

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	英大基金、长江证券、新华资产、广发证券
时间	2024年9月6日-9月9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. 公司三季度以来的情况？</p> <p>答：2024年第三季度，即饮业务处在销售旺季转淡的阶段，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，公司全力保障渠道库存的良性健康，随着旺季的到来，奶茶业务节奏会逐步加快，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，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. 奶茶业务今年旺季的备货节奏？</p> <p>答：奶茶业务当前处在市场启动阶段，受大环境影响，今年外部消费端整体承压，经销商备货偏谨慎，公司始终将市场的良性健康放在第一位，同时在供应链端，提前做好产能提升的储备工作，以待后续旺季销量提升，公司能及时跟上产能供应。</p> <p>3. 公司的奶茶业务将如何拓宽消费人群？</p> <p>答：公司的经典系、好料系奶茶产品，上市多年以来已有较为稳定的消费群体。为了拓宽奶茶业务的消费人群，公司近年来不断进行产品创新，期望通过对产品的健康化升级，重新激活奶茶品类，提升对香飘飘品牌的年轻化认知，并强化奶茶产品的消费场景差异化和消费的日常化，吸引更多的消费者尝试公司的产品。</p> <p>4. 公司奶茶的新品情况？</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</p>

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。

5. 奶茶新品规划的铺货区域有哪些？

答：公司的奶茶新品计划在线上和线下的部分区域进行试销，线下渠道以一二线市场为主，围绕核心的原点人群，选择势能较好的渠道进行试销。

6. Meco 如鲜果茶在礼品装市场的情况？

答：公司 Meco 如鲜果茶在礼品市场反馈良好，公司经过调研发现，在消费者心目中，Meco 如鲜果茶的杯装形态，与茶饮店的现制果茶具备较高的关联度，在年轻用户群体中，Meco 如鲜果茶相比传统礼品更加具有时尚、高级感。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，期待能够逐步取得较好的反馈。

7. 公司的终端网点拓展规划？

答：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。

8. 公司今年新增的经销商来源于哪里？

答：截至今年6月，公司共拥有经销商1775家，与去年年末相比增加244家，主要新增即饮业务相关经销商。今年以来，公司对餐饮渠道进行了积极的探索，截至6月，公司在餐饮渠道开拓专职经销商100余家。

9. 公司销售团队的人数变化？

答：公司销售团队的人数变化不大，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。

10. 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 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。

11. 公司的费用投放规划？

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。

12. 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。

13. 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。

14. 公司全年的业绩展望？

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 果茶稳定增长；2、销售团队已稳定运行，即饮销售团队与全品类团队协同作战；3、稳健运营渠道，维护经销商的利益，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。