

Jiumaojiu International Holdings Limited
九毛九国际控股有限公司

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 9922

2020年
中期业绩发布会



2020年8月25日

免责声明

九毛九·集团

Jiu Mao Jiu Group

本业绩演示所用的材料仅供阁下作参考用途。本文件的目的是提供、而您也不应依赖本文件提供对于公司的财务或业绩状态或前景的完整的或全面的分析。本文件包含的信息和意见截止于本文件的日期，并可在不另行通知的情况下进行更改。

本文件中并不包含、也并不应当被依赖为一项有关过往或未来的承诺或陈述，并且您也不应当依赖本文件中包含的书面或口头的信息的公平性、准确性、真实性、完整性或正确性。并且，本文件中的任何内容均不得被解释为法律、业务、税务或财务建议。

对于本文件中包含的信息或意见的公平性、准确性、真实性、完整性或正确性，均没有任何明示的或暗示的陈述或保证，也不得进行任何依赖。本公司及其各自的任何控股公司、子公司、关联业务、控制人或关联公司，以及它们各自的董事、管理人员、合伙人、雇员、代理人、顾问或代表，均不承担因直接或间接使用、依赖或分发本文件或其内容而产生的或以其他方式与本文件相关而产生的任何责任（不论是疏忽或者其他）或以任何其他方式发生的损失。

