

上海元祖梦果子股份有限公司 2023 年投资者关系活动记录表

编号：2023-006

投资者关系活 动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称 及人员姓名	兴业证券股份有限公司 林佳雯、汪润 国投瑞银基金管理有限公司 王方 南方基金管理有限公司 尹力 国海证券股份有限公司 李梦鹂、刘洁铭、肖依琳、秦一方 中天国富证券有限公司 关雪莹 华泰证券股份有限公司 刘琳箫 中信建投证券股份有限公司 陈志宇 民生证券股份有限公司 李啸 国信证券股份有限公司 刘显荣 西南证券股份有限公司 夏霁 上海证券有限责任公司 王珠琳 安信证券股份有限公司 王玲瑶 上海原点资产管理有限公司 程夏颖 中国国际金融股份有限公司 沈旻 东方证券股份有限公司 张玉洁 中信证券股份有限公司 江皓云 华西证券股份有限公司 卢周伟 上海永唐盛世私募基金管理有限公司 杨燕 国泰君安证券股份有限公司 陈力宇

	<p>上海甬兴证券资产管理有限公司 秦庆</p> <p>北京市星石投资管理有限公司 王辉</p> <p>红筹投资 崔新宇</p> <p>中泰证券股份有限公司 晏诗雨</p> <p>国元证券股份有限公司 黄轩辕</p> <p>海南羊角私募基金管理合伙企业（有限合伙） 解睿</p> <p>亚太财产保险有限公司 董丽蒙</p> <p>长江证券(上海)资产管理有限公司 丰一凯</p> <p>西部利得基金管理有限公司 靳晓婷</p> <p>民生证券股份有限公司 张玲玉、李啸</p> <p>天治基金管理有限公司 王策源</p> <p>上海明河投资管理有限公司 葛天惟</p> <p>南京证券股份有限公司 宋芳</p> <p>海通国际证券集团有限公司 肖韦俐</p> <p>东北证券股份有限公司 王铄</p> <p>合煦智远基金管理有限公司 张夺</p> <p>中信证券股份有限公司 陈金璐</p> <p>兰馨亚洲投资集团 林芝雁</p> <p>银华基金管理股份有限公司 李爽</p> <p>上海递归私募基金管理有限公司 陈曦</p> <p>文多资产 陈诚</p> <p>上海申银万国证券研究所有限公司 熊智超</p> <p>上海宽远资产管理有限公司 吴相贤</p> <p>南方基金管理股份有限公司 李榴心</p> <p>太平洋证券股份有限公司 李鑫鑫</p> <p>财通证券股份有限公司 李茵琦</p>
时间	2023年10月27日（星期五）14:00-15:00
地点	

<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>董事会秘书 朱蓓芹 女士 财务负责人 刘政 先生</p>
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>2023 年前三季度情况简介</p> <p>答：</p> <p>(1) 整体经营情况</p> <p>2023 年前三季度，公司实现营业收入约 21.6 亿元，比上年同期增长 1.41%，营业总成本约 17.8 亿元，与上年同期增长 2.23%；净利润为 3.01 亿元，同比上升 1.1%。</p> <p>其中单 Q3 实现收入 10.8 亿元，与去年基本持平；净利润 2.54 亿元，增幅 7.33%；总成本下降 1.25%。</p> <p>(2) 电商业绩情况</p> <p>前三季度线上电商营收同比增长 2.23%，占比达 46%，线上订单主要为线上平台下单+门店线下宅配送货。</p> <p>1、中秋整体销售情况如何，以及十月份的提领情况、企业团购情况？</p> <p>答：从财务端来看中秋整体较为稳定增长，今年中秋券延期至 10 月底，Q4 还会有部分收入确认，整体中秋能冲击中个位数增长。从业务端来看，中秋团购有所下降，今年部分企业在福利预算上有所缩减。</p> <p>2、前三季度费用还是有小幅增加，对四季度以及明年的费用投入是如何展望的？</p> <p>答：从数据来看主要还是一线的薪酬增幅较大，未来在门店的用人上可能会采取灵活用工方式。广告投入方面，公司也一直在做策略调整，希望能够精准触达消费者，做比较集中的投放，明年整体的费用也会持续做合理管控。</p> <p>3、广告投放具体做了哪些调整？</p> <p>答：往年公司在传统广告上投放较多，比如电梯广告、电台广播、小区门禁抬杆都有做投放露出，今年也逐步在小红书、微博、抖音等平台增加了 KOL 投放，会做一些带货、测评等等，这部分的投入产出效益相对来说更高了，从流量数据上看增长也较大。</p> <p>4、梦世界今年以来一直是较好的减亏状态，后续两到三年公司对梦世界经营、盈利方面的规划？</p> <p>答：未来两年梦世界会更多元化的去招商，包括酒店、影院的引进，致力于打造成寓教于乐的场所。</p> <p>5、公司一直保持较高的分红比例，绝对值保持在 2.4 亿左右，今年的分红方案是否会延续这种趋势？</p> <p>答：首先从公司角度来看，希望可以较好得回馈广大投资者，还是希望可以做较高分红比例的方案。另一个角度来看，也要考虑全年</p>

