



奈雪的茶控股有限公司 2024年年度业绩发布会



免责声明

本文件由奈雪的茶控股有限公司（“本公司”）准备，仅供本次演示使用，本文件所载内容仅供参考。本文件包含的内容为历史事实陈述，不应被视为本公司未来业绩或表现的任何预测或指引。除历史事实陈述外，本文件可能包含若干前瞻性陈述，所有本公司预计或期待未来可能发生的（包括但不限于）预测、目标、估计及经营计划均属于前瞻性陈述。“潜在”、“估计”、“预计”、“可能”等等字词，以及其他组合或类似措辞，均显示相关内容为前瞻性陈述。该等前瞻性陈述涉及一些一般或特定的已知和未知的风险因素，且大部分可能不受本公司控制。受有关风险因素影响，本公司未来的实际业绩或表现可能会与该等前瞻性陈述出现重大差异。阁下需审慎考虑有关风险因素，而不可依赖本公司的前瞻性陈述。本文件的内容应被视为合乎作出本文件当时的情况，且将不会反映或更新在本文件日期后出现的重大发展。

本文件的内容未经独立验证，本公司对本文件包含的任何信息或意见的公允性、准确性、完整性、可靠性或真实性不作任何明示或默示的陈述或保证，阁下亦不应依赖本文件所载信息或意见。本公司或本公司的财务顾问，或彼等各自的董事、高级管理人员、雇员、顾问或代表以及其他任何联系人均不会就使用或依赖本文件或其他与使用或依赖本文件相关的行为（无论是否出于疏忽）引起的任何损失承担任何责任。本文件并不能视为投资目标、财务状况或任何投资者的指定需要的考虑，亦不构成买卖任何证券或相关金融工具的招揽、要约或邀约。

