



達利食品集團有限公司

DALI FOODS GROUP COMPANY LIMITED

股份代號 Stock Code : 3799

2018年全年业绩发布

2019年3月





1

2018全年业绩总结

2

2018年产业发展

3

2019年业务展望



達利食品集團有限公司

DALI FOODS GROUP COMPANY LIMITED

(股份代號 Stock Code : 3799)









2018全年業績總結



用心創品質

2018年全年主要财务指标一览



		2018年业绩	同比变化			2018年业绩	同比变化
	收入	208.6亿元人民币	+5.4%		总费用率	18.9%	-0.1ppt
	毛利	80.5亿元人民币	+8.0%		毛利率	38.6%	+0.9ppt
	经营利润	41.0亿元人民币	+11.3%		经营利润率	19.7%	+1.0ppt
	净利润	37.2亿元人民币	+8.3%		净利润率	17.8%	+0.5ppt
	经营现金流	50.0亿元人民币	+108.1%		净现金	100.8亿元人民币	+24.5%



家庭消费产业取得长足进步

- 战略定位清晰，豆奶和短保面包市场潜力巨大
- 豆奶和短保面包进入品牌成长期，收入和利润率不断提升



休闲食品产业稳定发展

- 休闲面包，糕点、饼干、薯片基础牢固，持续稳定增长



饮料产业聚焦增长品类

- 功能饮料持续拓展市场，保持双位数增长；凉茶保持市场份额
- 面对即饮市场的疲软通过主动控制费用保持合理利润率



提升盈利能力，强化现金流，提高抗风险能力

- 主营业务毛利率与经营利润率持续提升
- 经营现金流入增加至50亿，净现金增加至100亿



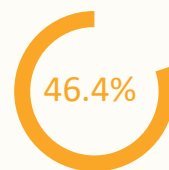
食品

饮料

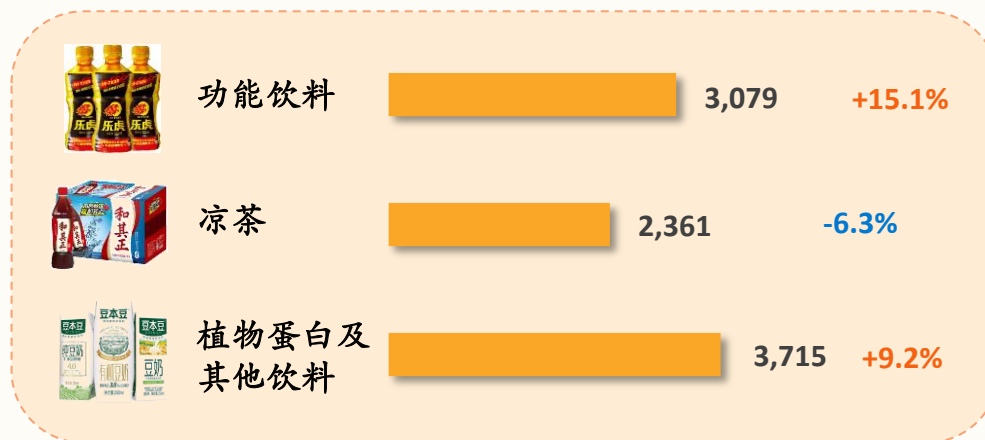
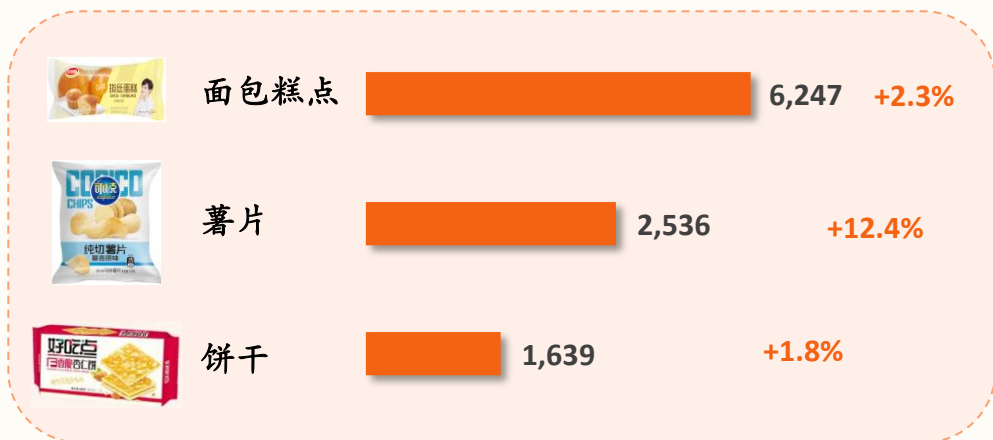
收入细分 (百万人民币)