目录

第一章

公司概况

第03页

第二章

2020年中期业务回顾

第06页

第三章

2020年中期财务回顾

第11页

第四章

未来发展战略

第19页

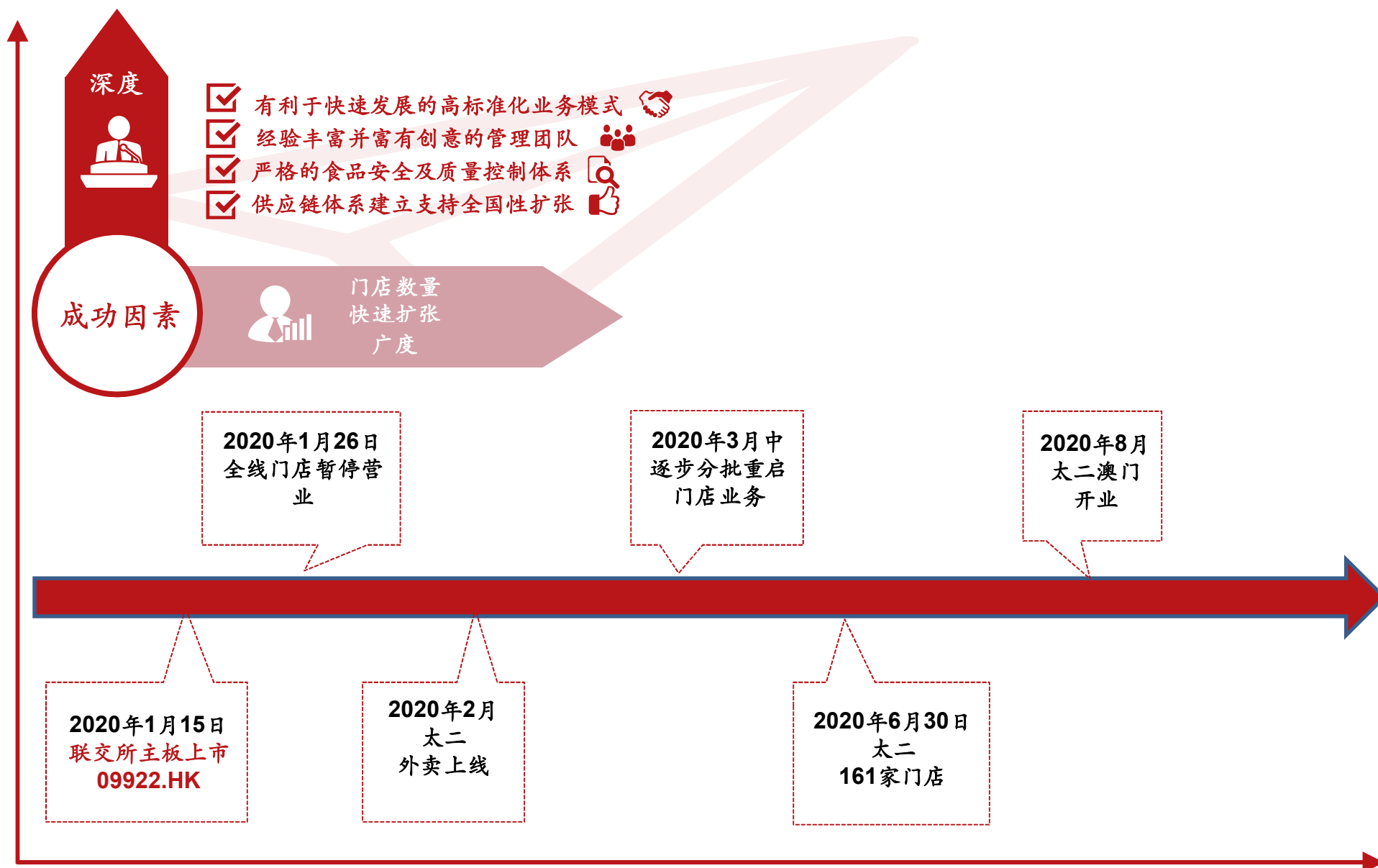
第五章

问答环节

第21页

第一章 公司概况

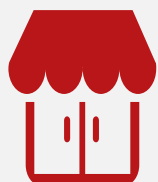
集团发展历程



至今



- ✓ 独立特色及品牌定位
- ✓ 降低餐厅间竞争风险
- ✓ 布局细分市场表现优异
- ✓ 在试错中创新



288+33间门店

截至2020年6月30日，九毛九集团所有品牌自营门店数量达**288**家，加盟门店数量达到**33**家



43个城市

截至2020年6月30日，餐厅网络覆盖中国**43**个城市(截至2019年12月31日：**40**个城市)，遍及16个省及4个直辖市



1,000万+粉丝

截至2020年6月30日，九毛九及太二品牌微信粉丝数量超过**1,000万**

第二章

2020年中期业务回顾

太二 - 不忘初心，做好产品

千头万绪，那就回来好好做产品吧



多品牌全国性布局带来卓越影响力



截至2020年06月30日共计**321**家门店
覆盖中国**43**个城市，遍及**16**省及**4**个直辖市

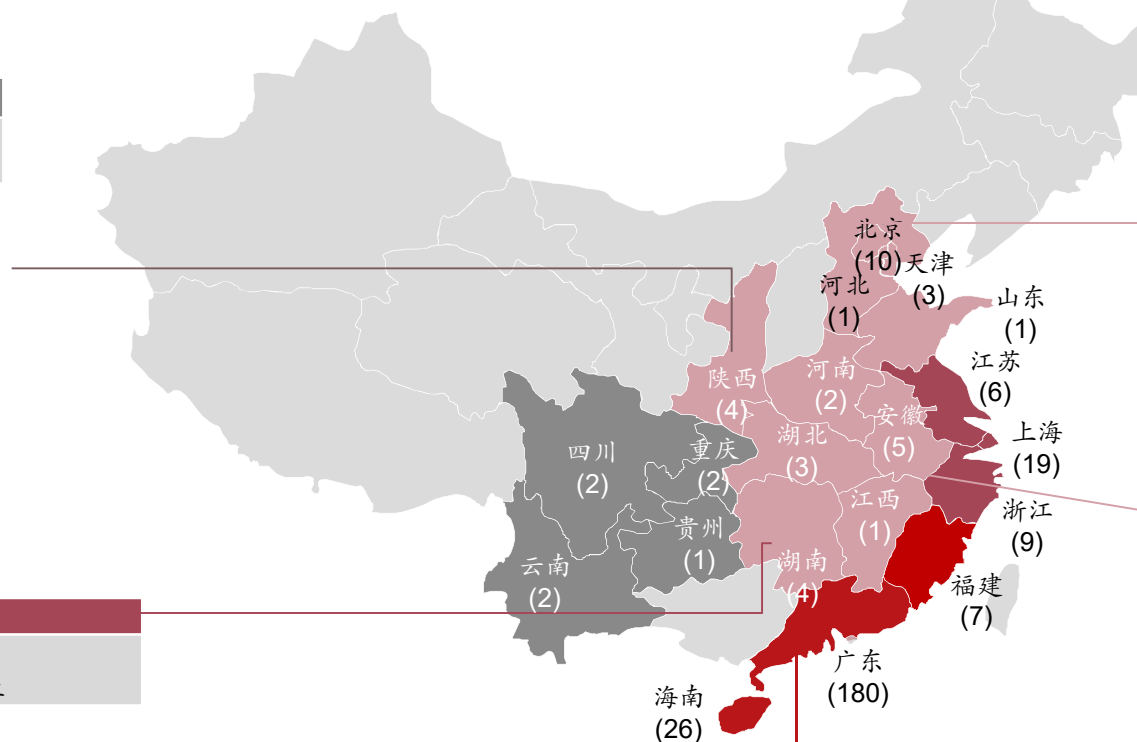
西部地区	
	太二酸菜鱼
四川	2
重庆	2
云南	2
贵州	1
小计	7

华东地区	
	太二酸菜鱼
上海	19
浙江	9
江苏	6
小计	34

华北地区	
	太二酸菜鱼
北京	10
天津	3
河北	1
山东	1
河南	2
陕西	4
小计	21

华中地区		
	太二酸菜鱼	2颗鸡蛋煎饼
安徽	5	-
湖北	3	3 ⁽²⁾
湖南	4	-
江西	1	-
小计	13	-

华南地区					
	九毛九西北菜	太二酸菜鱼	2颗鸡蛋煎饼	总现煮串串	那末大叔是大厨
广东	90	68	49 ⁽¹⁾	1	1
海南	15	11	1 ⁽²⁾	-	-
福建	-	7	-	-	-
小计	105	86	20	1	1