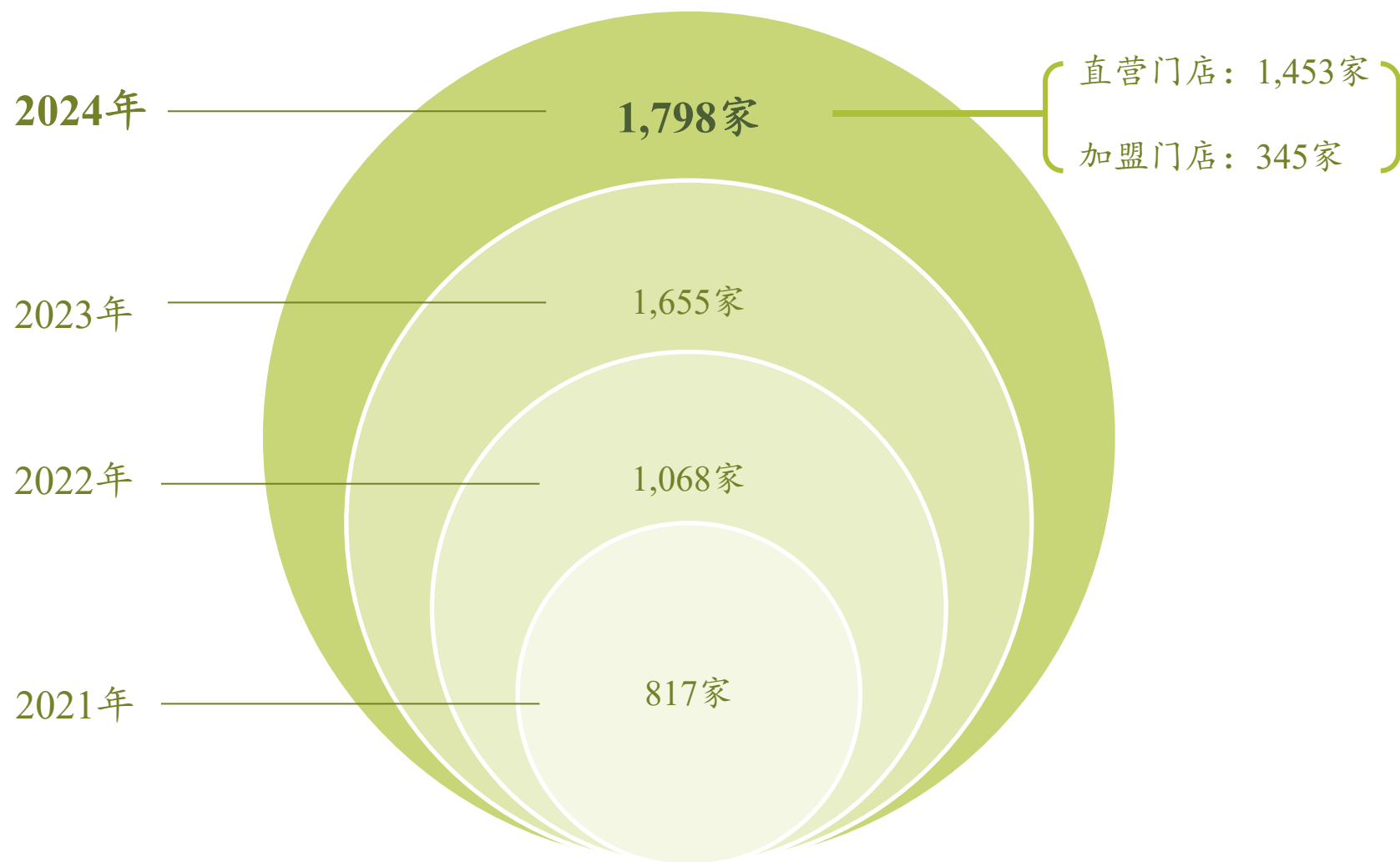
本文件以中文撰写，英文版为译稿。如有分歧，则以中文版为准。

阁下接受本文件，即表示已阅读并同意遵守本免责声明的各项要求。



一、业务概览

优化存量门店，持续拓展茶饮店网络



*店数截至期末

稳步推进国际市场



泰国



马来西亚

新加坡



美国

即将开业



不断创新产品与品牌活动以驱动增长

 聚焦健康战略，持续为顾客提供健康、高品质的产品

 坚持“茶饮+烘焙”双品类模式，巩固差异化优势



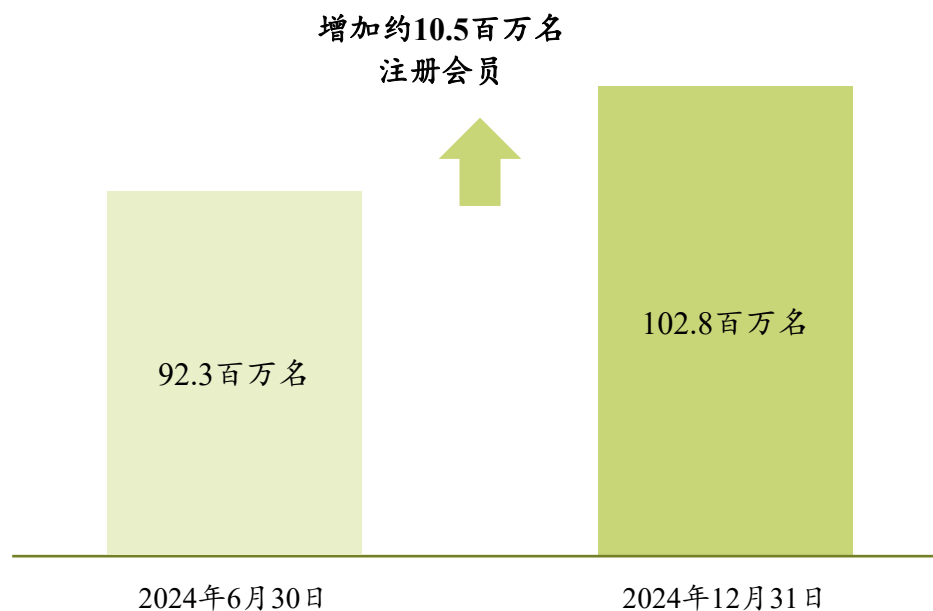
推新：现制饮品 70款 + 烘焙 55款

 配合「大单品」进行创新品牌活动，提升品牌声量

