

香飘飘食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	平安养老、广发证券
时间	2024年4月30日
地点	浙江省杭州市新天地商务中心望座西楼13楼
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：邹勇坚 证券事务代表：李菁颖
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、Meco 果茶的销售策略？</p> <p>答：1、围绕新的定位，配合市场运营计划，与消费者进行沟通，同时测试市场的反馈效果；2、聚焦头部区域，积极探索总结成功原因，优化提炼成功模式，打造可复制的样板市场；3、挖掘杯装果茶的礼品装、家庭装的消费机会；4、积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会。</p> <p>2、冲泡和即饮业务的渠道结构？</p> <p>答：冲泡和即饮产品所处的生命周期及业务自身特点不同，因此，在渠道结构上也有一些差异。从城市级别来看，冲泡产品渠道集中于下线市场，其中三线以下城市占比较高，而即饮产品一、二线城市的销量占比较大；从渠道结构来看，冲泡产品以批零渠道、食杂店为主，即饮产品则以校园及校园周边、CVS 便利店系统等原点渠道为主。</p> <p>3、总裁加入公司后主要做了哪些工作？</p> <p>答：1、在冲泡的销售旺季，对市场进行了走访调研；2、重视品牌与产品创新，着力挖掘产品卖点及定位，提升产品创新力度；3、在渠道端，提出“打造样板市场、总结提炼可复制的成功模式”，并积极拓展新的业态渠道；4、提升经销商招募及人力资源配置的力量。</p> <p>4、公司未来的渠道拓展规划？</p> <p>答：目前，公司在短期内暂时不会追求门店数量的大幅增加，而是希望对现有门店进行深耕。一方面，公司会根据冲泡业务和即饮业</p>

务的特点，分别筛选适配的经销商和终端渠道资源；另一方面，公司会选取一些动销比较好的渠道和门店进行聚焦，集中投放资源和费用，通过产品的生动化陈列，建立产品势能，营造热销氛围，以带动其他渠道和门店的销售。未来，随着公司即饮业务系统性运营能力的提升，将会循序渐进地增加即饮终端网点的覆盖率。

5、公司如何驱动冲泡业务的增长？

答：1、产品的与时俱进，持续推进产品的创新升级。公司在产品升级方面做了很多有益的尝试，公司推出的燕麦奶茶、燕麦拿铁等产品，经过初步试销，反馈较好。期望将来可以提高冲泡产品在一、二线市场的销售体量。2、持续推进渠道下沉及高势能建设。公司的冲泡产品在居家消费的便捷性、性价比、质量稳定性等方面具有一定的优势，在县乡镇市场及礼品市场的消费需求比较稳固，因此在渠道下沉方面会有一定的发展机会。未来，公司将重点打造终端的高势能建设，带动消费需求和消费频次。

6、即饮业务的盈亏平衡点？

答：公司的即饮业务，目前仍然处于投入阶段。近期，公司在积极打造样板市场、样板经销商，寻找可供复制的成功模式，同时，在费用和资源的投放上，会根据实际情况进行动态调整。未来，当即饮业务模式更加成熟，费用投放更加平稳的时候，盈亏平衡点会逐渐清晰。

7、公司 2024 年的业绩指引？

答：公司会围绕股权激励计划营收考核目标努力。

冲泡业务，主要侧重点在巩固现有的基本盘，同时继续在产品创新升级的道路上，大踏步前进。

即饮业务，公司将会努力延续去年较好的势头。1、Meco 果茶和兰芳园冻柠茶作为今年的两个拳头产品，都具有一定的增长潜力；2、现有即饮团队经过磨合，已较为稳定；3、渠道拓展方面在去年的基础上积攒了一定的经验；4、今年公司会努力提升费用投放的精准有效性。