



達利食品集團有限公司  
DALI FOODS GROUP COMPANY LIMITED

Stock Code : 3799



# 2018年上半年业绩发布

2018年8月



本演示材料以及演示期间提出或分发的所有其它意见、数据、文件和材料（统称“材料”）由达利食品集团有限公司（“本公司”，连同其子公司和联属公司统称“本集团”）编制，仅作参考用途，并载列本集团拥有的机密和专有资料。材料仅为本公司以按初步和严格保密基准作为于演示上使用。本材料内使用的注册商标、商业商标及标志或摄影材料仅供参考，无意干犯创作者的权利及/或适用的知识产权法。

本演示材料所载资料 and 意见无意提供有关本集团的业务或财务状况或前景的完整而全面的分析，且阁下不得依赖这些资料对本公司的业务或财务状况或前景进行完整而全面的分析。本公司或其任何行政人员、董事、联属人士、顾问或代表概不就材料作出任何明示或默示的声明或保证，亦不宜依靠材料所载数据或意见的公平性、精准性、完整性或正确性。材料并不构成任何招股说明书或其它发售通函的全部或一部分，或形成出售或认购任何股份或证券的要约或购买或认购任何股份或证券的要约邀请的一部分，亦不构成或被认为是任何合同、承诺或投资决定的基础。材料所载数据于本演示日期提供，未经提前通知可予更改或修订，且未必会就本演示公布日期后可能发生的重大进展进行更新。本公司及其行政人员、董事、联属人士、顾问或代表概不就因使用或依赖或根据材料或其内容作出决策而产生的任何亏损（不论是出于疏忽、侵权行为、虚假陈述、遗漏或其它原因）承担任何责任。

在出席本演示会和/或接收材料时，即表明阁下同意并知晓(i)材料仅可用作阁下本身参考，而不可用于任何其它目的（不论是商业或其它相关者）；(ii)未经本公司事先书面同意，不得使用、复制、剽窃、传播、分发、转载或以其它方式向任何第三方披露材料和其它任何部分；(iii)阁下自身对市场和本公司市场地位的评估负全责，及阁下将自行对本公司业务潜在未来表现进行分析，并对形成的观点负全责；及(iv)阁下承诺对材料严格保密，及向本公司以及其行政人员、董事、联属人士、顾问和代表弥偿及一直弥偿它们直接或间接由于阁下违反本免责声明的任何条款而可能蒙受或招致的所有损失、损害、开支和成本。未经公司事先书面同意，材料任何时候不得被拷贝、复制或/或直接或间接，全部或部分，向任何其他人士派发或传递。

本公司股份未曾亦不会根据1933年美国证券法（经修订）（「美国证券法」）或美国任何州的法律登记。本演示材料并不构成在美国销售证券的要约或购买或认购证券的邀请的一部分，且不会在美国（包括其领地和属地、美国任何州以及哥伦比亚区）直接或间接分发。阁下不得以任何方式把本材料的任何部分或任何拷贝派发、复制、携带或发送到澳洲、百慕大、迪拜、加拿大、欧洲经济特区、法国、爱尔兰、意大利、日本、巴林、沙特阿拉伯、澳门、马来西亚、荷兰、新西兰、印度尼西亚、韩国、南非、科威特、卡塔尔、台湾、开曼群岛、中华人民共和国、新加坡、瑞士、阿拉伯联合酋长国、英国、美国或其领土派发。任何不遵守此限制的行为可能构成违反相关证券法。在其它司法管辖区分派本文件可能会受到法律限制，而拥有本材料的人士应该了解及遵守该等限制。本公司股份未曾亦不会根据加拿大、澳洲或日本的相关证券法登记。