毛利率



销售额 (百万人民币)





達利食品集團有限公司

DALI FOODS GROUP COMPANY LIMITED

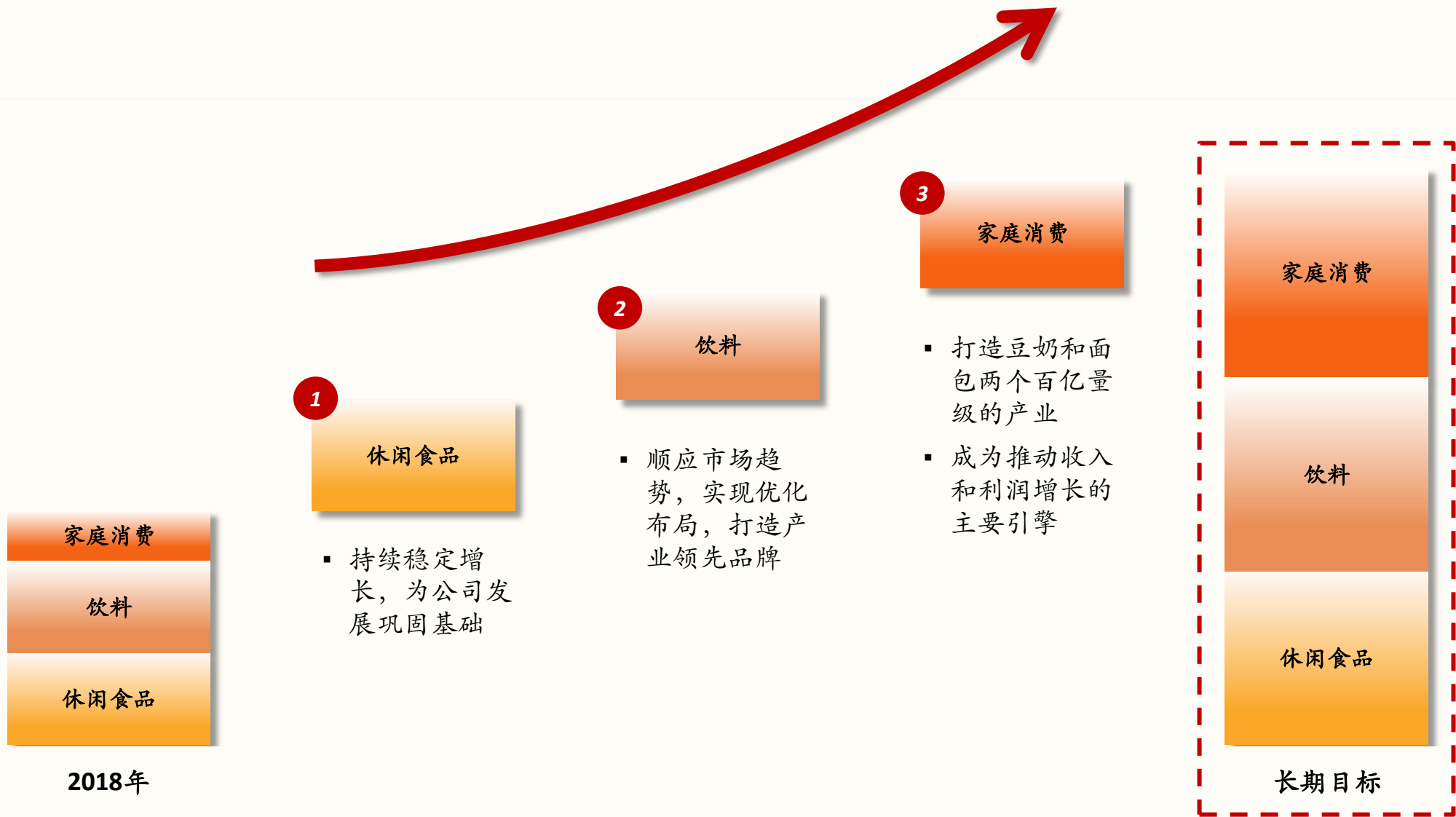
(股份代號 Stock Code : 3799)