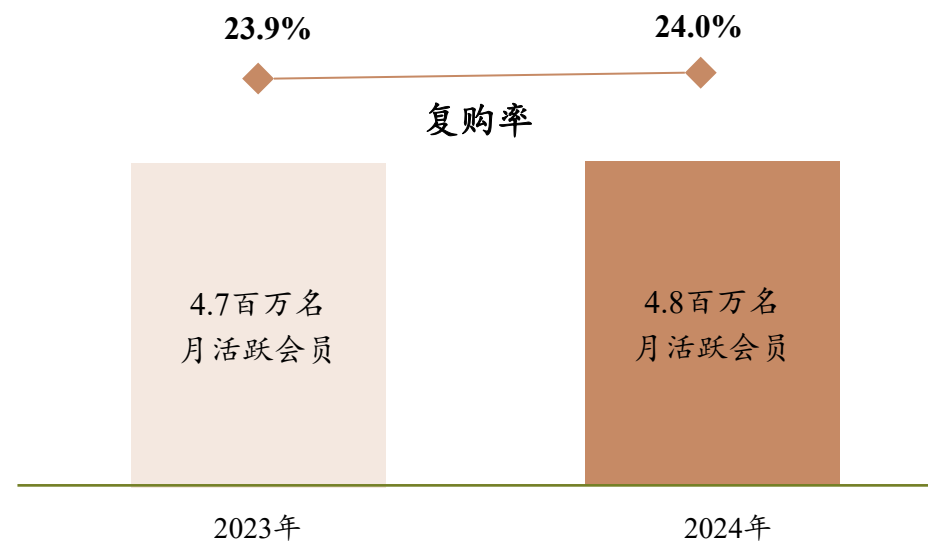


会员数量突破1亿，深度挖掘消费习惯

会员数量持续增长



复购率相对稳定

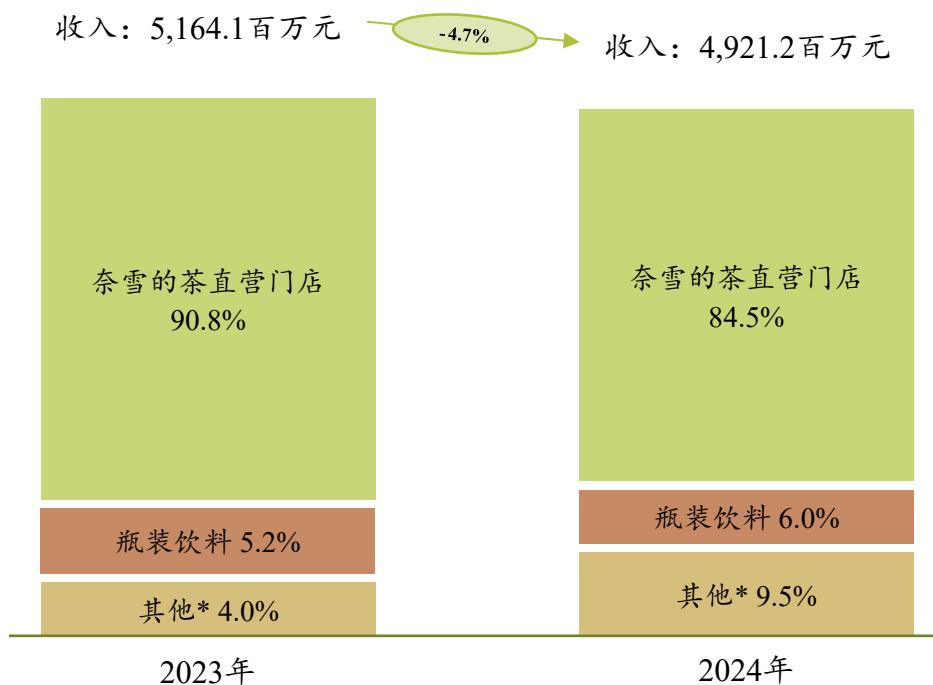


* 复购率指：当期每个月至少购买两次公司产品的会员占至少购买一次公司产品的会员的比例的平均值。

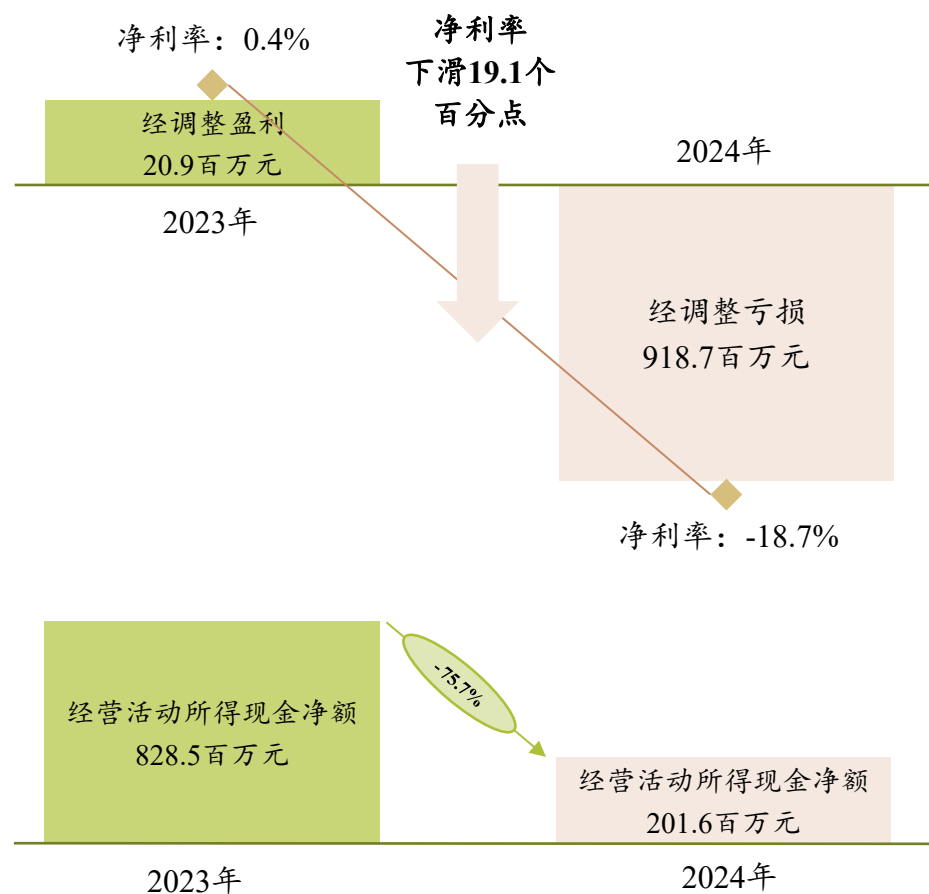
二、财务表现

消费市场疲弱与行业竞争激烈，门店收入承压

集团收入略微下滑



受经营杠杆等影响，集团录得净亏损



* 含加盟业务收入

门店收入承压推升各项成本占比；若干投资影响集团损益

(百万元；%)	2024年	2023年
收入	4,921.2	5,164.1
原材料成本 ⁽¹⁾	1,809.0	1,699.4
占收入 ↑	36.8%	32.9%
人力成本，其中：	1,434.6	1,403.9
占收入 ↑	29.2%	27.2%
奈雪的茶茶饮店	1,011.3	954.6
占奈雪的茶收入 ↑↑	24.3%	20.3%
瓶装饮料	73.5	73.4
占瓶装饮料收入	25.1%	27.5%
总部及其他	349.8	375.9
占总收入 ↓	7.1%	7.3%
使用权资产折旧	413.2	411.6
占收入 →	8.4%	8.0%
其它租金及相关开支	274.8	306.3
占收入 →	5.6%	5.9%
其它资产的折旧及摊销	335.5	304.4
占收入 ↑	6.8%	5.9%
广告及推广开支	246.0	165.8
占收入 ↑↑	5.0%	3.2%