在香港，公司的任何股票均不得向公众发售，除非与此类出售或认购相关的招股书经香港联合交易所有限公司（“香港联交所”）根据公司（清盘及杂项条文）条例（香港法例第32章）（“公司（清盘杂项）条例”）授权予以在公司注册处登记，并按要求进行了登记。否则，未经正式登记的招股书不得在香港分发、公布或发布，但根据证券与期货条例附表1（香港法例第571章）或条例中的其他规定而向专业投资者的分发除外。本文件并没有亦将不会作为招股书于香港注册，并不得于香港直接或间接向公众或任何公众认识分发、公布或发布。本材料只能 (i) 向证券与期货条例附表1（香港法例第571章）或条例中的其他规定界定的专业投资者；及/或 (ii) 于其他合乎公司（清盘杂项）条例附表17的条文的情况下分发。

本次演示只传达给对投资有专业经验的人士以及合法接收本次演示的人士。通过参加本次演示及/或接收本材料，阁下向本公司和其行政人员、董事、关联机构、顾问和代表承认并申述，阁下和阁下所代表的人 (1) 不是美国人士（美国《证券法》S规则定义下），而是美国以外的人士（美国《证券法》S规则定义下），并且不是代表美国人士（美国《证券法》S规则定义下）的帐户或利益；以及 (2) 如果阁下参加这个演示及/或在香港存取本材料，则表示阁下是位专业投资者（证券及期货条例的附表1中或其规定项下定义）。本演示一部分的幻灯片乃为提供有关本公司的背景资料而编制。材料载有的若干有关本公司或其它事宜的声明，包括但不限于有关本公司未来财务状况和经营业绩以及本公司管理层若干计划和目标的意见和前瞻性声明，均以若干假设为基准，包括但不限于本公司目前的业务策略以及本公司无法控制的其它事宜，如本集团未来经营所处的政治、社会、法律和经济环境。这些声明涉及已知和未知风险、不确定性因素以及可能导致本公司的实际表现或经营业绩与这些意见或前瞻性声明或材料所载明示或默示意见有很大差距的其它因素。不应依赖这些反应本公司管理层于材料日期意见的声明。本公司及其行政人员、董事、联属人士、顾问或代表概无任何责任就可能发生的任何事宜或情况对这些意见或前瞻性声明进行更新。此外，过往表现不可作为未来表现的指标。本演示材料包括有关中国食品饮料行业的数据和统计数据。本公司可能从非官方来源取得这些数据和数据，而未独立核实。本公司不能向阁下保证这些数据准确、完整，而这些数据含有风险和不确定性，且会基于各种因素而变动。阁下不应过分依赖本演示材料所载有关中国食品饮料行业市场的声明。概不就本文件所载数据或意见的公平性、精准性、完整性或正确性作出任何明示或默示的声明或保证，亦不宜依靠这些数据或意见的公平性、精准性、完整性或正确性。我们无意提供有关本公司的财务或贸易状况或前景的完整或全面的分析，且阁下不得依赖这些资料对本公司的财务或贸易状况或前景进行完整或全面的分析。

阁下参加本次演示和/或存取本材料，表示阁下同意受前述限制约束。



- ① 业绩总结
- ② 阶段性成果
- ③ 2018年下半年展望



1






# 业绩总结









# 2018上半年业绩稳健增长

## 2018年上半年主要财务指标一览

	收入 <b>110.1</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>98.9</b> 亿元人民币 2017年上半年	<b>+11.4%</b>
	毛利率 <b>39.4%</b> 2018年上半年	<b>38.6%</b> 2017年上半年	<b>+0.8ppt</b>
	净利润 <b>19.7</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>17.5</b> 亿元人民币 2017年上半年	<b>+12.3%</b>
	每股盈利 <b>0.14</b> 人民币 2018年上半年	<b>0.13</b> 人民币 2017年上半年	<b>+12.3%</b>
	计息负债 <b>0.0</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>0.0</b> 亿元人民币 2017年上半年	--

	毛利 <b>43.4</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>38.2</b> 亿元人民币 2017年上半年	<b>+13.7%</b>
	经营利润 <b>22.3</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>19.6</b> 亿元人民币 2017年上半年	<b>+13.8%</b>
	净利润率 <b>17.9%</b> 2018年上半年	<b>17.7%</b> 2017年上半年	<b>+0.2ppt</b>
	经营现金流 <b>31.0</b> 亿元人民币 2018年上半年	<b>15.8</b> 亿元人民币 2017年上半年	<b>+95.7%</b>



