接持有东鹏饮料股份，报告期内受东鹏饮料股票二级市场价格波动影响，产生公允价值变动收益以及间接减持东鹏饮料股份产生的投资收益比去年同期减少所致。2025年第一季度公司实现归母扣非净利润3,896.1万元，同比增长3.3%，继续保持了营业收入和扣非净利润双增长的良好态势。公司于2024年度并表的蒸全味品牌，将提升公司在华东地区的市场占有率和南京央厨的产能利用率，从而提升公司的经营效率。谢谢！

**18、2025年Q1销售费用率同比持平，但管理费用率因股权激励增加，公司如何平衡短期费用投入与长期ROE提升？能否量化股权激励对核心团队留存的贡献？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司实施的股权激励计划已于2024年10月份回购注销，2025年第一季度公司管理费用率下降0.08%，公司经营质量及管理效率稳步提升。谢谢！

**19、董事长在年报在有提到餐饮行业竞争加剧，质价比成为主导趋势。请问董事长：公司如何应对这种竞争趋势？是否有计划通过并购等方式进一步扩大市场份额？**

**回复：**尊敬的投资，您好！公司将继续认真贯彻落实全国化业务和双轮驱动战略，聚焦主业深耕细作，持续积累优势，以应对市场的不断变化。谢谢！

**20、2024年财报未披露重大食品安全事件，但行业竞品曾因原料问题引发舆情，公司如何通过制度设计（如供应商审核、质量追溯）降低**

|  |  |
|--|--|
|  | <p><b>此类风险？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司有严格的产品质量追溯制度、门店管理制度、健全的门店监督机制、良好的产品反馈机制，通过特许产品统一供应、加盟商培训、门店稽核检查等管理措施，最大限度地保证加盟门店产品质量和食品安全。谢谢！</p> <p><b>21、2024年财报显示部分原始股东持股解禁，公司如何确保减持计划披露的及时性与透明度？是否考虑设立减持预披露窗口期？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规以及《公司章程》等文件要求，履行信息披露义务。公司按相关规定披露定期报告及各类临时公告，将可能对公司的生产经营产生重大影响和对公司股价有重大影响的信息真实、准确、完整、及时、公平地向公众披露，以维护投资者的利益。谢谢！</p> <p><b>22、2024年机构调研频次同比增加30%，但2025年Q1股价仍有承压，公司如何将投资者建议转化为具体经营策略？能否披露或介绍调研问题TOP3的落地进展？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司非常重视投资者关系管理工作，积极与投资者进行沟通和交流，通过接听来电、“上证e互动”回复投资者提问、电话专线、专用邮箱等多种渠道加强与投资者的互动、交流，不断提升投资者沟通的便利性，并及时将投资者建议反馈至相关部门，搭建投资者与管理层双向沟通机制，保障投资者合法权益。谢谢！</p> <p><b>23、刘总您好，请从公司战略，业绩，分红方面阐述下，如何坚定长期投资者信心。</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！在战略方面，公司始终坚持业务全国化布局和双轮驱动战略不动摇，一方面积极通过内生增长和外延并购来提升门店数量，以及通过精细化运营不断优化单店模型，另一方面依据公司强大的产品研发及服务能力不断开拓团餐大客户，推动合作不断深化，进而更好的实现公司门店团餐业务双轮驱动，加快推动业务全国化布局的战略进程，以提升公司的市场占有率，实现公司业务的全面增长。</p> <p>在业绩方面，虽然市场环境和行业竞争态势不断发生变化，但是得益于早餐包点行业高频、刚需和高性价比的优势和公司深耕主业，采取多项有效经营策略，公司上市以来业绩实现持续稳定增长，门店数量不断扩张，截至2025年一季度末，公司已有超5600家加盟门店，分布在华东、华南、华中和华北等多个市场，市场占有率不断提升。</p> <p>在分红方面，自2020年底公司上市以来已发布5次利润分配方案，累计派发现金红利达4.76亿元；2024年，公司向全体股东每10股派发现金红利8元（含税），股息率4.25%，派发2024年度现金红利1.92亿元，占2024年度归属于母公司股东的净利润的69.29%。除此之外，公司积极开展回购，2024-2025年回购并注销金额股份超1.19亿元。展望长期，公司将继续贯彻上述发展战略，努力实现业绩的稳步增长，通过分红和回购等方式积极给予长期股东更好的回报！谢谢！</p> <p><b>24、公司通过君正投资间接持有东鹏饮料股份，此类投资是否涉及与主营业务无关的关联交易？独立董事如何监督此类投资的合规性？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司该项投资发生在公司首发上市之前。公司上市后，独立董事将根据相关法律法规及公司章程等规定密切关注并监督此类投资的合规性。谢谢！</p> <p><b>25、请问4、5月份单店营收缺口方面，华东是否已经转正了呢？</b></p> |
|--|--|

