

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	招商基金、中金公司、华宝基金、国金证券
时间	2024年6月13日-6月14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，公司坚持以终端动销为原则，保证渠道库存的良性健康，确保旺季轻装上阵。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、冲泡业务如何实现增长？</p> <p>答：1、产品创新与时俱进，沿着健康化升级的方向，对前期推出的燕麦奶茶产品做进一步打磨和优化，为消费者提供更多新的选择；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>3、即饮业务的增长来源于哪里？</p> <p>答：1、产品品类方面，公司将以 Meco 果茶和兰芳园冻柠茶作为拳头产品。Meco 果茶方面，将以包装形态差异化、场景差异化为切入点，期待通过不断努力，推动杯装果茶逐步成为消费时尚潮流；兰芳园冻柠茶方面，将努力延续高势能，在重点区域打造样板市场，探索成功模式；此外，公司将积极创新，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>

4、即饮板块的终端网点数量？

答：即饮的终端网点数量约 30 万家，兰芳园冻柠茶今年增加自动贩卖机的铺设，目前已铺设 9 万台左右。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。

5、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。

6、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。

7、Meco 果茶的产品定位和打法？

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。

8、公司与零食渠道的合作情况？

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，在现有的产品中，Meco 果茶和冲泡类产品已经进入零食量贩渠道销售。公司计划尝试在零食量贩渠道推出定制化的产品，充分发挥公司在产品创新、生产能力方面的优势。

9、拆分公司冲泡产品的成本结构？

答：公司冲泡产品成本中，原料和包装材料各占一半，冲泡产品原料是由植脂末、白糖、奶粉、茶粉等构成的，包装材料包括纸制品、塑料制品等。

10、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。

11、公司是否考虑开设线下茶饮店？

答：公司暂时没有开设线下茶饮店的计划。香飘飘作为深耕茶饮料市场多年的经典品牌，凭借务实、守正的企业价值观，一直兢兢业业的聚焦在预包装产品的研发和品质管控上。

几年前线下奶茶店兴起时，曾有运营团队与公司接洽，但公司经过谨慎的评估，最终没有实行。主要原因：1、公司对线下茶饮店的品质管控存在担忧。公司采用标准化制造模式，对自身品质管控有极高的要求，但线下茶饮店，特别是“加盟模式”下，公司对于门店能否做到相应的品质管控有所疑虑。若无法对产品及质量进行有效管控，长远看不利于自身品牌的形象维护。2、线下茶饮店以“加盟模式”为主，底层逻辑是通过不断招商、开店的方式拓展规模，通过收取加盟费用、销售设备及物料获取利润，存在较长的投资回报周期等挑战，与公司的可持续发展理念及发展方向不符。3、采用“直营模式”的现制茶饮品牌，在管理与盈利上存在挑战。公司希望更专注于自身的优势领域，当下还是聚焦在预包装产品的研发、销售上。

12、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。

13、公司今年的收入指引？

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。
--	--