# ► 主营业务利润率持续提升

## 主营业务收入

2018年上半年



■ 同比增长11.8%

## 主营业务利润率持续提升

主营业务毛利率



■ 同比增长0.7个百分点

主营业务营业利润率



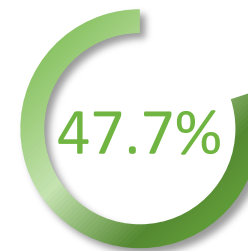
■ 同比增长0.4个百分点

食品业务毛利率



■ 同比下滑0.6个百分点

饮料业务毛利率



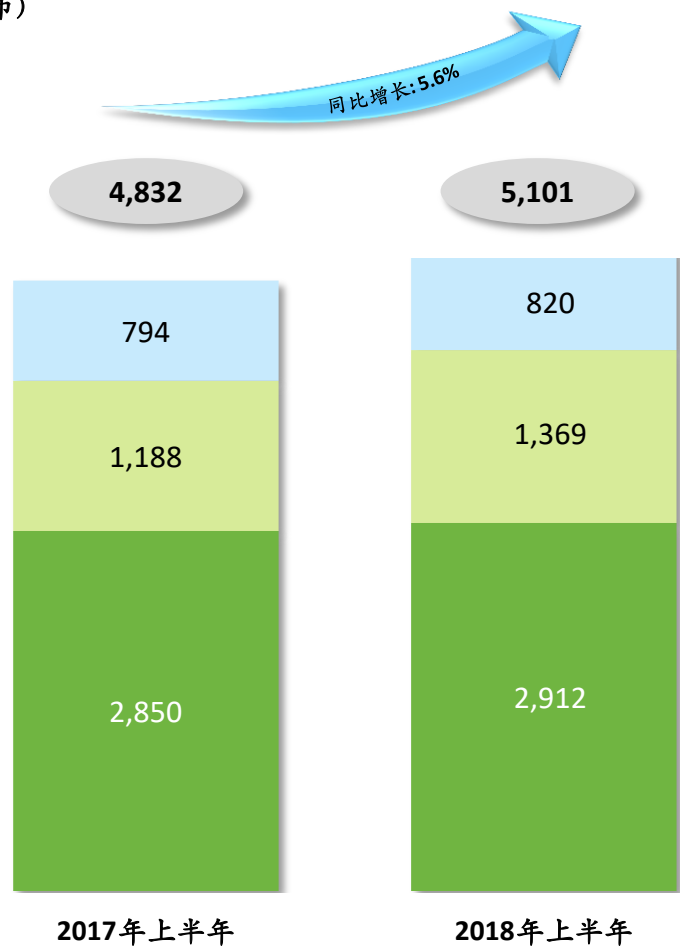
■ 同比增长1.2个百分点



# 收入稳健增长，结构持续优化

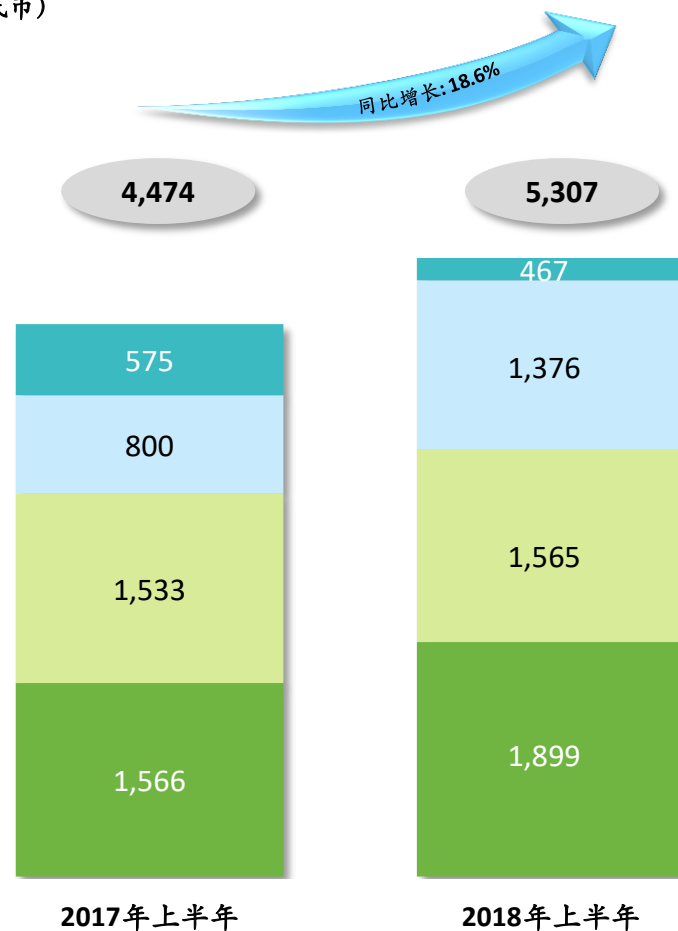
## 食品销售额

(百万人民币)



## 饮料销售额

(百万人民币)