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司4、5月份华东区域门店订货额中位数已同比转正，谢谢！

**26、请问一下，目前公司单店盈利改善是否符合公司预期了，对于友商三津食品是否有业绩竞争压力？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司持续落实对加盟门店的精细化运营，在门店形象、店内布局和门店运营等方面不断赋能，以推动单店模型的优化，目前单店模型正处在持续改善中。谢谢！

**27、公司2024年的营业总成本为303,816,612.42元。请问财务总监：认为公司的成本控制是否有效？是否有进一步降低成本的空间？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！得益于公司整体运营效率和管理效能的提升，2024年公司各项成本基本保持稳定。展望未来，公司将持续推进精益管理，不断优化研发、生产和物流等全流程，以更好地实现提质增效。谢谢！

**28、董事长在致股东信中提到单店收入持续下滑是不争的事实。请问董事长：公司计划采取哪些具体措施来改善单店收入情况？是否有针对性的营销策略或运营模式调整？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！为保持和进一步提升公司加盟门店行业竞争力，近年来公司持续开展单店模型的改善，力求全面贯彻落实加盟门店的精细化运营。第一是践行鲜食好吃战略，实现食材12小时直采到央厨，最大程度保证产品新鲜。第二是门店形象及布局优化升级，公司在门店招牌、电子菜单设计、包材、广宣标准模型方面不断改进优化，着力提升门店美观度和产品展示力；同时逐步调整改善门店设备及产品制作区域布局，更加直观的向消费者展示产品包制、蒸煎全过程，充分彰显“新鲜食材、现制现售”的经营理念，提升门店烟火气息。第三是强化营销宣传，通过开展达人探店、新品广宣等活动赋能门店销售。第四是门店运营扶持，公司持续加强外卖平台补贴支持、外卖产品定制优化、外卖专项扶持力度，并通过对门店进行分级管理、定向精准扶持、组织各类营销活动、加盟商定期沟通会等方式，细化加盟管理，强化加盟服务，切实改善和提升加盟门店经营质量。谢谢！

**29、1.您说过要像肯德基，麦当劳一样将巴比拓展全世界，请问目前在打基础，准备阶段了吗？预计要多少年才开始启动。2.目前国内包子铺同质化严重，是否应该考虑差异化竞争，如启动会员服务，使用纸质包装等等？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司经过二十余年的发展，建立起品牌化经营、产品标准化生产、连锁化门店销售、团体供餐、线上线下全渠道销售的商业模式，满足消费者居家、到店、食堂用餐等消费场景；业务范围覆盖华东、华南、华北及华中地区的重要城市；每天为数百万顾客提供安全、放心、健康的早餐食品，帮助了数千个小微人群创业，并提供了上万个就业岗位。公司团体供餐业务与几百家单位食堂、便利连锁、酒店连锁、餐饮连锁以及优秀的生鲜电商平台建立了业务合作。公司于2020年10月12日在上交所主板上市，成为中华包点第一股。未来，公司将坚守“为人类吃的更健康”的企业使命，恪守“良心树品牌、匠心铸品质”的企业精神，不忘初心，奋力拼搏，努力将公司打造成世界级餐饮连锁、食品工业企业。谢谢！

**30、证券事务代表是否会关注市场对公司业绩的预期？请问证券事务代表：如何管理市场对公司业绩的预期？是否有计划与投资者进行更深层次的沟通与交流？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司一直以来高度重视市值管理工作，

持续健全常态化市值维护机制，在保证可持续发展的前提下，通过合理提高分红比例、控股股东不减持、投资者关系常态化管理等市值管理工作，主动传播公司价值。同时，公司严格按照上市公司信息披露相关法律、法规和规范性文件要求，认真履行信息披露义务，确保及时、准确、完整地披露信息。公司积极通过股东大会、业绩说明会、投资者调研等多种渠道和平台，增强与投资者的沟通交流，依法依规提升公司价值发现的可及性和透明度，提振投资者信心。谢谢！

