

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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	华夏基金、大家资产、财通证券、华创证券、东兴基金、嘉实基金、长信基金、东方基金、天治基金、格林基金、南华基金、国联基金、光大证券、方正富邦基金、方物基金、国新国证基金、兴证证券、长城财富保险资产、国信证券、英大保险资产、西南证券、国华兴益保险、利檀投资、中信证券、海通证券、中信建投证券、名禹资产、中银国际证券、星石投资、深圳正圆投资、五地投资、遵道资产、慎知资产、前海恒邦兆丰资产、海螺创业投资、磐厚投资、鸿道投资、乾璐投资、煜德投资、金百镭投资、Willing Capital Management、永宁期货、附加值投资、首创证券资管
时间	2024年9月3日-9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. 2024年7-8月公司的最新情况？</p> <p>答：2024年7-8月，即饮业务处在销售旺季，Meco如鲜果茶在线下的销售反馈良好，冻柠茶还需要时间来积累和观察；奶茶业务处在市场的启动节点，公司在7月全力做好了去库存工作，奶茶业务从8月下旬开始节奏加快，公司渠道、经销商和生产端都在为奶茶旺季的到来做好准备，公司与经销商充分沟通，关注渠道终端的库存情况，保证渠道库存的良性健康，同时为经销商提供支持，帮助做好市场的启动工作，目前相关准备工作均在有序推进过程中。</p> <p>2. 公司新品的情况？</p> <p>答：奶茶新品是在之前的“如鲜”燕麦奶茶的产品基础上，继续沿着品牌年轻化、品类健康化方向进行升级的产品。公司在9月份推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（珍珠/红豆）产品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡轻乳茶”对标线下现制茶饮店，采用原叶茶包和液态奶杯；“原叶现泡奶茶”将推出珍珠和红豆两种口味，是对原有的珍珠系列和好料系列产品的进一步健康化、年轻化的升级，产品采用原叶茶包、0反式脂肪酸进口乳粉以及经典奶茶小料。公司期望通过健康化的升级产品，重新激活奶茶品类，吸引更多</p>

多的增量消费者尝试公司的产品。

即饮业务计划推出“轻果茶”产品，针对不同群体，公司对产品口味进行分化调整，满足更多消费群体的需求，目前产品细节还在进一步打磨优化中，预计今年下半年将会推出。

3. 公司的渠道管理信息化发展情况？

答：公司重视经销商的信息化管理，主要包括以下几方面：1、公司及经销商的专职业务代表配备手机终端拜访系统，在走访终端后业务代表会将相关门店信息录入系统，帮助完善门店数据库信息；2、经销商会将产品配送信息录入系统，通过分析配送频次及配送量，识别出投入产出较高的门店，为公司在费用投放及业务代表的拜访频次管理方面提供支撑；3、业务代表会对冰冻化及陈列活动进行拍照，公司专职人员通过照片的对比分析，了解冰冻化及陈列活动的实际执行效果，帮助公司提升渠道管理水平。

4. Meco 如鲜果茶的终端网点数量？

答：Meco 如鲜果茶的终端网点数量约 30 万家。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，公司会根据奶茶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. 公司礼品装市场主要集中在哪些区域？

答：今年，公司积极把握礼品市场的发展机会，选取了部分经销商，参与礼品装样板市场的打造，主要集中在安徽、河南、山东及江苏北部等地区。

6. 公司全年销售费用率展望？

答：今年上半年，公司主要工作在于对产品的定位进行了重新梳理，在品牌端的投放有所减缓；6月下旬，随着产品新定位的确定，公司的投放力度将会有所加大。同时，随着奶茶新品的推出，公司将会配套相应的宣传推广措施。今年下半年，公司费用投放额度将会有所增加，但预计随着下半年收入规模的增加，费率将会维持相对稳定的水平。

7. 公司在组织架构上有哪些变化？

答：公司结合前期各城市销售团队实际运营效果，对销售团队的部署进行优化。原冲泡团队调整为“全品类团队”，充分发挥协同作用；即饮销售团队采取“聚焦”策略，进一步聚焦于即饮产品销售机

会更大的城市。公司期望通过全品类团队与即饮销售团队的协同作战，来实现渠道整体运作效率的提升。

8. 公司成本端展望？

答：公司内部通过精益化改造，不断降本增效，同时，大宗原物料价格呈现稳中有降的趋势，预计公司今年成本端压力将会有所缓解。

9. 公司费用投放规划？

答：奶茶业务原有的产品保持稳健的费用投放，奶茶新品推出后，公司将增加宣传费用投放；即饮业务的费用投放将维持一定的力度，与此同时努力提升费用投放的精准有效性。总体上，公司会保证收入、费用、利润三者间的动态平衡。