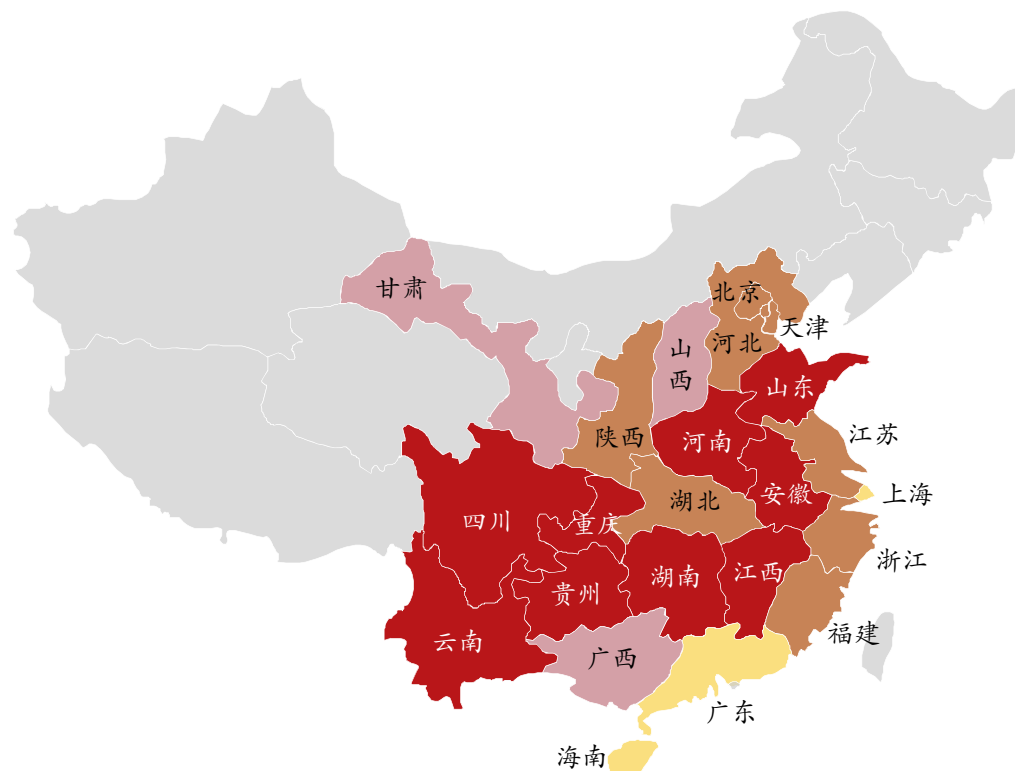


太二继续全国布局

九毛九·集团

Jiu Mao Jiu Group

继续抢占战略点位的同时，我们也适当下沉



- 2017及以前年度进驻省份
- 2018年进驻省份
- 2019年进驻省份
- 2020计划进驻省份



九毛九、两颗鸡蛋、怂、那未大叔

九毛九·集团
Jiu Mao Jiu Group



继续好好打造商业模式

怂
重庆火锅厂
Hot-pot Factory

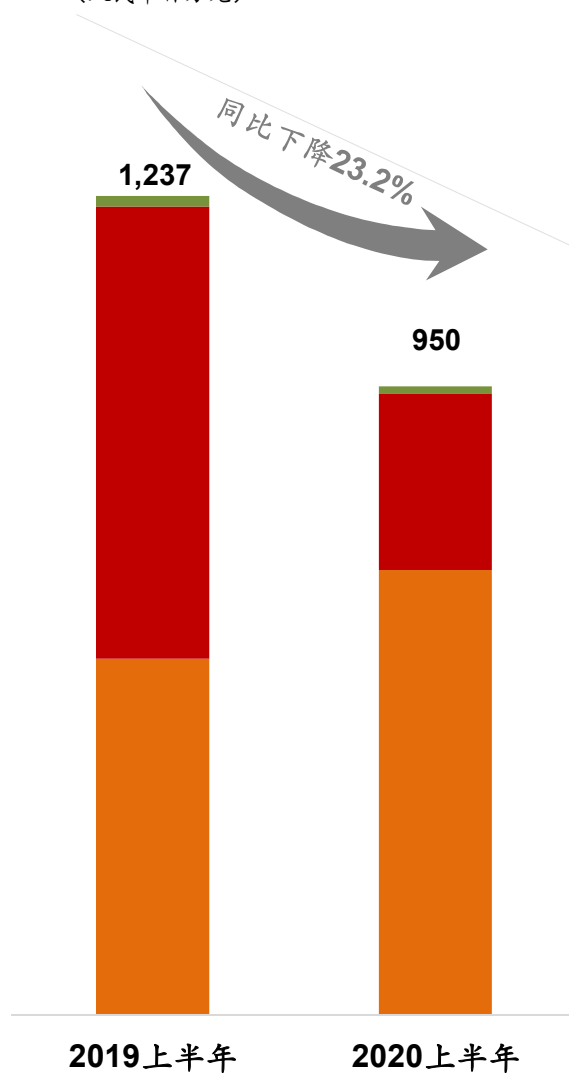


第三章 2020年中期 财务回顾

整体财务表现

营业收入及收入增长

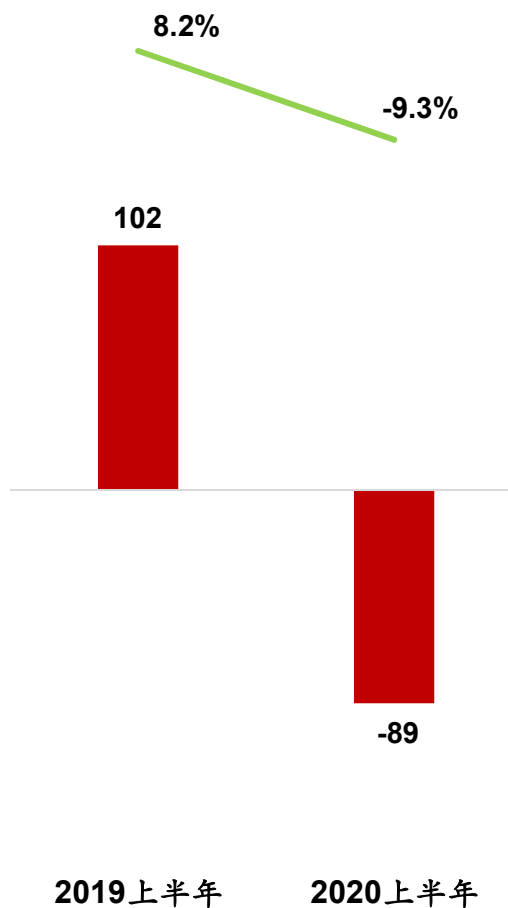
(人民币百万元)