■ 糕点类    ■ 薯类膨化食品    ■ 饼干

■ 功能饮料    ■ 凉茶    ■ 植物蛋白和含乳饮料    ■ 其他饮料

## ② 阶段性成果

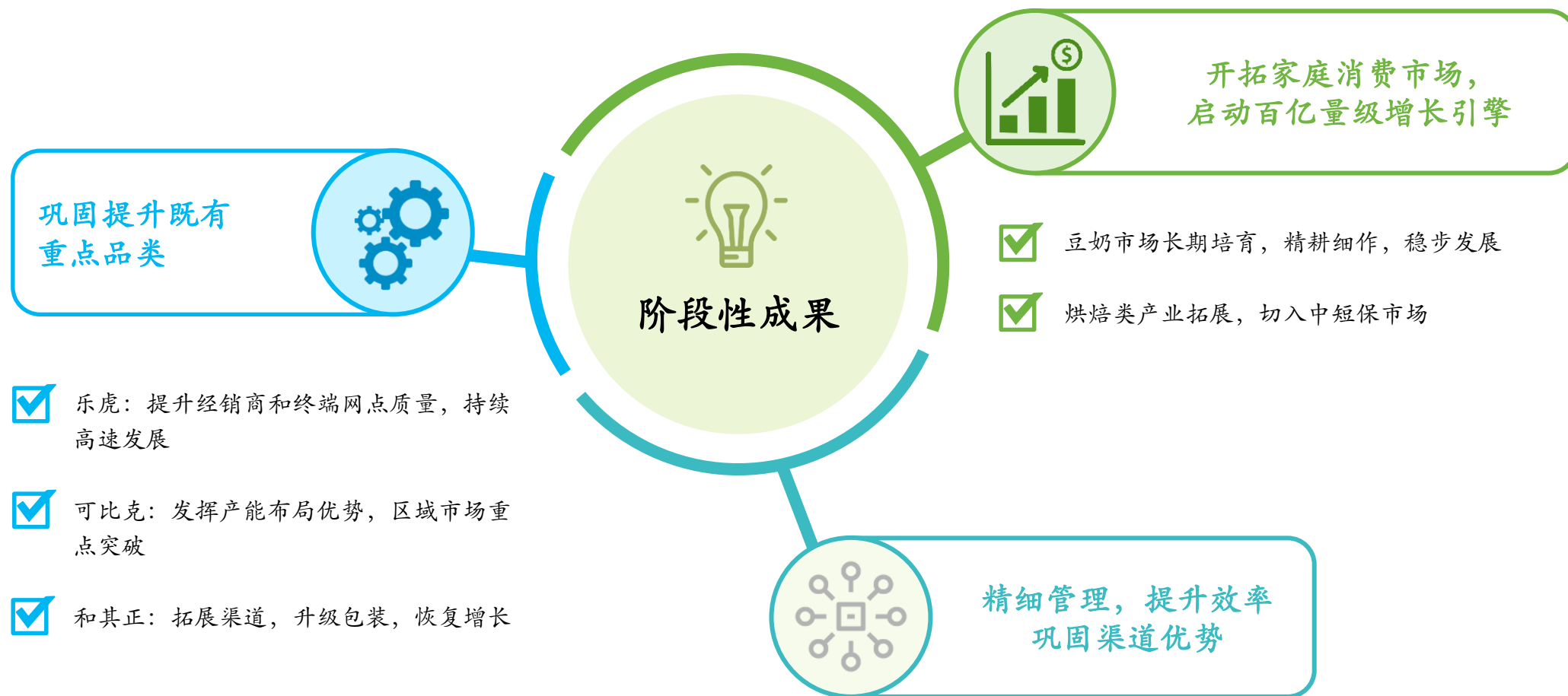






# 2018年上半年业绩发布

## 2018年上半年三大阶段性成果





# 开拓家庭消费市场，启动百亿量级增长引擎

豆本豆引领产业，快速发展

## 品牌力 - 坚持投入资源

