



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

2019年全年业绩发布

2020年3月



1. 疫情动态

严格防控



- 集团积极响应国家疫情防控的相关政策，组织恢复生产，并执行了严格的疫情防控措施，确保**安全生产**经营
- 目前集团各个工厂，包含湖北工厂，**没有出现任何感染疑似**病例。保证了生产的正常进行

0 疑似

高效复产

Start

- 2月中旬起按照各地政府批准的时间表逐步复产

90%

- 全部工厂按照政府指引，工人到2月中下旬开始陆续返工

100%

- 目前所有工厂**全部复产**

布局及产能优势

75%



- 本集团全国性的产能分布，产品约**75%**是本省内运输
- 每家工厂都具有全产品线生产能力，且大部分采用本地招工形式，因此工厂的生产和物流可**较快恢复正常**状态

满足终端需求



- 疫情期间终端的食品需求较大，部分渠道需求无法满足
- 复工后迅速补充产能，出货量稳步提升



多手段引导经销商



- 加快渠道、门店货源的调剂及补充，帮助产业链内的其他合作伙伴度过困难时期



- 采用多种手段扶持经销商度过非常时期

推出新销售模式



- 突出社区及商超等网点的布局。着重投放袋装面包、豆奶及功能饮料品类



- 及时调整渠道策略，开发与新的消费场景相吻合的渠道和营销方式

采取新营销策略

- 利用新媒体，地方广电多屏宣传，突出豆奶、面包等家庭消费产品的宣传



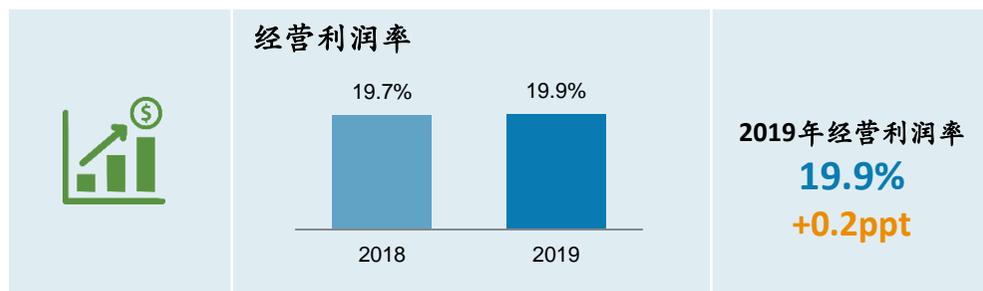
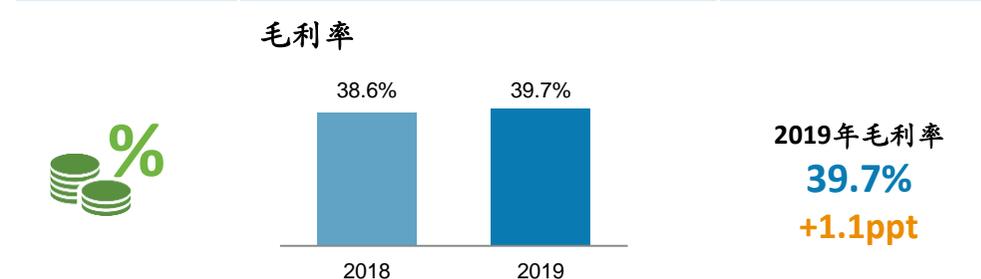
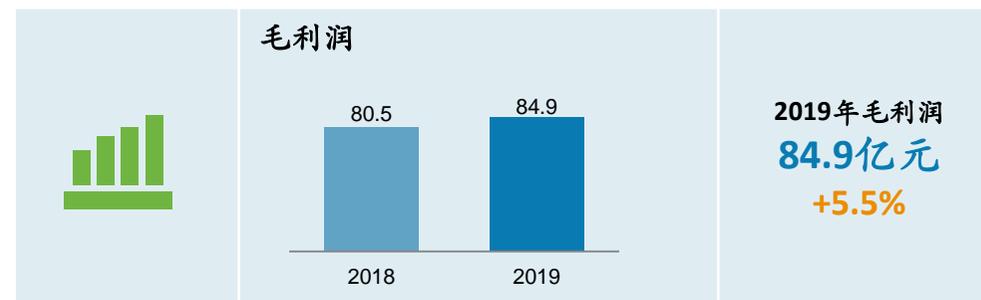
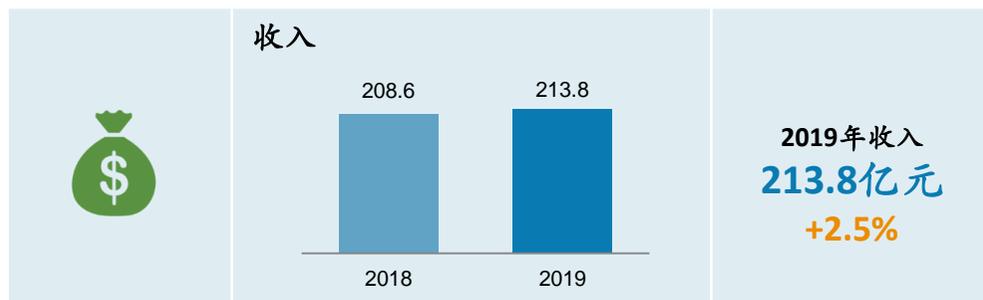
社会责任