■ 太二 ■ 九毛九 ■ 其他品牌

净利润及净利润率

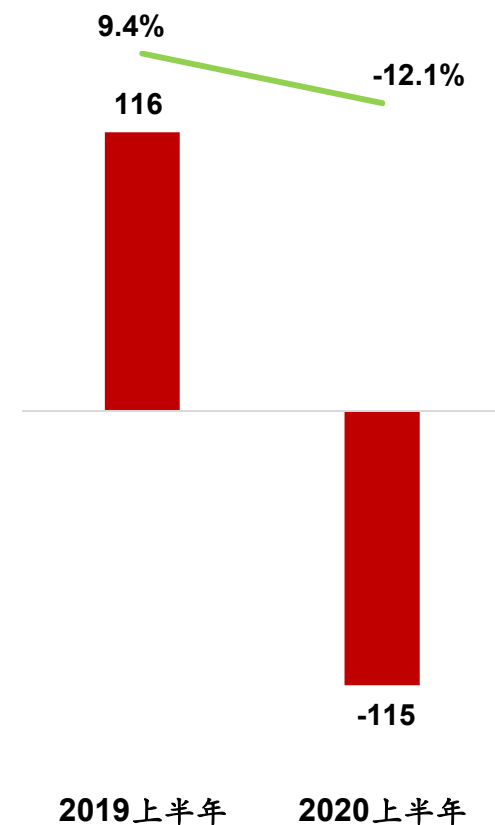
(人民币百万元)



■ 净利润 — 净利润率

经调整净利润⁽¹⁾及净利润率

(人民币百万元)

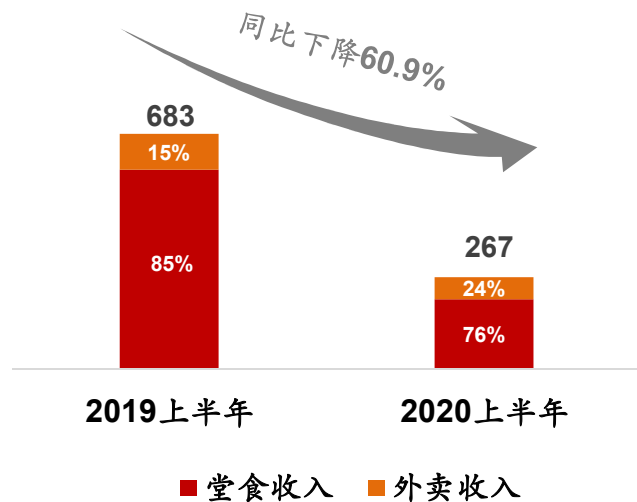


■ 经调整净利润 — 经调整净利润率

注：(1)经调整净利润=净利润+股权激励分摊费用+上市开支-首次公开发行所得认购款项的利息收入

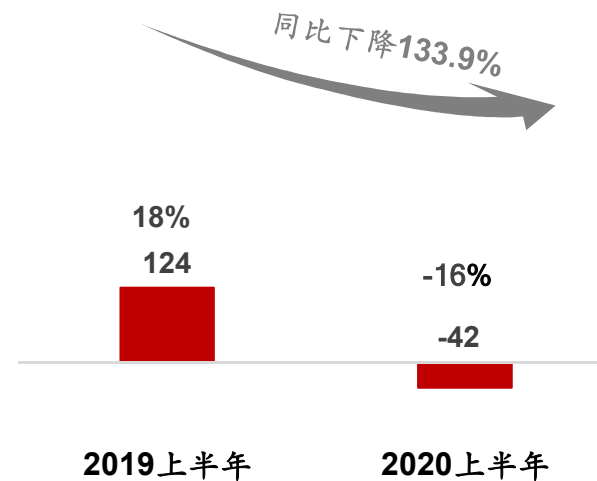
九毛九收入

(人民币百万元)



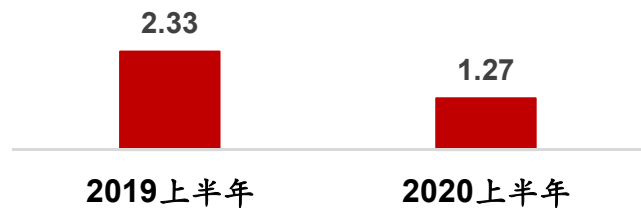
九毛九经营利润与经营利润率

(人民币百万元)



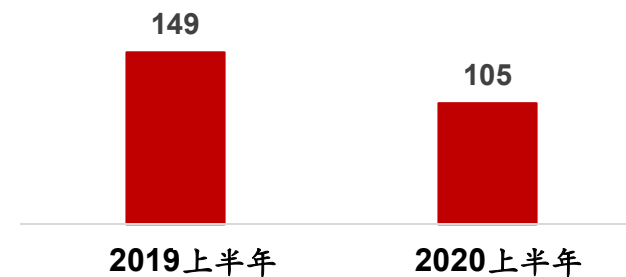
九毛九翻座率

(次/日)