**31、证券事务代表负责公司的证券事务。请问证券事务代表如何看待公司股价的波动？在股价高估或低估时，是否会有相关计划采取措施来稳定股价？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司股价的波动是市场对公司内在价值的综合反映，既受公司经营业绩、发展战略等基本面因素影响，也与宏观经济、行业周期、投资者情绪等外部因素密切相关。从长期视角来看，股价的合理波动能有效反映公司价值，当公司股价被高估或低估时，公司会结合实际情况采取合理举措来稳定股价。谢谢！

**32、董事长在年报中有提到公司致力于成为行业整合和产业升级的实践者和推动者。请问董事长：在当前复杂的宏观经济形势下，公司未来三到五年的发展战略具体规划是什么？如何确保在行业整合中占据更有利的地位？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司长期以来专业从事中式面点速冻食品的研发、生产与销售，致力于“工业化生产，全冷链配送，直营、加盟、团体供餐为一体”的经营模式，是一家“连锁门店销售为主，团体供餐销售为辅”的中式面点速冻食品制造企业。公司始终围绕主营业务，认真贯彻落实全国化业务布局和双轮驱动战略，牢牢把握高质量发展主线，积极应对市场变化；深耕主业，苦练内功，内生外延并举发展；大客户业务产品体系创新定制，推进渠道的拓展深耕；在公司治理方面持续进行数字化转型，加大品牌营销力度，做好人才梯队建设，不断提升公司综合竞争力，实现公司长远健康稳定的发展。谢谢！

**33、董事会秘书是否参与公司的治理工作？请问：公司目前的治理结构是否适应公司的发展需求？是否有计划进行治理结构的调整？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司始终遵守《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和部门规章的要求，不断完善公司法人治理结构，建立健全内部管理和控制体系，规范公司运作，提升公司治理水平，促进公司持续健康发展。公司一直关注治理结构的科学性和有效性，使其与业务发展相匹配。谢谢！

**34、公司推出了包括半成品菜在内的78款新品。请问总经理：如何看待产品创新对公司业绩的推动作用？未来公司是否有计划进一步加大研发投入？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司历来重视新品开发，始终以消费者为中心，在各区域市场设立了专属研发部门，通过对各地口味深耕钻研、在地化研发和对行业动态的观察和研究，进行产品的研发和创新，也会不断根据市场反馈引入新产品，吸引更多消费者。谢谢！

**35、2024年年度报告中，贵公司实现了营业收入、净利润双增长。请问总经理：认为公司取得这些成绩的主要因素是什么？未来如何继续保持这种增长态势？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司坚持加盟连锁门店业务与大客户业务双轮驱动发展战略和全国化布局发展战略，在连锁门店业务方面，伴随早餐行业连锁化率的提升趋势，公司积极推进全国化发展战略，在华东、华南、华北和华中区域不断提升门店数量，同时，通过推进

各项门店经营优化举措，提升单店营业额。另一方面，公司根据各地产能及市场情况，大力发展各地区大客户业务及零售业务，不断进行渠道深耕，各地区的销售额及市场占有率达到稳健的增长。未来，公司将继续着力统筹推进连锁门店及大客户业务双轮驱动战略，切实推动行业并购整合，优化资产结构和业务布局，促进市场规模持续扩大。谢谢！

**36、总经理在年度报告中提到门店赋能举措。请问：公司目前的门店赋能措施是否已经落实到位？对加盟商的支持和服务是否还有提升空间？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2024年，公司将根据各地区市场情况，继续推进门店赋能措施，包括但不限于制订各类支持和奖励措施，加大门店拓展支持力度。展望未来，公司将继续贯彻落实加盟门店的精细化运营，通过改善门店形象，优化产品结构，改善产品质量等举措，细化管理，强化服务，切实改善和提升加盟门店经营质量。谢谢！

**37、2024年公司实现营业收入16.71亿元，同比增长2.53%。请问苏总监：如何看待公司的财务状况？是否有潜在的财务风险？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2024年度及2025年第一季度，公司保持了营收利润双增长的良好态势，各项指标稳健向好，现金流持续增厚，盈利质量显著提升。整体来看，公司各项经营指标在行业中均位于前列，财务状况稳健向好。谢谢！

**38、独立董事在公司治理中发挥着重要作用。请问独立董事：如何评价公司目前的治理结构？是否有进一步优化的空间？进一步优化的空间在哪里？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司目前拥有健全且运行高效的治理机制，公司股东会、董事会、监事会及经营层之间按各自的议事规则及工作制度所赋予的职责，各尽其责、恪尽职守、规范运作。展望未来，公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规和规范性文件的规定及要求，不断完善公司法人治理结构和公司各项内部控制制度，建立严格有效的内部控制和风险控制体系，全面提升公司经营管理水平和风险防范能力。谢谢！

