

# 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	方正证券、东方证券、博道基金、金泊投资、国盛证券、海富通基金、东吴证券、交银理财、国华兴益资产、上海天貌投资、天治基金、正圆投资、同犇投资、招商基金、人保公募、中金资管、Hover4pi Capital Management、PLEAID、峰境基金、安中投资、龙石资本、PLEAID、华杉投资、渤海汇金、中科沃土基金、北京国际信托、银叶投资、名禹资产、德邦基金、天风资管、弘毅远方、汇丰晋信、长安基金、遵道资产、途灵资产、青骊投资、广汇缘资产、誉辉资本、沅京资本、中银国际证券、国海证券、泰信基金、浙商证券、德邦证券
时间	2024年11月5日-11月6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><b>1. 介绍公司前三季度的情况？</b></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><b>2. Meco如鲜果茶今年销售表现较好的原因？</b></p> <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</p>

极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会，取得了一定的进展。

**3. Meco 如鲜果茶的销售渠道开拓方向？**

答：1、学生是公司果茶销售的核心目标人群，公司围绕学校及学校周边的终端渠道，加大地面推广活动，不断加强终端的精细化运营和维护；2、公司积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会；3、公司努力挖掘杯装果茶的礼品装、家庭装的消费机会。

**4. 奶茶新品的销售情况？**

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 and 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。

**5. 零食量贩渠道在公司的占比？**

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。

**6. 春节礼品装销售的规划？**

答：对于奶茶产品的礼品装，公司将会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。

Meco 如鲜果茶的礼品装，在今年模式探索的过程中取得了较好的反馈，公司经过调研发现，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，公司会积极把握礼品市场的发展机会，已经选取了部分经销商，参与礼品装样板市场的打，对成功模式进行复制，期待能够逐步取得较好的反馈。

**7. 公司经销商数量变化情况？**

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。

**8. 即饮终端网点数量？**

答：目前即饮的终端网点数量约 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。此外，对于即饮业务，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。

**9. 奶茶业务销售有所下滑的原因？**

答：受外部环境影响，为了保证渠道库存的良性健康，公司今年上半年加快做好了奶茶产品的去库存工作，同时公司坚持以动销为原则，将奶茶旺季的出货节奏往后做了迁移，并提升了生产端的产能储备。

**10. 公司如何看待线上渠道？**

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，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。

**11. 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。

**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，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。

**13. 公司全年费用投放规划？**

答：奶茶业务原有的产品保持稳健的费用投放，“原叶现泡”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。

**14. 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。

**15. 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，明年公司将会对冻柠茶的产品定位进行优化调整，并增加投入力度，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。

**16. 公司奶茶业务渠道端的开拓策略？**

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，目前正在线上及部分线下渠道试销，其中，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，为后续产品的渠道开拓积累、总结经验。

**17. 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。

**18. 公司是否有收并购的计划？**

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。

**19. 公司后续是否考虑聘请职业经理人？**

答：对于职业经理人，公司始终保持开放和欢迎的态度，会持续

寻找、物色来自公司内部外部的人才，希望能够找到合适的人才，一起推动公司的成长。

**20. 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。