九毛九门店数量

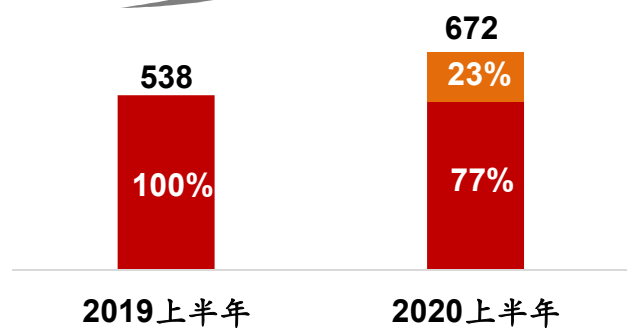
(间)



太二收入

(人民币百万元)

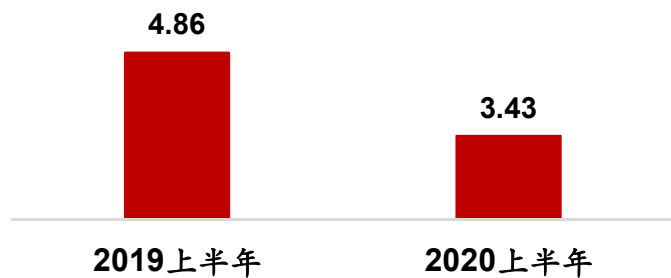
同比增长24.8%



■ 堂食收入 ■ 外卖收入

太二翻座率

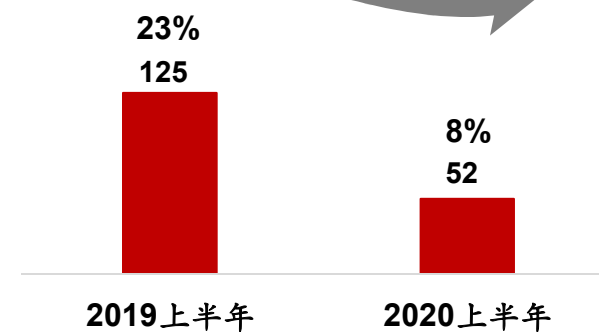
(次/日)



太二经营利润与经营利润率

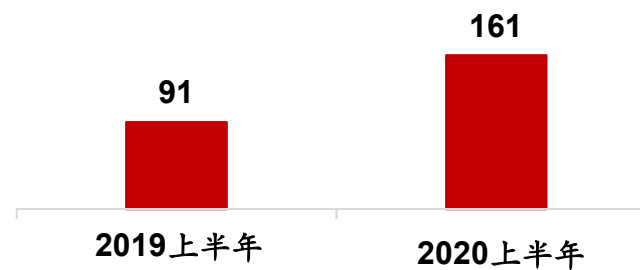
(人民币百万元)