**39、董事会秘书负责公司的信息披露工作。请问：公司如何确保信息披露的及时性和准确性？是否有专门的流程和机制来管理信息披露？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规以及《公司章程》等文件要求，履行信息披露义务。公司建立了《信息披露管理制度》《内部重大信息报送制度》等相关制度，按相关规定披露定期报告及各类临时公告，将可能对公司的生产经营产生重大影响和对公司股价有重大影响的信息真实、准确、完整、及时、公平地向公众披露，确保公司所有股东能够平等获得公司信息，维护投资者的利益。谢谢！

**40、公司2024年度拟派发现金红利1.92亿元。请问苏总监：认为这种利润分配方案是否合理？是否会对公司的现金流产生影响？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司在自身可持续发展同时高度重视股东的投资回报，历年来实行连续、稳定、积极的利润分配政策，公司2024年度利润分配方案是公司董事会在综合考虑了投资者回报、行业特点、公司未来发展规划等因素后所制定，符合相关法律法规的要求及公司实际发展情况，现金分红率占公司归母净利润达69%，积极回报投资者。该利润分配方案合理，且不会对公司现金流产生重大影

|  |  |
|--|--|
|  | <p>响。谢谢！</p> <p><b>41、独立董事有责任保护中小股东的权益。请问万独董：公司采取了哪些措施来保护中小股东的权益？独立董事如何监督这些措施的落实？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》《公司章程》等有关法律法规和规范性文件的规定及要求，不断完善公司法人治理结构和公司各项内部控制制度，建立严格有效的内部控制和风险控制体系，全面提升公司经营管理水平和风险防范能力，切实维护公司利益和股东特别是中小股东的合法权益，并在治理结构、信息披露机制、利益冲突防范、投资者关系管理等方面，均依法建立一系列保障机制，加强信息披露等，切实保障中小股东的利益。</p> <p>独立董事通过事前审查、事中监督、事后报告等方式监督以上措施的落实。在事前审查方面，独立董事对关联交易等涉及中小股东权益的议案进行合规性、公允性审查，提出专业意见；在事中监督方面，独立董事列席董事会，确保决策的科学性与合规性，必要时可聘请第三方机构核查；在事后报告方面，独立董事通过年度述职等方式向股东会报告中小股东权益保护措施的落实情况，对违规行为及时公开谴责并督促整改。谢谢！</p> <p><b>42、董事会秘书在投资者关系管理中扮演重要角色。请问：公司如何与投资者进行有效沟通？是否有计划进一步加强投资者关系管理？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司注重投资者关系管理，通过电话、邮件及互动平台等多种方式与投资者保持沟通，回复，解答投资者反馈的信息与问题。同时公司也通过定期召开业绩说明会，接待机构和个人投资者来向更多投资者传达公司经营理念和长期投资价值。公司充分尊重和维护员工、客户、供应商、投资者等利益相关者的合法权益，努力实现各方利益间的平衡，积极合作，共同推动公司持续、健康地发展。展望未来，公司将持续积极与投资者进行交流，以向资本市场更准确、完整、及时地传达公司信息与投资价值。谢谢！</p> <p><b>43、2025年公司的增长点在哪里？未来五年的规划和盈利预期是怎样的？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！一方面，2025年公司将对外稳步开拓门店，力争全年实现新拓展门店数量1,000家，同时通过切实可行的单店改善举措，确保实现加盟门店单店营收的触底回升。另一方面，公司将强化大客户及零售渠道深耕，保持大客户业务增速稳中有进以及零售业务的全面提速。同时，公司将继续利用行业领先企业的市场地位、品牌影响力和产业化优势，继续积极推动行业整合发展，扩大公司的销售规模和市场份额。</p> <p>未来五年，公司将围绕业务全国化布局和双轮驱动两大战略继续深耕主业，不断推动门店转型升级，实现数量与质量的双升，加快投资并购落地，推动行业整合发展。同时依托已建成的中央厨房产能，通过精益生产管理、优化产品体系、提升组织效能、加大营销力度等途径不断提升经营质量，力争实现每年经营业绩和成果稳中有进。谢谢！</p> <p><b>44、公司管理层，2024年团餐业务在公司的营收中占据一定比例，2025年一季度团餐收入同比增长11.8%，达到0.9亿元。请问公司后续对团餐业务的发展规划是怎样的？是否有计划进一步扩大团餐业务的市场份额？</b></p> <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司团餐业务包含大客户业务及零售业务。公司始终坚持连锁门店业务和大客户零售业务双轮驱动发展战略不动摇，致力于不断提升大客户零售业务的市场份额。在大客户业务</p> |
|--|--|