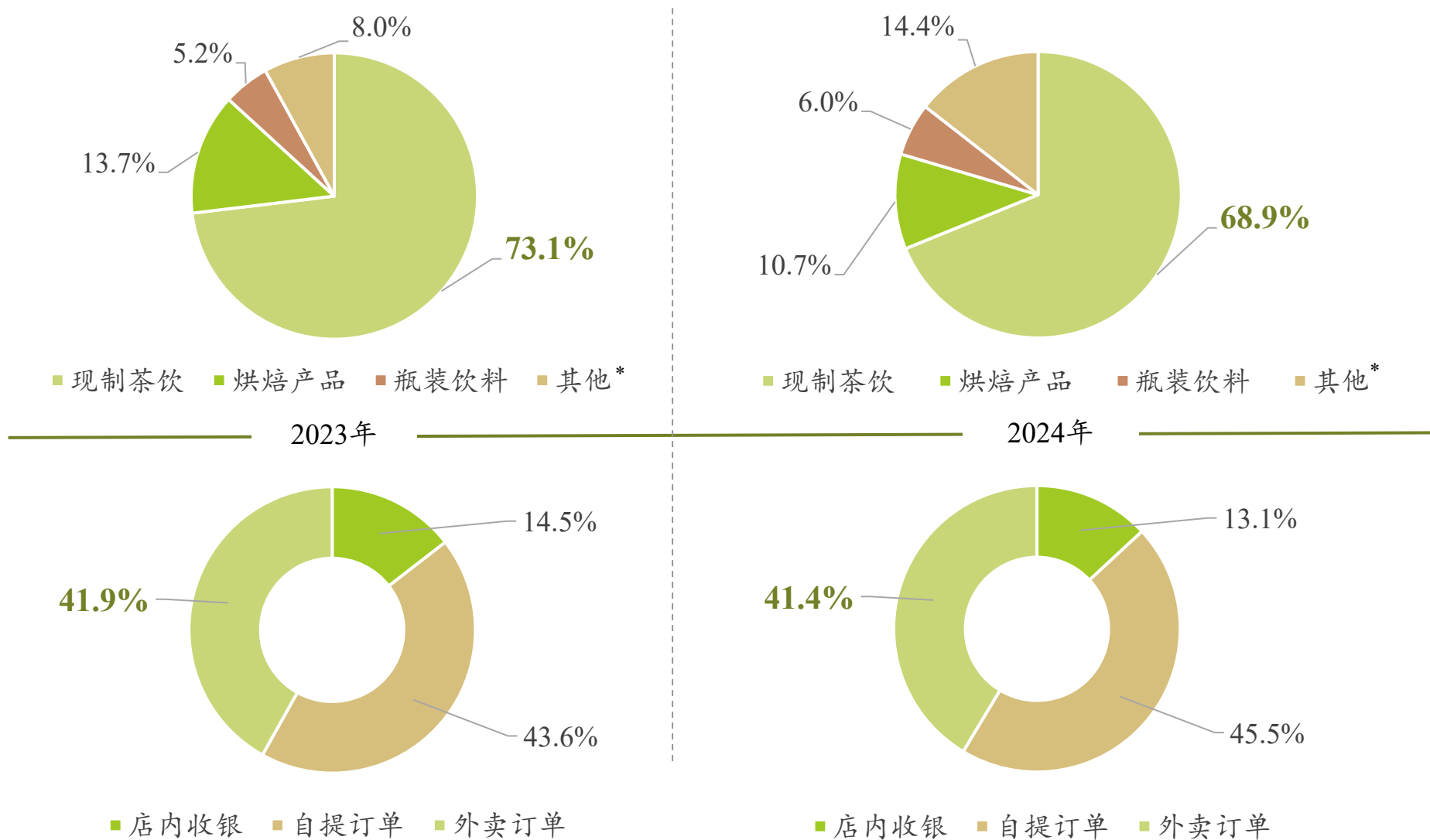
	2024年	2023年
配送服务费	345.6	392.6
占收入 ↓	7.0%	7.6%
水电开支	154.0	143.9
占收入 →	3.1%	2.8%
物流及仓储	152.6	140.8
占收入 →	3.1%	2.7%
其他开支 ⁽²⁾	496.3	261.3
占收入 ↑↑	10.1%	5.1%
其他亏损净额	90.4	45.9
占收入 ↑	1.8%	0.9%
融资成本 ⁽³⁾	68.9	65.9
占收入	1.4%	1.3%
应占联营公司亏损	123.6	38.7
占收入 ↑↑	2.5%	0.7%
金融资产的公允价值变动	-4.3	36.1
占收入	-0.1%	0.7%
所得税	56.5	-5.1
占收入 ↑	1.1%	-0.1%

