

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 type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	东方基金、国投瑞银、财通证券、太平洋证券
时间	2024年6月4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、公司近期冲泡和即饮业务的销售情况？</p> <p>答：近期，冲泡业务处在销售淡季。即饮业务的销售表现基本符合公司预期，当前，即饮业务的重心在品牌定位及营销策略的梳理、制定环节。</p> <p>2、公司今年冲泡和即饮业务规划？</p> <p>答：冲泡业务，1、产品创新与时俱进，持续推进产品在健康化方面的创新升级；2、持续推进渠道下沉及高势能建设，通过重点打造终端的高势能建设，带动消费需求和消费频次。</p> <p>即饮业务，1、产品品类方面，今年重点打造 Meco 果茶，期待不断努力，以包装形态差异化、场景差异化为切入点，推动杯装果茶逐步成为消费时尚潮流；延续冻柠茶的高势能，在重点区域打造样板市场，探索成功模式；积极创新，持续探索产品品类的差异化竞争优势，不断拓宽即饮产品赛道，丰富产品储备，夯实基础；2、加强即饮渠道建设，持续提升即饮渠道的服务能力与管理能力；探索餐饮渠道、零食量贩渠道、特通渠道新机会；3、推出 Meco 果茶、兰芳园冻柠茶新定位，与消费者进行沟通，适时、适量进行品牌宣传方面的投入，扩大品牌影响力。</p> <p>3、公司终端网点开拓规划？</p> <p>答：终端网点数的增加是即饮业务发展的必由之路，但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。</p>

4、Meco 果茶的定位及打法？

答：Meco 果茶是公司开创的品类，采用差异化的杯装形态，更具高级、品质感；同时，杯装形态更偏向于室内静态的消费场景，公司着力挖掘产品卖点，并对目标消费人群进行研究，期望将果茶打造成“茶饮店之外的第二选择”。

Meco 果茶的打法包括以下几点：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，优化提炼可复制的成功模式；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。

5、兰芳园冻柠茶的打法？

答：1、公司将会围绕已经取得较好反馈的地区，持续做好运营工作，将成功模式进行复制推广；2、积极探索餐饮渠道的市场机会，开拓更多专职做餐饮的经销商；3、持续加大冰冻化建设力度，通过尝试线下的自动贩卖机等方式，拓展冰冻化的销售渠道。4、对冻柠茶的定位进行研究和优化，将用新的定位与消费者进行沟通，并测试市场的反馈效果。

6、公司线上销售占比？

答：目前，公司线上渠道销售占比相对较小，但公司积极重视线上渠道的贡献和价值：1、公司将线上渠道作为品牌推广和宣传的窗口，帮助做好消费者的沟通及教育工作；2、公司将线上渠道作为新品探测试销的渠道，通过收集消费者的反馈意见，对产品进行优化迭代；3、公司重视抖音、小红书等新媒体线上渠道，有利于提升触达目标消费者的精准度和传播的有效性。

7、公司的备货节奏？

答：公司始终非常注重渠道库存的管理，第二季度，即饮逐步进入销售旺季，公司坚持以动销为原则，确保公司的出货节奏与终端消费者购买的动销节奏能够匹配，从而进一步保证产品的货龄及新鲜度，目前，公司渠道库存处在良性健康的水平。

8、公司冲泡新品的进展情况？

答：公司原有的如鲜燕麦奶茶是基于健康化升级方向推出的产品，采用燕麦奶加原叶袋泡茶，口感如鲜制，经过前期试销，反馈较为积极。后续，公司将会对这款产品进一步打磨和优化，给到消费者更多新的选择。

9、公司在餐饮渠道的规划？

答：公司重视餐饮渠道市场的开拓，公司的 Meco 杯装果茶及兰芳园冻柠茶产品与餐饮场景的适配度高，公司将会积极探索餐饮渠道的市场机会，开拓更多专职做餐饮的经销商。

10、公司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。

11、公司今年的费用投放方向？

答：1、公司将会增加新的渠道和模式的探索；2、随着即饮产品定位的逐步清晰，公司的费用投放速度将会加快；3、公司今年将会加大冰冻化的投入，逐步提升冰冻化建设的质和量；4、即饮队伍在去年的基础上有所增加，人力费用投入将会有所提升。

12、总裁为公司带来了哪些赋能？

答：1、在公司的日常运营与组织管理上，总裁积极落实“经营大于管理”的理念，注重激发团队的自我驱动力，有效提高了公司员工的积极性；2、总裁加入公司后，积极推行“生意=成功模式*不断复制”，着重加强样板市场建设，寻找可供复制的成功模式；3、总裁为公司产品创新及定位调整提供了更多的新思路。

13、董事长与总裁之间的权责分工？

答：新任总裁将会负责公司的经营管理、战略落地、组织建设等工作，董事长会倾注更多精力在公司总体战略规划、企业文化建设、核心产品的研发创新及海外业务的拓展等方面。

14、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。