

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	博时基金、海通证券
时间	2023年11月10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：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、公司今年的收获有哪些？</p> <p>答：冲泡业务方面：持续推进产品的“健康化”和创新，并聚焦核心渠道及终端门店，优化与经销商的合作、激励模式，提高了经销商联合经营的积极性。前三季度，公司冲泡业务的营收取得了恢复性的增长。</p> <p>即饮业务方面：1、公司组建了独立的即饮销售团队，提升了两大核心业务各自的经营专注度；2、公司即饮业务的销售团队，经过内部的磨合与优化，已经基本稳定，为后续业务的发展打下了良好基础；3、以创始人为核心的销售团队，深入一线，对即饮业务的渠道建设模式进行深入探索，在此期间，公司的兰芳园冻柠茶在广东、北京、江苏等地区也逐渐获得了较好的市场反馈，坚定了公司的信心。前三季度，公司即饮业务的营收实现了较快的增长。</p> <p>2、公司经销商开拓策略？</p> <p>答：1、积极创新，不断拓宽产品品类，持续丰富产品矩阵，努力提升产品卖力，给到经销商更多好卖的产品；2、组建独立的即饮销售团队，提升即饮业务经营的专注度，做好支持工作；3、加大经销商的扶持和费用投放力度，配合“无忧计划”，解决经销商的后顾之忧；4、加大品牌宣传方面的投入，吸引潜在经销商对公司产品的关注。</p> <p>3、兰芳园瓶装冻柠茶在哪些区域表现较好？</p> <p>答：兰芳园瓶装冻柠茶，今年2月起在部分重点城市的线下渠道陆续铺货，公司结合不同地区的销售表现，已在广东、北京、江苏、浙江等地陆续加大费用投放，提升产品势能，并持续跟踪销售情况。</p>

4、公司即饮终端网点数量？

答：即饮铺货网点数量约 30 万家。目前，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，公司会根据冲泡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。

5、今年前三季度公司销售费用增加的原因？

答：今年前三季度，销售费用与去年同期相比增长约 46.6%，主要是因为公司今年加大了对即饮业务的费用投放力度，包括空中品牌宣传、地面市场推广及即饮销售人员薪酬等费用。

6、公司产品研发的推新思路？

答：公司的新品研发主要采用两种逻辑，一种是“开创全新品类”，成为品类的先行者，在这种逻辑下开发的产品，在占据消费者心智的过程中，有比较好的先发优势，例如冲泡奶茶及 Meco 果汁茶，都是公司全新开创的品类；另一种，是基于“竞争思维”进行研发，通过寻找市场空间广阔的大赛道，分析现有产品的痛点，进行优化创新，为消费者提供不同的价值点。目前，基于这两种逻辑的新品研发，公司都在积极尝试探索。

7、冲泡业务未来的发展思路？

答：1、产品的与时俱进，持续推进年轻化、健康化升级。公司在产品健康化方面做了很多有益的尝试，推出了珍珠牛乳茶、“如鲜”燕麦奶茶、“鲜咖主义”等产品，通过产品升级，满足消费者多样化的需求。2、持续推进渠道下沉。公司的冲泡产品在居家消费的便捷性、性价比、质量稳定性等方面具有一定的优势，在县乡镇市场及礼品市场的消费需求比较稳固，因此在渠道下沉方面会有一定的发展机会。3、随着冲泡产品不断地升级迭代及渠道深耕，也会给一、二线城市带来一定的增量。4、在泛冲泡方面，公司目前推出了一款“CC 柠檬液”产品，在线上及线下大润发 M 会员店进行试销，反馈较为积极，未来公司还会继续进行更多积极的探测。相信通过以上几方面的共同驱动，未来冲泡板块还有很大的发展空间值得公司去努力。

8、即饮新品有哪些差异点？

答：兰芳园瓶装冻柠茶和香飘飘瓶装大红袍牛乳茶两款产品，是公司基于“竞争思维”研发推出的。柠檬茶是一个很大的品类，市场空间巨大，柠檬本身富含维生素且口感更佳，消费者接受程度高，公司认知

到柠檬茶市场的巨大潜力，因此推出了冻柠茶产品。公司的冻柠茶产品针对现有产品的消费痛点进行优化，用蜂蜜取代蔗糖，解决了茶的涩味问题；同时，采用低糖配方，可以满足消费者对于“健康”的追求，口感也更加清爽。目前，已经在广东、北京、江苏等地区取得了不错的反馈。

香飘飘瓶装大红袍牛乳茶，精选武夷山大红袍及澳大利亚进口奶源，采用非遗茶叶大师手工艺、“原茶现萃”技术，实现低糖、0反式脂肪酸，口味更具香醇。产品包装设计由著名设计大师亲自操刀，将国潮与时尚完美融合。目前，正在线上及部分线下区域进行试销探测。