- **广告和市场活动：**2018年博鳌亚洲论坛官方指定豆奶；《奔跑吧》第二季网络特约赞助伙伴；《鲁豫有约一日行》赞助商；民族风情文化节赞助商
- **地面推广活动：**上半年豆本豆在全国40多个城市投放高立柱、公交车身媒体广告

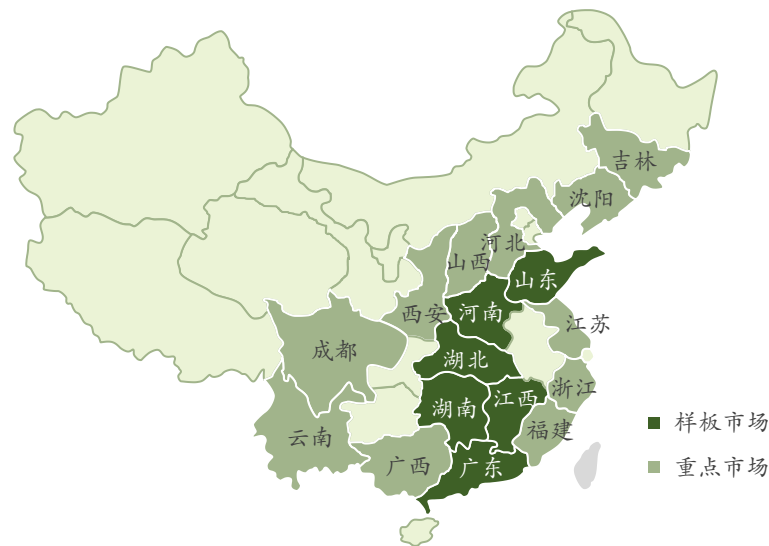


## 产品力 - 树立行业标杆

- 坚持天然不添加，树立行业品质
- 2018年5月豆本豆有机豆奶荣获中国国际有机产品博览会豆奶行业产品金奖。6月，豆本豆又获得世界食品饮料行业2018年顶级美味大奖Superior Taste Award