同比下降58.5%



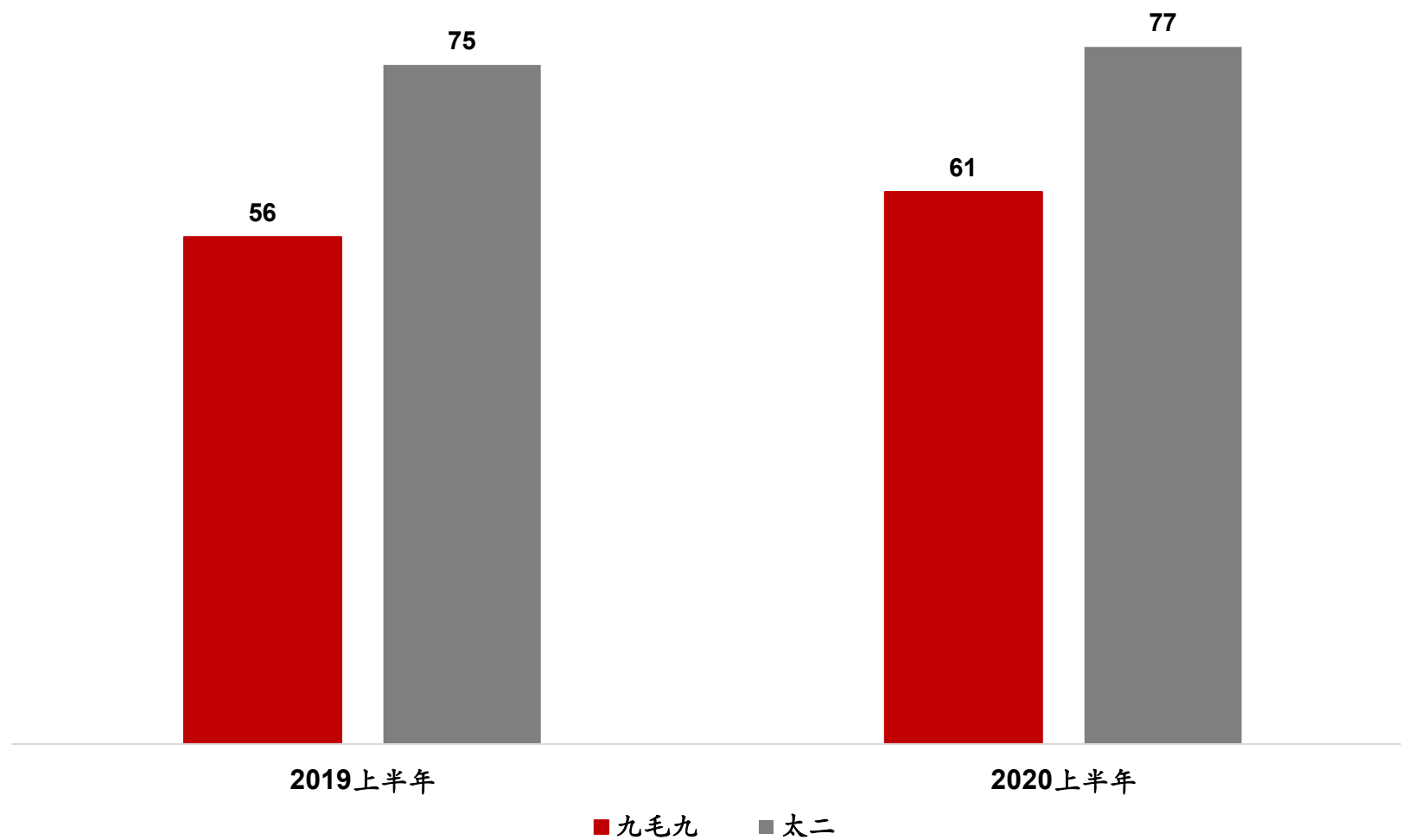
太二门店数量

(间)



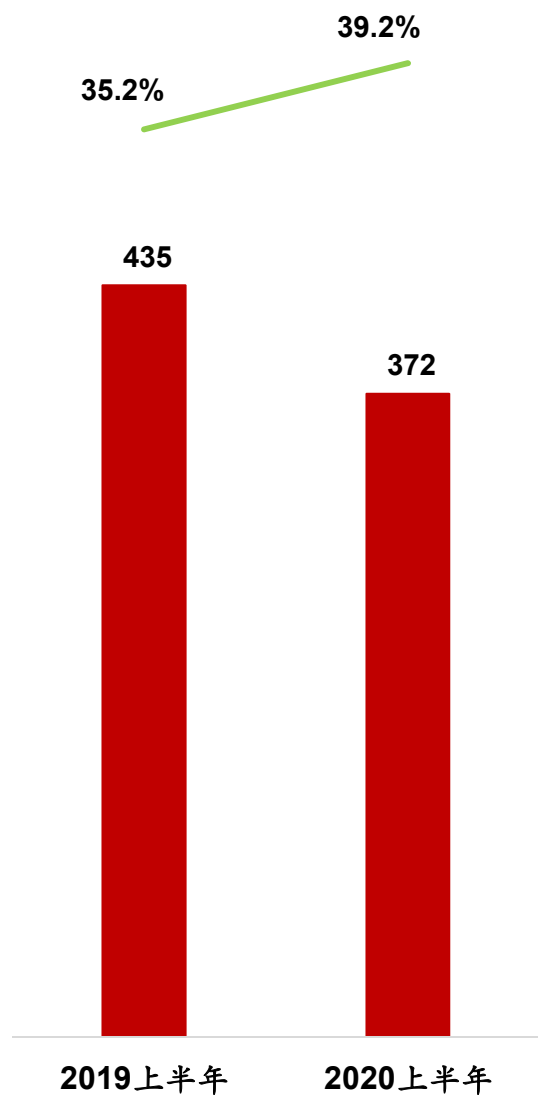
稳步提升的顾客人均消费

(人民币元)