的利润达成情况。公司最终还是结合外部情况以及内部数据综合决定整体利润分红的方案。

6、对四季度以及未来半年的展望，去年四季度还是受到点疫情影响，今年会是什么情况？

答：今年公司在产品升级、原物料提升方面做了很多功夫。包括中秋也做了很多新品改良，今年四季度也第一次尝试做感恩季。

7、三季度应收账款增加明显，主要是什么原因？

答：今年中秋较去年中秋有推迟 20 天，对应的回款也会有 20 天的延迟。目前数据已经在回落了。

8、整个烘焙行业经历了洗牌的过程，对公司来讲是否感受到竞争更加激烈，还是说份额在提升，明年的展望是什么，会有一个更好的增长吗？

答：这几年烘焙行业出现了很多客制化的小烘焙坊，对我们而言确实会有些冲击，但影响不会很大，元祖面对的客群和这些烘焙坊不是完全一致的。展望明年，从整体布局来说，开店会做一些调整，在成熟市场会做一些优质门店；对距离集中度较高的门店会做疏密上的调整；对于新市场，我们也会去继续开拓；内部布局上也会做标准店、旗舰店、精品店的调整。

9、今年开店、关店情况，明年计划开店数？

答：截至三季末营业门店数 765 家店，净增加 24 家，基本符合年初的展望数。结合今年的外部环境，公司内部对明年的计划也会做策略上的调整。我们不会一味扩张门店数，还是希望能够做优质门店的开发，提升单店贡献。

10、三季度蛋糕业务疲软，主要是哪些原因？

答：今年外部送礼需求减少，对公司而言在月饼这块的压力也比较大。门店在主推的时候可能对月饼的投入精力会比较大，在蛋糕这块就没有把销售引导做足。

11、三季度毛利率同比改善幅度较大，能否拆分蛋糕、月饼的毛利率同比变动情况？

答：月饼对今年毛利率的贡献较大，今年有两款常温月饼从外购改为了自制。蛋糕方面新款的星座蛋糕在外观等各方面投入较大，以前我们只注重了好吃，在好看这方面做的不够。现在我们在外观、插件也做了改良丰富，对蛋糕整体的毛利率会有微幅下降的影响。

12、投资者认为现在月饼产品不太符合消费者对健康的需求，尤其是现在大家对糖分高的像饮料可能关注比较多，公司是否在月饼健康化的方面做努力？

答：我们在这部分一直有做优化升级，甜度方面也收到过建议，希望公司能做代糖、低糖产品。这部分建议也有和研发沟通、传达，但低糖产品大部分是代糖，不容易被人体吸收。公司还是在尽可能调整糖度，向兼顾美味和健康方面做努力。此外，公司也在做清洁标签的动作，努力精简原物料配方。

13、未来月饼自制比例还会继续提高吗？

答：今年我们将所有常温月饼转换为自制，下一步可以转为自制的是冰淇淋月饼。冰淇淋月饼自制对整个场地、设备要求会高很多，短时间内不会再增加自制比例。