

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、宝盈基金
时间	2025年1月2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. 公司当前的渠道库存水平？</p> <p>答：公司始终非常注重渠道库存的管理。目前奶茶业务处于销售旺季，公司坚持以动销为原则，为确保产品的货龄新鲜度，公司将奶茶产品的出货节奏往后做了迁移，当前奶茶产品的渠道库存水平同比去年有所下降。目前，公司总体的渠道库存处在良性健康的水平。</p> <p>2. 公司如何提升奶茶业务的销售收入？</p> <p>答：对奶茶产品持续进行“健康化”“年轻化”的创新升级，配置相应的营销宣传动作，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。</p> <p>3. 公司是否有和 IP 联名？</p> <p>答：IP 联名是消费品公司进行品牌营销的常用方式，近期，公司香飘飘原叶现泡奶茶及 Meco 果茶与“葫芦兄弟”IP 联名，推出了原叶现泡奶茶蛇年限定礼盒及 Meco 果茶新春联名礼盒。</p> <p>公司期望通过 IP 联名的方式，能够进一步推动品牌年轻化，加深消费者对品牌的印象，有效提升公司的品牌价值与活力，并助力产品的终端动销。</p> <p>4. 公司与零食量贩渠道的合作情况？</p> <p>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 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</p>

定制款 Meco 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. 公司奶茶新品的销售渠道？

答：目前，“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”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。

6. 公司在杭州湖滨开设奶茶快闪店的原因？

答：公司在杭州湖滨开设的首家香飘飘原叶鲜奶茶店，是公司针对健康升级的奶茶产品——“原叶现泡”系列的新品推广、品牌营销活动，通过开设线下快闪店，既能够展示新品“原叶现泡”的特点，同时也能获取消费者反馈，进一步改进、优化产品。

7. 公司 2025 年成本端展望？

答：公司成本端采购实行财年锁价模式，每个自然年的 7 月至次年的 6 月为一财年。公司将会充分发挥自身的规模及现金流优势，与上游供应商共同努力，对原材料采购价格进行管控，对于 2025 年的原材料价格走势，公司正密切关注中。与此同时，公司还积极通过产品包材更新、精益生产等方式，对成本端进行优化。

8. Meco 果茶 2024 年的增长来源于哪里？

答：1、Meco 果茶的杯装形态具有一定的独特性，产品差异化明显；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 果茶在礼品市场的消费机会，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。

9. 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，2025 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。

10. 公司后续是否有收并购计划？

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。