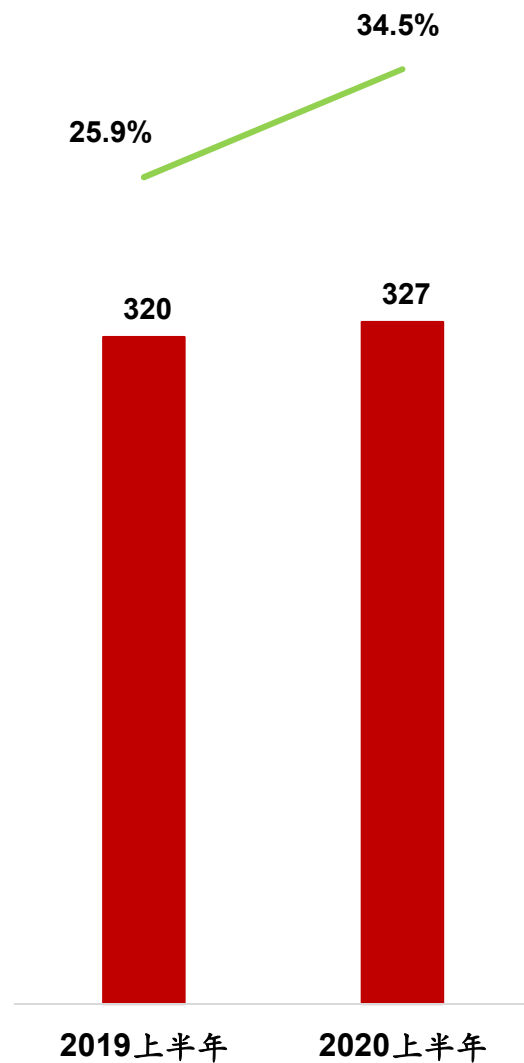
开支明细

所用原料及耗材

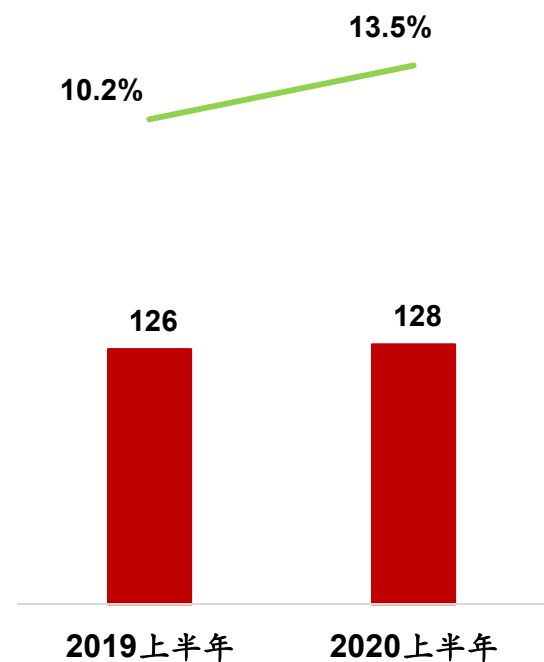


■ 所用原料及耗材 — 占收入比重

员工成本



■ 员工成本 — 占收入比重

租金及相关开支⁽¹⁾

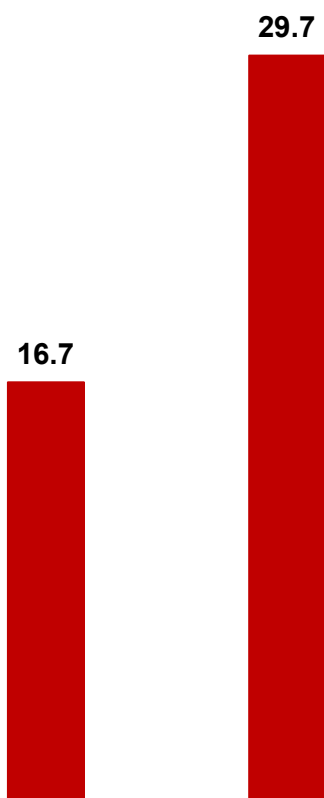
■ 租金及相关开支 — 占收入比重

注：(1) 使用权资产的折旧+其他租金及相关开支

周转天数分析

存货周转天数

(天数)



2019上半年 2020上半年

应收账款周转天数

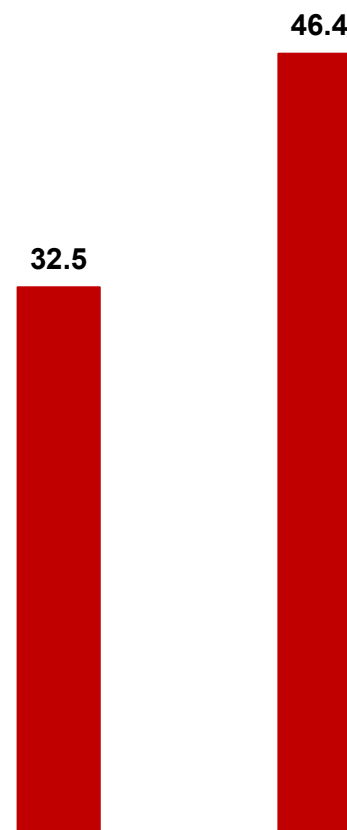
(天数)



2019上半年 2020上半年

应付账款周转天数

(天数)

