

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	博道基金、国金证券、华宝基金、平安资管、东北证券、中信证券、国华兴益、彤源投资、驼铃资产
时间	2024年9月12日-9月13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. 公司三季度以来的情况？</p> <p>答：2024年第三季度，即饮业务处在销售旺季转淡的阶段，Meco如鲜果茶在线下的销售反馈良好，冻柠茶还需要时间来积累和观察；奶茶业务处在市场的启动节点，公司全力保障渠道库存的良性健康，随着旺季的到来，奶茶业务节奏会逐步加快，公司渠道、经销商和生产端都在为奶茶旺季的到来做好准备，公司与经销商充分沟通，关注渠道终端的库存情况，同时为经销商提供支持，帮助做好市场的启动工作，目前相关准备工作均在有序推进过程中。</p> <p>2. 奶茶新品的产品情况？</p> <p>答：奶茶新品是在之前的“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。公司在9月份推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（珍珠/红豆）产品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡轻乳茶”对标线下现制茶饮店，采用原叶茶包和液态奶杯；“原叶现泡奶茶”将推出珍珠和红豆两种口味，是对原有的珍珠系列和好料系列产品的进一步健康化、年轻化的升级，产品采用原叶茶包、0反式脂肪酸进口乳粉以及经典奶茶小料。公司期望通过健康化的升级产品，重新激活奶茶品类，吸引更多的增量消费者尝试公司的产品。</p> <p>3. 奶茶新品规划的铺货区域有哪些？</p> <p>答：公司的“原叶现泡”奶茶新品计划在线上 and 线下的部分区域进行试销，线下渠道以一二线市场为主，围绕核心的原点人群，选择势能较好的渠道进行试销。</p>

4. 奶茶业务的发展策略？

答：公司认为从长期来看，奶茶业务仍然存在很大的市场机会。在奶茶业务上，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。

公司制定了“品类健康化、品牌年轻化、产品场景化、消费日常化”的“四化”战略。通过对产品进行持续的健康化、年轻化升级，同时，凭借便捷性、性价比、品质稳定性等方面的优势，满足消费者在不同场景下的需求。

5. 公司成本端展望？

答：公司内部通过精益化改造，不断降本增效，同时，大宗原物料价格呈现稳中有降的趋势，预计公司今年成本端压力将会有所缓解。

6. Meco 如鲜果茶在零食、餐饮及礼品装市场的情况？

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，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，公司后续将持续观察产品的市场表现。

Meco 如鲜果茶与餐饮场景的适配度高，公司积极开发以高档自助餐厅等消费场景为代表的餐饮渠道，取得了良好的反馈。今年，公司积极推进餐饮渠道的经销商团队搭建工作，截至 2024 年 6 月，公司已开拓专职即饮餐饮渠道经销商 100 余家。

Meco 如鲜果茶在礼品市场反馈良好，公司经过调研发现，在消费者心目中，Meco 如鲜果茶的杯装形态，与茶饮店的现制果茶具备较高的关联度，在年轻用户群体中，Meco 如鲜果茶相比传统礼品更加具有时尚、高级感。今年，公司积极把握礼品市场的发展机会，选取了部分经销商，参与礼品装样板市场的打造，期待能够逐步取得较好的反馈。

7. 公司线上渠道的规划？

答：公司线上渠道销售占比相对较小。一方面，公司将线上渠道作为品牌推广和宣传的窗口，帮助做好消费者的沟通及教育工作；另一方面，公司将线上渠道作为新品探测试销的渠道，通过收集消费者的反馈意见，对产品进行优化迭代。以往公司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. Meco 如鲜果茶有哪些宣传推广的动作？

答：Meco 如鲜果茶产品，基于消费者心目中该产品与茶饮店果茶的高关联度，以及“杯装”形态带来的饮用、储藏的便捷性与时尚感，公

司将该产品重新定位为“茶饮店之外的第二选择”，公司围绕新的品牌定位，打造了新的宣传物料，在武汉、长沙等 10 城梯媒进行投放，并结合综艺及电视剧植入、抖音小红书等新媒体平台传播、线下快闪活动、跨品牌联合营销等方式，增加品牌露出，打造产品热度，助力产品动销。

9. 公司渠道覆盖率的提升规划？

答：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，公司会根据奶茶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。此外，对于即饮业务，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。

10. Meco 如鲜轻果茶的情况？

答：Meco 如鲜果茶计划推出“轻果茶”系列产品，公司针对不同群体，对产品口味进行分化调整，满足更多消费者的需求，目前产品细节还在进一步打磨优化中，预计今年下半年将会推出。

11. 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。

12. 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。

13. 公司冰冻化情况？

答：今年，公司在冰冻化的质和量方面同比去年有所提升。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，新增自动量贩机渠道，目前已经覆盖自动贩卖机超 9 万台，后续动销反馈情况还需要进一步探测。

14. 公司的费用投放规划？

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，公司将增加宣传费用投放；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，公司会保证收入、费用、利润三者间的动态平衡。

15. 公司全年的业绩展望？

答：全年来看，考虑整体消费环境的影响，收入端存在一定压力，但预计仍将保持增长态势。

奶茶业务，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。

即饮业务，公司将会努力延续去年较好的势头。1、Meco 果茶稳定增长；2、销售团队已稳定运行，即饮销售团队与全品类团队协同作战；3、稳健运营渠道，维护经销商的利益，持续开拓新渠道进行探测；4、努力提升费用投放的精准有效性。