- 疫情爆发之后，达利食品全国各地子公司及合作伙伴积极捐赠物资送到抗疫一线

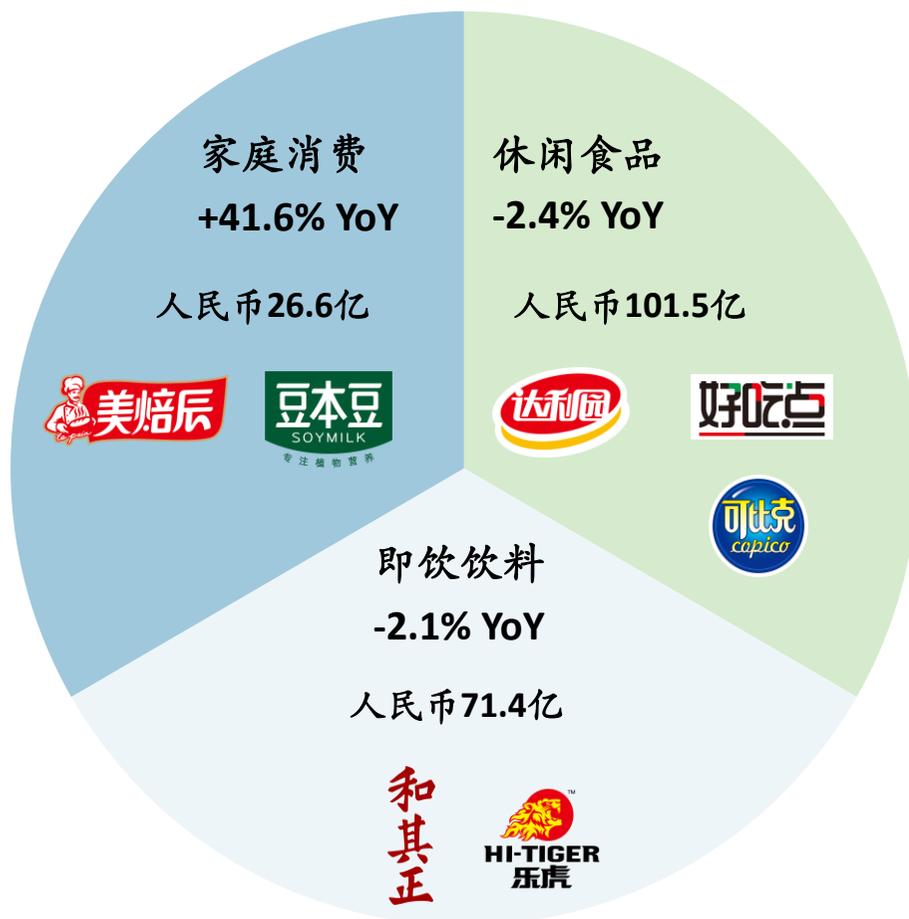


2.业绩概览

2019年全年主要财务指标一览



核心业务收入分部



核心业务毛利率分部



培育百亿级品牌，打造产业一流品牌组合



品类	2019市场规模级别	明星品牌
 烘焙食品	2000亿	
 短保面包	500亿	
 豆奶	200亿	
 功能饮料	500亿	

3.分部经营情况

家庭消费产业布局完成，规模初显，将成为持续增长引擎



- 产能：全部工厂投产，产能陆续释放
- 渠道：核心市场经销商布局基本完成
- 效率指标：达到行业平均水平并逐步优化
- 目标：提升市场覆盖率和渠道渗透率，优化各项经营指标，实现销售收入快速提升



1 | 重塑包装豆奶产业，布局高端产品， 树立领导品牌形象

豆本豆 2019品牌定位升级



价格带3-5元；渠道布局高线城市，
主打早餐场景

2 | 推动产业进程，推出高性价比的 大众化产品



价格带2-3元；主要布局中低线城市，
扩大消费者基础，丰富消费场景

3 | 引入新的口味和营养元素，拓展产品线扩 大产业空间



价格带2-4元；全渠道布局，拓展休闲场景

休闲食品：推陈出新，优化布局，巩固优势地位



丰富产品矩阵、稳步提升品牌定位，保持稳定发展



加快研发节奏，持续推出新品



以纯切薯片为投放重点，强化电商布局，引进新口味



即饮饮料：把握契机，提升市场份额



聚焦功能饮料相关场景的渠道开发和终端拓展



围绕体育赛事IP进行整合品牌推广 对乐虎的品牌定位进行全面升级

和其正 把握健康需求，推动销售增长



强化品牌与中国传统文化关联



顺应市场需求，推出健康概念的豆奶茶及果味茶



电商业务：深化与主流平台的合作，迅速开拓增量市场

顺应线上消费的市场趋势，开拓增量业务



- 推出平台特别定制款
- 线上高端子品牌
- IP相关定制款

主流平台全覆盖；多元化操作用户渗透度

直播渠道



拼购渠道



主流平台的合作，资源互换



天猫旗舰店



京东旗舰店

母婴渠道



校园渠道



达利食品
DALI FOODS

1

充分发挥综合优势，加快落实家庭消费、休闲食品和即饮饮料三大产业的发展目标

2

推陈出新，加快研发与创新，优化产品矩阵，提升品牌

3

积极开拓电商业务，加快线上布局，拓展增量业务

4

及时调整渠道策略，开发与新的消费场景相吻合的渠道和营销方式

5

坚持审慎的财务政策，积极关注并购与行业整合机会

免责声明

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，仅作资料用途，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，无意干犯创作人的权利及/或适用的知识产权法。

本演示材料所载资料和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、顾问或代表概无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的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、复制及/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发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，而未经独立核实。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。概无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。