10. 公司对经销商有哪些支持？

答：1、公司坚持以动销为原则，高度重视经销商渠道库龄的新鲜程度，通过保障渠道库存的良性健康，助力产品的终端动销；2、公司提前协助经销商对接资金需求，减少经销商的资金压力；3、在渠道终端的销售费用大部分由公司承担，保证经销商的利益。

11. 公司如何应对现制茶饮店的竞争？

答：预包装茶饮和现调茶饮，通过两种互补的消费场景，共同培育消费者的茶饮料消费习惯，推动国内茶饮料的市场空间近几年持续快速增长。两者所满足的消费需求和消费场景有所不同，同时公司产品在便捷性、性价比及品质稳定性上具有一定的特色和优势。

公司坚持“双轮驱动”战略，推进公司的创新发展。对奶茶产品，公司结合“品类健康化、品牌年轻化、产品场景化、消费日常化”的“四化”战略，推进创新升级，以满足消费者的需求变化；同时，进行渠道下沉，推进传统奶茶产品“保存量、挖增量”的工作。对于即饮产品，公司将稳步发展即饮市场，加强探测，努力打造公司的第二成长曲线。

12. 公司今年冰冻化的情况？

答：今年，公司在冰冻化的质和量方面同比去年有所提升。目前公司拥有一万多台自有冰柜，同时配合购买冰道资源，实现即饮产品的冰冻化陈列。今年，公司也在积极尝试创新终端冰冻化陈列形式，新增自动量贩机渠道，后续动销反馈情况还需要进一步探测。

13. 公司样板市场的打造情况？

答：公司围绕Meco如鲜果茶、兰芳园冻柠茶两款即饮业务主力产品，开展“样板市场”打造工作，深入挖掘相关产品取得良好反馈背后的业务逻辑，总结成功经验，并积极尝试推广复制。

Meco 如鲜果茶“家庭装”“礼品装”销售策略在部分城市表现优秀，公司积极总结相关经验并进行推广，期待后续市场的进一步反馈。冻柠茶目前处在“0-1”的发展阶段，以广东、北京地区为主，还需要时间进一步观察和积累。

14. 公司在零食量贩渠道的销售情况？

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，在现有的产品中，Meco 如鲜果茶和奶茶类产品已经进入零食量贩渠道销售。为了更加贴合零食量贩渠道的产品特点，公司推出了零食量贩渠道定制化的产品。目前，小包装定制款 Meco 如鲜果茶已在万辰集团系统上线，定制款杯装冻柠茶将选取部分系统上线，后续将持续观察产品的市场表现。

15. 公司当前的库存情况？

答：公司始终非常注重渠道库存的管理。7月，公司加快做好奶茶产品的去库存工作；8月开始，奶茶业务进入市场启动阶段，公司正全力做好旺季的准备工作。当前，公司的渠道库存处在良性健康的水平。

16. 公司的招商计划？

答：公司的经销商管理策略，是一个动态变化的过程，并不是一成不变的。随着公司对渠道商业模式的不断总结优化，经销商数量也会相应地进行调整。目前，公司不会大范围增加经销商，而是在当前已有经销商的基础上，进行优化。未来，随着公司即饮业务运营能力的提升，将会循序渐进的增加经销商的招募。

17. 公司的分红规划？

答：公司重视投资者回报，2023 年度的分红比例有所提升，股利支付率达到了 51.29%。未来，公司会综合考虑监管政策导向、业务发展规划以及对投资者的回报等因素，来确定每年的分红比例。

18. 公司线上渠道的情况？

答：公司线上渠道销售占比相对较小。一方面，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；另一方面，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。以往公司在线上渠道费用投入较大，但效益不高，为了实现更健康的生意模式，今年上半年，公司对线上渠道的费用投入进行了调整。目前，公司正在探索开拓内容电商运营思路。

19. 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。公司积极打造样板市场、样板经销商，寻找、验证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。

20. 公司全年业绩展望？

答：全年来看，考虑整体消费环境的影响，收入端存在一定压力，但预计仍将保持增长态势。

奶茶业务，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，公司在去年的基础上积攒了一定的经验，持续开拓新渠道进行探测；4、今年公司会努力提升费用投放的精准有效性。