

# 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 type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	富安达基金、兴业基金、国华兴益保险、财通证券、丹羿投资、恒复投资、安中投资、胤胜资产、星石投资、盛熙基金、融泰云臻私募基金、巨子私募、东吴证券、民生证券、国海证券、华泰资产、寻常投资、彬元资本、银河基金、天风证券、浙商证券、泰康资产、开源证券、长江证券
时间	2024年4月24日-4月25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、即饮产品的备货节奏？</b></p> <p>答：公司始终非常注重渠道库存的管理，第二季度，即饮逐步进入销售旺季，公司坚持以动销为原则，确保公司的出货节奏与终端消费者购买的动销节奏能够匹配，从而进一步保证产品的货龄及新鲜度，目前，公司库存处在良性健康的水平。</p> <p><b>2、公司2024年的即饮产品规划？</b></p> <p>答：2024年，公司即饮业务将以Meco果茶和兰芳园瓶装冻柠茶两款产品为主。</p> <p>针对Meco果茶产品：1、围绕新的定位，配合市场运营计划，与消费者进行沟通，同时测试市场的反馈效果；2、聚焦头部区域，积极探索总结成功原因，优化提炼成功模式，打造可复制的样板市场；3、挖掘杯装果茶的礼品装、家庭装的消费机会；4、积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会。</p> <p>针对兰芳园冻柠茶产品：1、公司将会围绕样板市场，持续做好运营工作，将样板市场的成功模式进行复制推广；2、积极探索餐饮渠道的市场机会，开拓更多专职做餐饮的经销商；3、持续加大冰冻化建设力度，通过尝试线下的自动贩卖机等方式，拓展冰冻化的销售渠道。4、</p>

对冻柠茶的定位进行研究和优化，将用新的定位与消费者进行沟通，并测试市场的反馈效果。

### **3、Meco 果茶的新定位？**

答：Meco 果茶采用差异化的杯装形态，容易让消费者联想到现制茶饮店，更具高级、时尚及品质感；同时，杯装形态相比其他瓶装即饮产品，更具有差异化优势，因此公司将 Meco 果茶定位为“茶饮店之外的第二选择”。

### **4、2024 年第二季度公司即饮板块的重点举措？**

答：第二季度，1、我们优化了 Meco 杯装果茶和兰芳园冻柠茶两个产品品牌的定位，我们将按照新的定位与消费者进行沟通，测试市场的反馈效果；2、同时，配合品牌营销活动会持续进行投入，并优化投入的方向和策略，提升费用使用效率；3、在渠道端，公司会聚焦打造样板市场和样板经销商，寻找可复制的成功模式；4、对于即饮新产品的创新研发和试销优化，也一直在按部就班地进行。

### **5、公司即饮产品的渠道占比？**

答：从城市级别来看，即饮产品在一、二线城市的销量占比较大；从渠道结构来看，即饮产品以校园及校园周边、CVS 便利系统等原点渠道为主。其中，Meco 果茶在校园及校园周边的原点渠道占比较大，兰芳园冻柠茶以 CVS 便利系统为主。

### **6、公司在冲泡业务方面有哪些创新举措？**

答：1、公司持续推进冲泡产品的创新升级，推出燕麦奶茶、燕麦拿铁等产品，经过初步试销，反馈良好，未来会继续加大研发的投入；2、公司持续推进冲泡产品的渠道深耕，在下线市场与礼品消费市场进一步挖掘消费场景和消费需求的空间。

### **7、公司如何打造样板市场？**

答：公司当前的资源相对有限，将采用聚焦的策略，在全国挑选势能高、潜力大的城市，进行样板市场的打造，通过不断的摸索、总结、优化，寻找可供复制的成功模式。

### **8、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。近期，公司在积极打造样板市场、样板经销商，寻找可复制的成功模式，同时在费用和资源的投放上，也会根据实际运营情况进行动态调整。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。

### **9、公司如何看待学校渠道？**

答：学生是公司果茶销售的核心目标人群，公司非常重视以学生为

代表的原点渠道的推广，学校渠道的拓展空间巨大，公司会围绕学校及学校周边的终端渠道，加大地面推广活动，同时招募更多适配校园渠道的经销商。

#### **10、Meco 果茶的终端网点数量？**

答：Meco 果茶的铺货网点数量约 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。未来，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。

#### **11、公司与零食量贩渠道的合作情况？**

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，在现有的产品中，Meco 果茶和冲泡类产品已经进入零食量贩渠道销售。公司计划尝试在零食量贩渠道推出定制化的产品，充分发挥公司在产品创新、生产能力方面的优势。

#### **12、公司海外市场后续规划？**

答：海外市场发展机会巨大，公司重视海外市场的开拓工作。但公司现行的海外业务模式较难适应海外市场的发展需求，因此，未来公司将会逐步调整海外市场策略，稳扎稳打地推进海外业务的发展。

#### **13、公司冰冻化规划？**

答：公司会在即饮产品的销售旺季，持续进行冰冻化方面的投入。目前，公司主要通过购买冰冻化资源，来实现即饮产品的冰冻化陈列。今年，公司计划尝试拓展线下的自动贩卖机销售场景，拓展冰冻化销售的渠道。

#### **14、公司费用投放规划？**

答：公司会根据现阶段需要维持近几年以来较大力度的费用投放力度。今年以来的新变化是，公司更加强调对费用和效率的关注，并非减少投入，而是关注如何将费用投放在高价值、能产生实际效果的地方，提升费用投放的精准有效性，当遇到明确性机会点时，公司一定会根据需要采取大胆的，近乎压迫式的费用投入，以期通过有效费用的大力度投入带来较大效应的收入或产出回报。

#### **15、公司 2024 年的业绩指引？**

答：公司会围绕 2023 年的股权激励计划营收考核目标努力。

	<p>冲泡业务，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。</p> <p>即饮业务，公司将会努力延续去年较好的势头。1、Meco 果茶和兰芳园冻柠茶作为今年的两个拳头产品，都具有一定的增长潜力；2、现有即饮团队经过磨合，已较为稳定；3、渠道拓展方面在去年的基础上积攒了一定的经验；4、今年公司会努力提升费用投放的精准有效性。</p>
--	--