## 渠道力 - 精耕细作、稳扎稳打



### 打造样板市场

- 广东、湖南、湖北、江西、河南、山东

### 提升销售体系：进入餐饮渠道

- 销售团队建设：专职销售队伍近2,000人
- 经销商队伍建设：引入具有相关市场经验的经销商
- 终端网点开拓：售点数量18年突破100万家

### 渠道拓展：进入餐饮渠道



# 开拓家庭消费市场，启动百亿量级增长引擎

烘焙类产业升级，开拓中短保正餐市场

## 品质餐包发展阶段及规划



## 品质餐包新品快速发展重点及现状





# 持续拉动既有重点品类发展

乐虎提升经销商和终端网点质量，持续高速发展

## 加强消费者互动，强化消费者认知

积极的地面推广



强化门店形象，重点推动罐装销售

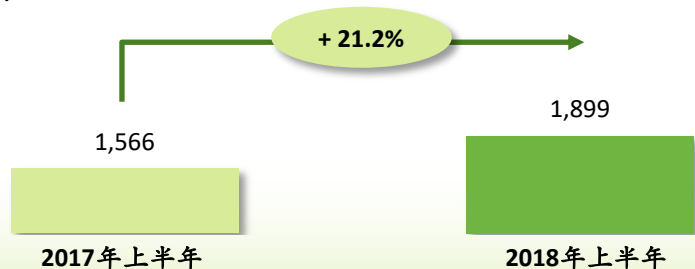


## 提升重点区域市场份额

- 全渠道网点建设成效明显，销售渠道的数量及质量均大幅提升
- 重点开发东部及中部省份销售渠道，提高东部及中部省份的经销商渗透率，同时巩固在西南及西北地区既有的渠道优势

乐虎2018年上半年销售额

(百万人民币)



## 加强品牌建设，提升品牌知名度



再度冠名中国方程式大赛



赞助LOL大型真人对战类直播节目《虎啸传奇》



赞助全国最大电竞综合赛事：TGA大奖赛







# 持续拉动既有重点品类发展

可比克发挥产能布局优势，创新品牌推广方式

## 纯切薯片成为可比克销售新增长点

- 随着纯切薯片的推出，可比克大幅加强了在现代渠道的竞争力
- 利用产能布局的优势，抢占重点区域市场



## 创新品牌推广方式，提升新品知名度

- 1 结合世界杯赛事热点，在核心商超及门店进行“小龙虾”节主题活动

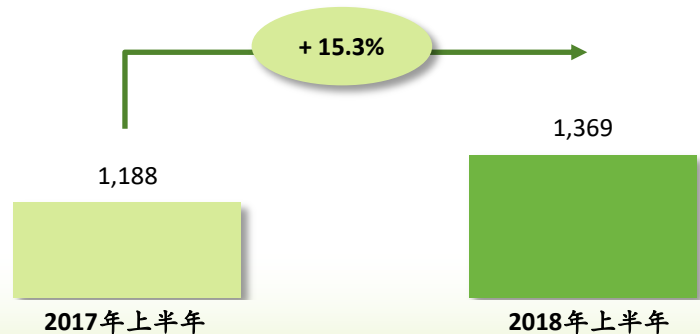


- 2 结合学校暑假，在核心商超及门店开展“暑期放假，畅玩盛夏”主题活动



可比克2018年上半年销售额

(百万人民币)





# 持续拉动既有重点品类发展

和其正拓展渠道，升级包装，恢复增长

## 包装升级为和其正销售提速

- 集团于2018年上半年对和其正凉茶进行了包装调整升级，推出550毫升短PET瓶装，提高了进入门店货架的便利度，也更方便消费者携带及饮用

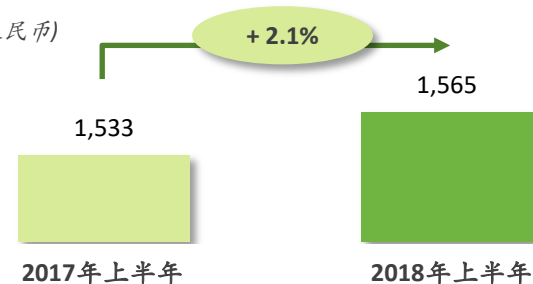


600毫升  
PET瓶装



## 凉茶2018年上半年销售额

(百万人民币)



## 渠道拓展提升重点地区的市场渗透率

### 局部餐饮渠道开拓

- 利用本集团多品类的产品矩阵优势，和其正成功开拓了局部市场的餐饮渠道，有效提升了重点地区的市场渗透率
- 销售团队把握夏季的冷饮陈列契机，结合渠道网点营造和其正新一轮产品终端形象，为销售提速



### 渠道终端品牌形象



3

## 2018年下半年展望





# 2018年下半年展望