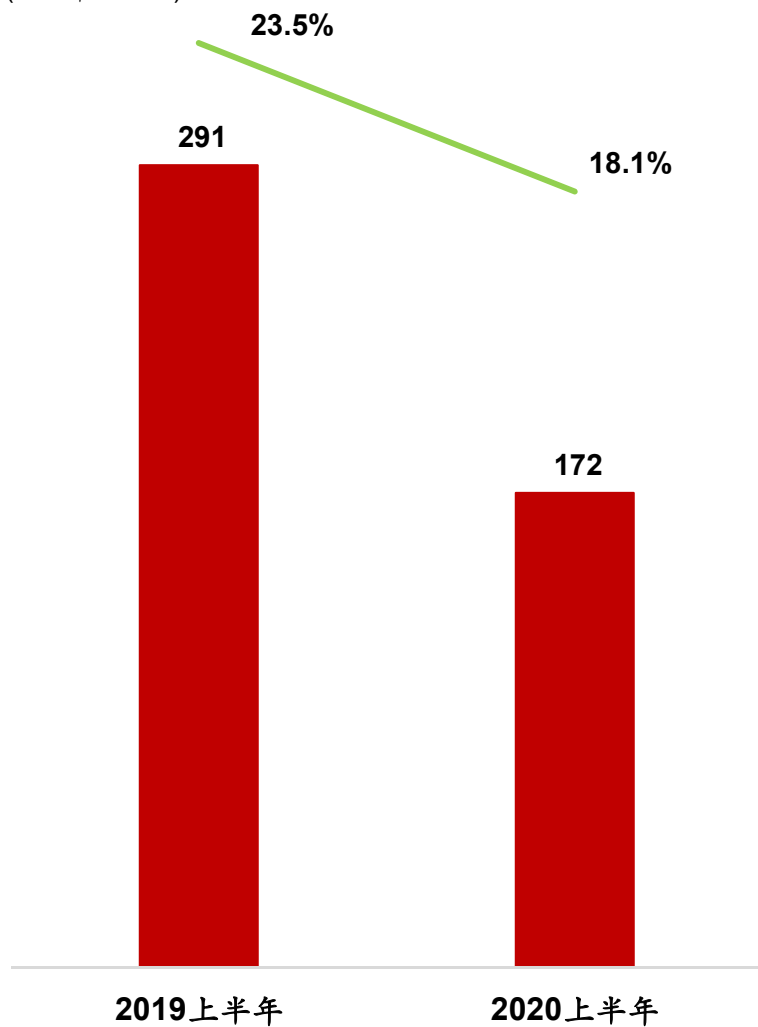


2019上半年 2020上半年

现金流分析

经营性现金流

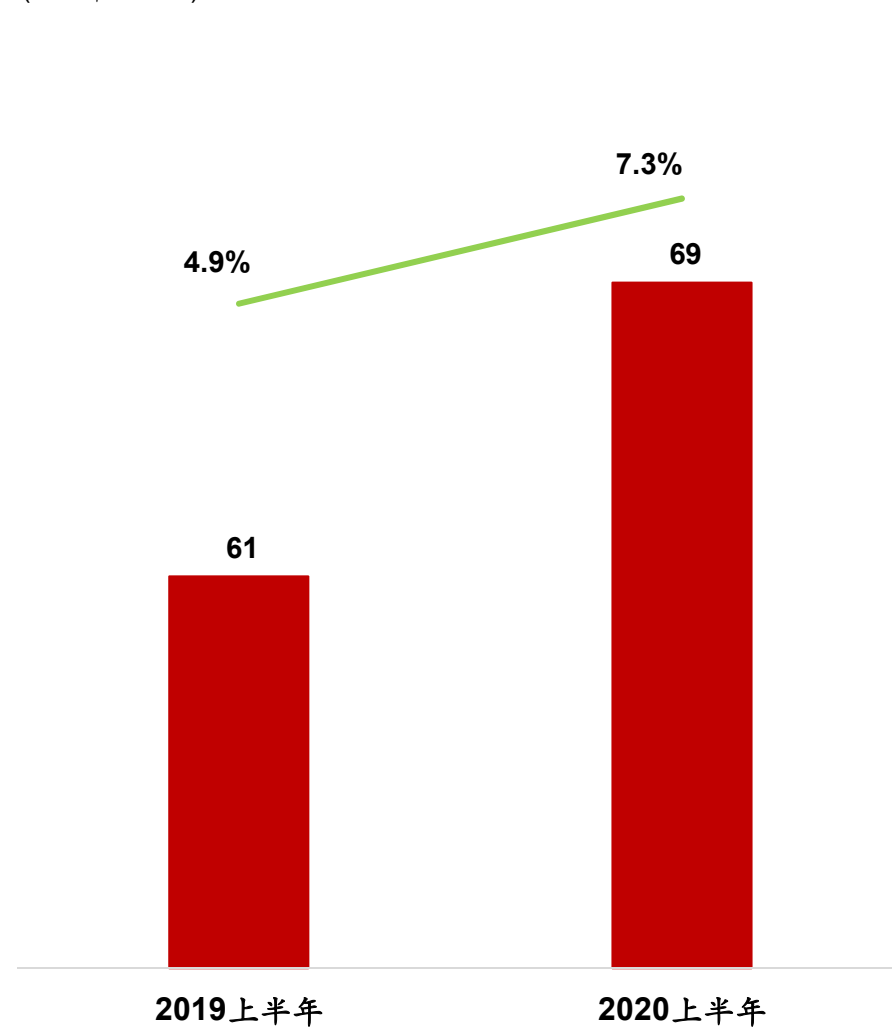
(人民币百万元)



■ 经营性现金流 — 占收入比重

固定资产相关资本支出

(人民币百万元)



■ 资本性支出 — 占收入比重

第四章 未来发展战略

公司旨在通过以下发展战略，继续引领中式餐饮行业的发展，并巩固公司
作为中国中餐多品牌运营及管理的**领先地位及竞争优势**

通过继续扩张复制我们的成功经验

 **开店计划：**我们将继续实行我们的餐厅网络扩张计划。新开餐厅的实际数量、地址和时间在任何期间都可能受到各种可控或不可控的因素影响，我们可能会根据实际情况进行必要的调整。

 **九毛九：**深耕华南地区，转型迭代，进一步巩固市场地位

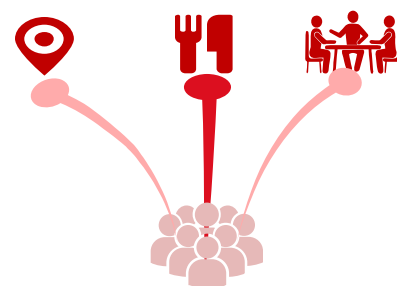
太二：重点拓展一线、二线城市，并适当下沉至周边市场

其他品牌：持续培育并优化

继续通过多品牌及多概念策略扩张至更多细分市场

多类型菜品（面食、酸菜鱼、火锅、粤菜、小吃等）满足不同饮食需求

以购物商场为主开店，同时根据品牌调性定位及选址，扩展覆盖区域



各品牌精准客群定位，家庭消费、年轻人消费、中高端消费群等

多品牌最优组合，提升整体市场份额

 **供应链**
加大信息系统投入，提升数字化建设与战略核心原材料优质供应商深度合作确保食品及服务的统一性以及食品安全与质量控制



仓储物流

持续提升供应及支持能力

 持续在具有增长潜力的海外市场开设新店，例如香港、澳门、新加坡、洛杉矶、旧金山及温哥华，吸引海外华人及外国消费者



具有丰富行业经验的团队及人才



高标准业务模式



扩张海外市场

扩张至全球市场以增强国际影响力

第五章 问答环节