2018年产业发展



用心创品质

战略愿景：打造三大产业支柱，再造一个新的达利

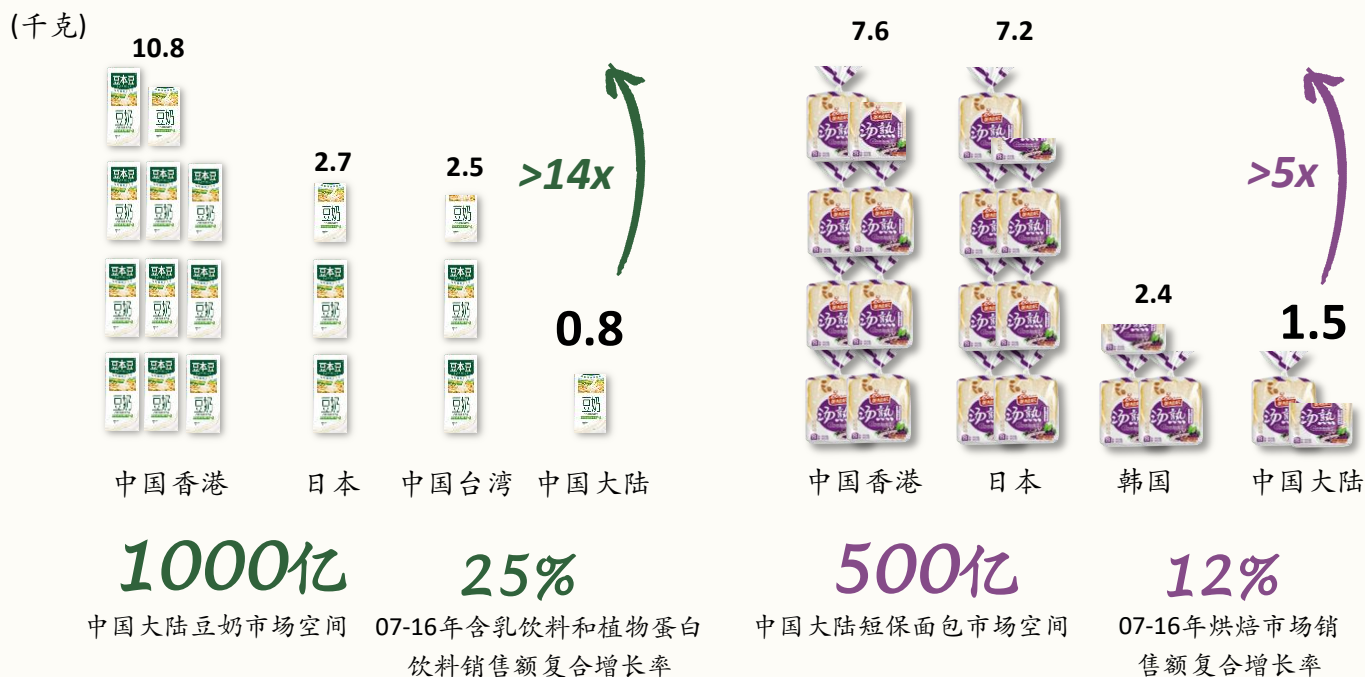




家庭消费支出显著增加，品质消费节奏加快，以豆奶和中短保面包为切入点品类策略初显成效



中国大陆豆奶及面包人均年消费量远低于其他亚洲主要国家和地区



- 从近年饮料发展趋势看，消费者对口感和健康的注重促使其更青睐口味清淡、属性健康的饮品。同时，西式早餐由于其快捷方便，近年来深受消费者偏爱，目前已经超过中式早餐的消费比例
- 家庭消费无论是从消费频次，还是从消费总体规模上都远远大于个体消费
- 亚马逊数据显示以家庭为单位的消费决策，在所有消费场景中的占比由2007年的24.1%上升到2017年的33.5%，表明家庭在消费决策中的角色在不断强化
- 同时，中国家庭品质消费节奏正在加快，消费品生产增品种、提品质、创品牌等政策效果不断显现，品质商品、品质服务、品质生活将成为消费结构升级的重要载体

- **盈利能力强：** 豆本豆及美焙辰的利润率均高于集团饮料和食品板块的平均水平
- **与原有产业资源形成协同效应：** 产能、销售体系、物流、市场营销等方面充分利用现有的产业资源，产生协同效应，达到控制费用、提升效率的作用



