

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	广发证券、中银国际证券、路博迈基金、上海臻宜投资、兴证全球基金、华富基金、海富通基金、国联安基金、北京诚盛投资、上海彤源投资、国泰基金、展图（上海）资产、博时基金、中信建投证券、汇安基金、中国人寿养老保险、华泰资产、上汽顾臻（上海）资产、工银瑞信基金、杭州中大君悦投资、上海山楂树甄琢资产、北京汉和汉华资本、国华兴益保险、华美国际投资、国元证券、上海玖鹏资产、鑫元基金、AZ Investment Management
时间	2024年12月20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. 公司进入第四季度以来奶茶和即饮业务的情况？</p> <p>答：进入第四季度，奶茶业务处在销售旺季，渠道备货节奏加快，公司正全力做好奶茶旺季的运营工作；同时，公司今年发现 Meco 如鲜果茶在礼品市场的销售机会，正在为 Meco 如鲜果茶的春节档礼品装销售做好准备，目前各项工作均在有序进行中。</p> <p>2. 奶茶业务今年销售的规划？</p> <p>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。</p> <p>3. 奶茶新品的销售反馈情况？</p> <p>答：今年9月，公司推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）奶茶新品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡”系列产品是在之前的“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。</p> <p>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。</p>

4. 兰芳园冻柠茶的后续规划？

答：冻柠茶经过前期的试销，展现出一定的市场机会，明年公司将继续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。

5. 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，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. 公司明年的新品规划？

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。

7. 公司在销售团队的组织架构上有哪些调整？

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。

9. 公司是否有收并购的计划？

答：目前，公司暂无明确的收并购项目。但针对收并购，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。

10. 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，“原叶现泡”奶茶新品推出后，公司增加相应的宣传费用投放；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，公司会维持好收入、费用、利润三者间的动态平衡。