(1) 包括了加盟业务。

(2) 增长主要来源于减值亏损。

(3) 主要是作为非现金项目的租赁负债利息。

加盟业务持续增长；门店外卖订单比例相对稳定



*含加盟业务收入

直营门店主要城市表现

整体情况

截至12月31日止年度

	2024	2023
奈雪的茶直营门店 ⁽¹⁾	平均单店日销售额 (人民币千元)	
深圳	10.5	14.6
上海	6.7	11.0
广州	8.3	11.1
武汉	6.7	9.8
西安	8.3	12.2
北京	7.7	11.3

同店情况

截至12月31日止年度

		2024	2023
	同店数目 ⁽²⁾ (#)	平均单店日销售额 (人民币千元)	
深圳	197	11.0	14.8
上海	63	7.3	11.2
广州	86	8.7	11.2
武汉	74	7.0	10.1
西安	56	8.8	12.2
北京	53	8.0	11.7

(1) 仅包括截至当年12月31日营业时间不少于60天，且于当年12月31日尚未停止营业之门店。

(2) 仅包括在2023年及2024年营业时间均不少于60天，且于2024年12月31日尚未停止营业之门店。

直营门店分城市线级表现

	截至12月31日年度	
	2024	2023
奈雪的茶直营门店 ⁽¹⁾	平均单店日销售额 (人民币千元)	
一线城市	8.9	12.7
新一线城市	6.8	9.5
二线城市	6.9	9.6
其他城市 ⁽²⁾	6.9	9.7

(1) 仅包括截至当年12月31日营业时间不少于60天，且于当年12月31日尚未停止营业之门店。

(2) 包括中国大陆其他线城市及中国大陆境外城市。

三、未来展望

聚焦绿色健康，打造高品质、高性价比产品以提升顾客认知

美好自有力量

绿色超级食物 & 绿色生活方式 & 绿色自然美学



持续探索更多的店型以适应不同消费场景



探索并推出更适合市场的不同店型，并配合不同的产品矩阵以吸引消费者并延长消费时段，提升门店收入；



通过不同店型与投资门槛覆盖多元化的加盟需求，推进加盟业务以提升市场占有率；



加强门店优化手段，灵活适配消费趋势与商圈变化，进一步释放门店利润。

全面升级高效运营管理体系以提升门店盈利能力



人力成本

适配不同店型覆盖的不同营业时段与店铺面积，精细化运营以提高人效



实际租金

为新门店精准选址与配置面积，同时对存量门店持续优化，预计将降低整体租金成本



原材料、水电等成本

通过提高门店自动化效率与优化门店空间布局等手段，进一步减少原材料损耗与水电耗能



奈的雪
的茶