2018年现状

2019年目标



1200



1500



60万



100万



业务发展状态

- 品牌认知度已经处于市场第一梯队
- 纯天然无添加的产品属性和高档、方便的包装属性有强大吸引力
- 瞄准家庭消费的早餐场景，贴合用户需求，形成明显的差异化定位



豆本豆瞄准家庭消费场景宣传



豆本豆品牌形象全面升级



加强门店的消费者互动

未来发展措施

- 未来发展措施：
 - 品牌形象升级，强调“科技造就好营养”，提升消费者对品牌的认知
 - 针对各地区市场渗透率和消费者认知度、消费习惯的不同，相应地拓展不同的渠道，并通过门店活动巩固转化率和提高忠诚度
- 唯甄豆奶：以高性价比策略，与美焙辰联动操作



2018年现状

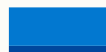
2019年目标



终端

3万个

■ 大店 ■ 个体小店



11万个



% 日配比率

20%



40%



未来发展策略

- 销售团队和经销商队伍的专业性提高，运作效率更优化
- 随着品牌认知度的提升，同店增长提速
- 销售渠道的拓展，提高市场渗透率
- 产品系列不断丰富，满足消费者多样化需求



汤熟吐司系列



软芯面包系列



起酥面包系列



营养吐司系列



营养餐包系列



美焙辰陆续铺货



美焙辰与苏宁快消合作-打造社区化即时服务网络



可比克强化品牌形象和态度，实现品牌年轻化

- 可比克借助电影上映的热度及人气，与《大黄蜂》、超级课程表的三方深度联合开发营销有效提升可比克的品牌形象
- 嗨多浪波浪型薯片的推出，完善可比克膨化食品产业结构，形成了“复合型薯片+鲜切型薯片”两大产品组合
- 定制“大黄蜂嗨多浪”薯片限量版，将薯片四大口味和大黄蜂最经典的四个作战动作完美融合

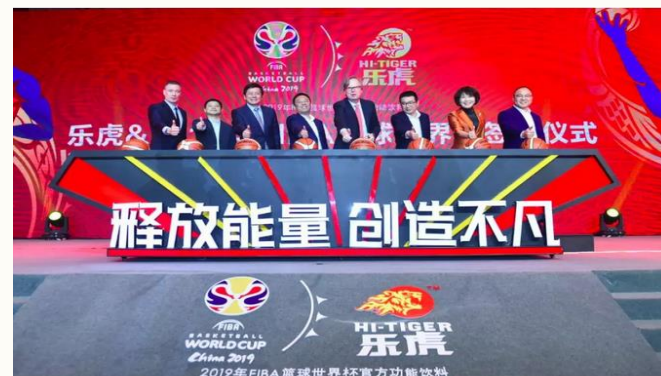


- 具有年轻属性的大流量IP，赋予了品牌产品能引起年轻用户内心共鸣的内容认知形态，成功塑造了可比克在中国年轻消费群体中的“好吃好玩、时尚新潮、有态度”的形象



乐虎品牌形象全面升级，持续加强知名度

- 从“释放你的能量”升级为“喝乐虎提神抗疲劳”强调乐虎专业功能饮料的属性；同时升级视觉包装
- 拍摄冰雪极限运动宣传片，同时配合北京2020年冬奥会造势宣传，凸显乐虎专业功能饮料的产品属性
- 乐虎将成为FIBA篮球世界杯赞助商和官方指定功能饮料。2019年，乐虎将通过历时四个月的男篮世界杯，在16个城市的巡演扩大品牌知名度
- 2019年将推出500ml乐虎产品，丰富SKU



2019达利食品集团饮料品牌战略升级暨乐虎2019年FIBA篮球世界杯签约仪式



乐虎极限运动宣传片



乐虎新Logo



達利食品集團有限公司

DALI FOODS GROUP COMPANY LIMITED

(股份代號 Stock Code : 3799)

2019年业务展望



用心创品质



产业策略

- 深耕家庭消费产业，持续开拓豆奶和短保面包市场，打造强势品牌
- 顺应市场趋势，聚焦重点品牌

渠道策略

- 根据各区域市场的消费习惯，结合产业发展的不同阶段，有针对性地拓展相关渠道和终端
- 加强对优质经销商和终端的培育，优化营运效率

品牌策略

- 对功能饮料的品牌形象进行全面升级，进一步强化其专业功能饮料的属性
- 强化豆奶的高科技、高营养品牌定位，更好地与消费者进行沟通，从而促进豆奶持续稳健增长

财务策略

- 保持健康的财务状况和充沛的现金流，提高对抗市场风险的能力
- 把握合作及并购等行业整合机会