方面，公司将持续提升客户定制服务能力水平，开拓更多高价值或战略客户，深挖客户当前及潜在需求，满足客户个性化销售场景的搭建，保持业务不断增长，并利用公司产能投放的进一步完善，逐步构建全国化的经销网络布局。在零售业务方面，公司将继续加强大单品的打磨与开发，强化与核心客户的深入合作，不断丰富各类线上零售平台的营销宣传推广活动，同时推动更多产品品类销往海外，实现零售渠道业务全面提速。谢谢！

**45、管理层您好，2024年公司门店拓展取得积极进展，2025年一季度新开711家门店（净增长501家），总门店数达到5644家。请问公司后续的门店拓展计划是怎样的？另外，面对市场竞争，公司将如何控制闭店率？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司将根据各地区市场情况，继续推进门店赋能措施，制订各类支持和奖励措施，加大门店拓展支持力度，加快开店速度，力争2025年度实现新拓展门店数量1,000家。同时，公司将继续贯彻落实加盟门店的精细化运营，通过改善门店形象，优化产品结构，改善产品质量，加强新品营销推广力度，增加中晚餐时段特色产品，细化加盟管理，强化加盟服务，切实改善和提升加盟门店经营质量，使闭店率控制在稳定水平。谢谢！

**46、尊敬的巴比食品管理层，2024年公司归母净利润同比增长29.64%，达到2.77亿元，成绩亮眼。但2025年一季度，公司虽然营业收入同比增长4.45%，达到3.7亿元，归母净利润却同比下降6.13%，仅为3719.54万元。请问公司后续将采取哪些措施来保障利润的持续增长？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！2025年第一季度归母净利润同比减少，主要系公司通过天津君正间接持有东鹏饮料股份，报告期内受东鹏饮料股票二级市场价格波动影响，产生公允价值变动收益以及间接减持东鹏饮料股份产生的投资收益比去年同期减少所致。2025年第一季度公司实现归母扣非净利润3,896.1万元，同比增长3.3%，继续保持了营业收入和扣非净利润双增长的良好态势。未来，在收入端，公司将坚定落实全国化业务布局战略与双轮驱动发展战略，不断拓展加盟门店，努力改善单店模型，在深耕大客户及零售业务各渠道上持续发力，并积极进行行业并购整合，将优质资源纳入麾下。在利润端，公司将通过供应链精细化管理、提升组织效能等途径不断提升经营质量，保障利润的持续增长。谢谢！

**47、请问公司对宠物食品赛道的尝试有何进展？未来有何规划？公司如何看待宠物食品赛道的未来发展？**

**回复：**尊敬的投资者，您好！公司目前已设立宠物食品子公司，与上海新兴宠物鲜食品牌“派特鲜生”达成了供应合作，公司为其提供以包点为主的宠物食品。派特鲜生品牌仍处于初创期，因此公司宠物食品的销售规模较小。公司认为宠物食品赛道正在蓬勃发展，有广阔的发展空间，公司将利用在供应链集采等方面的优势逐步试水进入宠物食品赛道，并对该赛道保持持续的观察和学习，逐步投入更多的力量和资源，助力其成为公司长期业务增长点。谢谢！

**48、新业态的拓展情况怎样以及后期的战略考量？（如巴比扒包店的拓展）**

**回复：**尊敬的投资者，您好！扒包店和面食馆这类新业态将作为公司未来发展储备机会点。谢谢！

**49、魔芋正在成为各大食品公司重点押宝的对象，魔芋产品已经成为饺子包子快速增长品类，公司这方面有什么产品和行动？公司投资部门或产品应该对市场最新动向保持敏锐。**

|  |   |
|--|---|
|  | <p><b>回复：</b>尊敬的投资者，您好！公司历来重视新品开发，始终以消费者为中心，持续保持对行业动态的观察和研究，结合时令节气进行产品的研发和创新，也会根据市场反馈引入新产品。目前公司已上市时令性产品小龙虾包，欢迎选购品尝。公司将继续关注市场需求，不断完善产品结构。谢谢！</p> |
|--|---|