

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	汇安基金、永赢基金、富国基金、国华兴益、富安达基金、东北证券、浙商证券、长盛基金、长江证券、国盛证券、博道基金、天风证券、财通证券、方正证券、太平洋证券、中信建投、华西证券、博时基金、国投证券、华安基金、中国平安、华泰证券、建信养老、信达证券、海富通基金、华创证券、华金证券、中欧基金、华鑫证券、光大证券、东吴证券、国海证券、华西证券、华福证券、广发证券、金鹰基金、中国对外经济贸易信托
时间	2024年7月12日
地点	浙江省湖州市兰芳园食品有限公司
上市公司接待人员姓名	总裁：杨冬云 董事会秘书、财务总监：邹勇坚 区域厂长：朱飞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、总裁介绍公司的情况及产品思路？</p> <p>答：奶茶业务是一条很好的赛道，并且公司具备一定的竞争力，从长期来看，仍然存在很大的市场机会。在奶茶业务上，公司当前的任务是让公司的产品回归主流，做到与现制茶饮店相当的水平，满足消费者在不同场景下的需求。公司未来的奶茶新品将努力同步实现以下目标：</p> <p>1、在健康化方面，研发低糖、轻卡、少添加的轻负担奶茶新品；2、在口感、口味方面，公司要做到与现制茶饮店相当、甚至更好的水平；3、在食品安全方面，公司采用标准化制造的模式，对品质管控有极高的要求，在品质稳定性方面更有优势；4、在性价比方面，公司产品在相同品质的情况下更加具有价格优势。</p> <p>即饮业务，公司当下资源和精力有限，仍将以 Meco 杯装果茶和兰芳园冻柠茶两款产品为主。</p> <p>Meco 杯装果茶方面：1、公司致力于挖掘产品背后的消费逻辑，经调研发现，消费者心目中 Meco 杯装果茶与茶饮店果茶关联度高，且具</p>

备更强的便捷性；与瓶装饮料相比，杯装更加时尚、具有高级感。同时，该消费逻辑在礼品市场也获得了验证。2、基于消费逻辑，公司将 Meco 杯装果茶定位为“茶饮店之外的第二选择”，通过差异化路线，满足与瓶装饮料不同的消费需求和消费场景。杯装产品更加适合室内静态的消费场景，例如家庭场景、餐饮场景等，目前，在高档自助餐和部分家庭消费场景已经获得较好反馈。3、公司将针对不同消费者群体，对 Meco 杯装果茶的口味进行相应的分化调整。同时，也会在“杯装”品类做更多的延伸和拓展。4、品牌营销方面，Meco 杯装果茶新定位的广宣物料在今年 4 月份已经开始投放，广告已于 6 月下旬推出，更多的营销活动公司后续会逐步上线。

兰芳园冻柠茶方面：1、公司深入市场调研，结合产品特点，将兰芳园冻柠茶定位为“健康的冰爽饮料”。目前，冰爽饮料以碳酸饮料为主，随着消费者健康意识的提升，对于碳酸饮料存在顾虑，公司结合冻柠茶“纯植物配方”“不含碳酸”的特点，打造健康的冰爽饮料，来满足消费者的需求。2、冻柠茶在香港历史悠久，是港式茶餐厅必备饮品，有很强的解暑、解渴、开胃、解腻解辣、助消化的功能，在餐饮渠道具有一定的市场机会，目前，公司在餐饮渠道缺乏基础和经验，还需要时间进行探索。3、冻柠茶对冰冻化要求高，公司将会努力通过多种方式推进冰冻化建设。4、冻柠茶产品目前处在早期战略规划阶段，与形成完整有效的打法存在距离，但冻柠茶经过前期的销售，已经展现出了一定的发展潜力，公司对这款产品具有信心。

公司认为，上述三个方向都具有非常重要的战略机会，公司将继续坚持“双轮驱动”战略，积极推动和提升 MECO 杯装果茶的运营成果、加快完成冻柠茶成功模式探索的基础上，加大力度完成对奶茶新品的创新研发，重新激活和焕新香飘飘奶茶系列业务。

2、公司具体的销售动作有哪些？

答：公司针对奶茶、Meco 杯装果茶和冻柠茶三个品类的销售配称动作是不同的。1、奶茶业务公司已经形成一套较为成熟的销售体系，核心执行动作由经销商完成。奶茶新品推出后，公司将会探索开拓新的渠道和销售模式；2、Meco 杯装果茶目前由全品销售团队和即饮销售团队共同经营，公司期望通过优化策略，充分发挥团队的协同效应；3、兰芳园冻柠茶产品，当前处在产品和渠道适配优化的阶段，公司目前以原点渠道和势能渠道销售为主，流通渠道仍在探索过程中。

3、公司冰冻化的情况？

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，

今年，公司在冰冻化的质和量方面同比去年将会有所提升。目前公司拥有一万多台自有冰柜，同时配合购买冰道资源，实现即饮产品的冰冻化陈列。今年，公司也在积极尝试创新终端冰冻化陈列形式，后续动销反馈情况还需要进一步探测。

4、冻柠茶在流通渠道面临哪些挑战？

答：目前，兰芳园冻柠茶处于在源头渠道和势能渠道打造成功模式的阶段。冻柠茶作为一款新产品，需要一定的培育时间，来建立品牌势能。目前，公司在广东、北京等地区进行样板市场的探测，来寻找打通流通渠道的成功模式。

5、公司如何看待杯装果茶在礼品市场的机会？

答：公司 Meco 杯装果茶在礼品市场反馈良好，公司经过调研发现，Meco 杯装果茶的杯装形态能够关联现制茶饮店的产品，在年轻用户群体中，Meco 杯装果茶相比传统礼品更加具有时尚、高级感，公司会积极把握礼品市场的发展机会，结合公司在礼品市场的经验，期待能够逐步取得较好的反馈。

6、Meco 杯装果茶如何实现消费群体的拓展？

答：当前，公司的 Meco 杯装果茶在中学生群体中受欢迎程度高，但对于部分消费群体而言口味偏甜。公司正在针对不同群体，对产品口味进行分化调整，计划推出“轻果茶”系列产品，满足更多消费群体的需求。

7、公司如何看待线上渠道？

答：公司以往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，今年上半年，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。

8、公司在餐饮渠道的开拓情况？

答：对于餐饮渠道，公司目前处于早期探索阶段。在人员组织方面，公司在每个省区招募 1 个城市经理和 1-2 个主管，第一阶段的主要工作是招商；在渠道开拓方面，目前，与产品成本相适配，公司主要开拓偏高端的自助餐餐饮渠道；在产品形态方面，产品规格和包装，后续还要根据渠道的需要进行调整，目前还在探索阶段。