

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	财通证券、国盛证券、华鑫证券、国华兴益保险、浙商证券、华金证券、兴业证券、西南证券、天风证券、天治基金、浙商证券、灏浚投资、海富通基金、上海歌汝私募基金、方正证券、汇添富基金、中邮证券、智合远见私募基金、中欧基金、民生证券、九方智投、招商基金、百年保险资产、羊角基金、华福证券、银华基金、国金证券、安信资管、澄源资产、国信、准锦投资、灏浚投资、汇正、泓澄投资、国海自营、华创资管、途灵、中金基金、昊晟投资、瑞信基金、涌乐投资、原点、中金资管
时间	2024年10月31日-11月1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. 介绍公司前三季度的情况？</p> <p>答：2024年前三季度，公司实现营业收入19.38亿元，实现归母净利润1773.25万元，与上年同期相比增长408.98%。其中，奶茶业务实现营业收入11.10亿元，即饮业务实现营业收入8.01亿元。</p> <p>今年前三季度，公司坚持“双轮驱动”战略，秉持“长期主义”经营理念，积极挖掘业务发展机会，奶茶业务不断进行产品的健康化升级，即饮业务积极挖掘产品的竞争优势，取得了一定的成果。</p> <p>2. 奶茶新品的销售情况？</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”（黑糖珍珠/糯糯红豆）产品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。目前，两款新品在线上和线下的部分区域进行试销，原叶现泡轻乳茶线上销售占比较大，原叶现泡奶茶在线下部分区域进行销售，销售反馈良好，当前两款新品还处在探测阶段，还需要时间来观察。</p> <p>3. Meco 如鲜果茶实现增长的原因？</p>

答：前三季度，Meco 如鲜果茶同比去年实现增长，主要是由于以下几点原因：1、在即饮产品的销售旺季，公司加强冰冻化建设，冰冻化的质和量同比去年都有所提升；2、公司做深做透以校园为主的原点渠道，实现了一定的增长；3、公司努力挖掘 Meco 如鲜果茶在礼品装的消费机会，选取部分经销商参与礼品装样板市场的建设；4、公司积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会，取得了一定的进展。

4. 零食量贩渠道在公司的销售占比？

答：零食量贩渠道目前在公司销售占比较小。公司关注到销售渠道变化的趋势，并积极拥抱变化，当前，公司直营的零食量贩门店数量已经超过两万家。在现有的产品中，Meco 如鲜果茶、兰芳园冻柠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，定制款杯装冻柠茶在零食有鸣系统进行探测试销，后续将持续观察产品的市场表现。

5. Meco 果茶在礼品装市场的情况？

答：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。

6. 奶茶业务未来的发展规划？

答：奶茶业务是公司的基本盘，公司认为从长期来看，奶茶业务仍然存在很大的市场机会。在奶茶业务上，当前的任务是让公司的产品回归主流，做到与现制茶饮店相当的水平。公司制定了“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。通过对产品进行持续的健康化、年轻化升级，同时，凭借便捷性、性价比、品质稳定性等方面的优势，满足消费者在不同场景下的需求。公司今年9月份推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）产品，开创“原叶现泡”奶茶新品类，推动奶茶由茶粉时代进入原叶现泡时代，经过线上线下的试销探测，消费反馈良好，公司将会沿着健康化的方向持续迭代完善，努力挖掘市场机会。

7. 奶茶业务的渠道拓展重点？

答：公司以往的奶茶产品，拥有稳定的消费群体，渠道主要集中于下沉市场，公司将会围绕动销表现较好的终端和渠道，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。

公司的“原叶现泡”奶茶新品线下渠道以一二线市场为主，公司将会围绕核心的原点人群，选择势能较好的渠道进行试销。

8. 兰芳园冻柠茶销售不及预期的原因及后续规划?

答：今年前三季度，兰芳园冻柠茶的销售表现承压，主要是因为：1、公司今年策略端将即饮重点向 Meco 如鲜果茶做了迁移，对冻柠茶有所调整；2、冻柠茶前期推出的新定位仍然存在改善的空间，还需要进一步总结优化；3、瓶装饮料市场竞争激烈，公司还处在即饮业务的导入期，需要时间进一步地提升系统性运营能力。

冻柠茶经过前期的试销，展现出一定的市场机会，明年公司将会增加投入力度，采取聚焦策略，进一步聚焦在销售机会更大的城市，建设样板市场，寻找成功模式。

9. 公司经销商数量是否有变化?

答：截至今年9月，公司共拥有经销商1,851家，与去年年末相比净增加320家经销商，主要新增为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，在餐饮渠道开拓专职经销商100余家。

10. 大红袍牛乳茶的情况?

答：大红袍牛乳茶，是去年公司推出的瓶装即饮产品，今年，为了更加集中、高效利用公司资源，公司在大红袍牛乳茶产品的资源费用投入相对较少。未来，对于大红袍牛乳茶产品的定位和打法，还需要进一步的总结与优化。

11. 公司后续的分红规划?

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。

12. 公司未来是否有收并购的规划?

答：针对收并购计划，公司始终保持开放的心态，期望寻找到与公司业务契合的标的，与公司现有的业务形成协同，达到相互赋能的效果。但考虑到并购存在的相关风险，公司对于具体并购标的选择等也会非常慎重。

13. 公司后续的新品规划?

答：奶茶板块，公司将会沿着健康化、年轻化的升级方向，做更多的研究。即饮板块，Meco如鲜果茶每年将会持续推出新口味进行迭代优化，同时公司计划推出“轻果茶”系列产品，针对不同群体，对

产品口味进行分化调整，满足更多消费者的需求，目前产品细节还在进一步打磨优化中，预计明年春节前后上市试销。

14. 公司如何平衡季节性波动的问题？

答：1、持续推动奶茶产品的消费日常化，加强消费者对奶茶产品日常饮用习惯的培育，为奶茶业务旺季之外的销售节点提供更多增长动力；2、努力提升即饮业务的销售占比，加大产品创新力度，探索更多的即饮杯装产品，加快推动形成奶茶、即饮业务均衡发展的态势，以此减轻因季节性波动带来的业绩波动，推动公司的可持续稳定发展。

15. 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，公司通过锁价方式提前对战略性的原物料进行锁定，预计公司今年成本端压力将会有所缓解。

16. 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。

17. 公司管理层变动的的原因？

答：杨冬云先生去年加入公司担任总裁职务，全面负责公司的经营管理，公司对其进行了充分的授权和激励。任职期间，杨冬云先生为公司带来了积极的变化。2024年10月，杨冬云先生因个人原因申请辞去公司董事、总裁职务，公司十分感谢杨冬云先生为公司发展所做出的贡献。

未来，公司将始终保持开放和欢迎的态度，持续寻找、物色来自公司内外部的人才，希望能够找到合适的人才，一起推动公司的成长。

18. 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，主要源于：
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、努力提升费用投放的精准有效性。
