

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、太平洋证券、中金公司、招商基金、鼎晖投资、长江证券、同犇投资、申港证券、泰康养老保险、上海聊塑资产、上海理成资产、农银汇理基金、优美利投资、华宝信托投资、汇丰晋信基金、平安银行、沅杨资产、恒盈资本、泽安私募基金、中欧基金、上海国际信托、广汇缘资产、建信基金、Liu Miao、中国人寿资产、广州君创私募、紫金矿业、银华基金、天治基金、杭州巨子私募基金、信泰人寿保险、中邮证券、恒健远志投资、兴证证券、溪牛投资、上海睿亿投资、Azimut、上海混沌投资、西藏源乘投资、上海鹤禧投资、观富（北京）资产、野村东方国际证券、平安证券、深圳鑫然投资、民晟资产、北京华软知识产权私募基金、天弘基金、Alpines Capital Limited、YISHAO GLOBAL ALPHA FUND SPC、TRIVEST ADVISORS LIMITED、WINNINGTON CAPITAL LIMITED、OCTO RIVERS ASSET MANAGEMENT、UBS Asset Management、Heartland Capital Investment Consulting、HGNH International Asset Management
时间	2024年11月18日-11月19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. 介绍公司近期的情况？</p> <p>答：当前，奶茶业务处在销售旺季，渠道备货节奏加快，公司正全力做好奶茶旺季的运营工作；即饮业务的传统渠道进入销售淡季，公司在为Meco如鲜果茶的春节档礼品装销售做好准备，目前各项工作均在有序进行中。</p> <p>2. 公司奶茶和即饮业务的主要渠道分布？</p> <p>答：奶茶产品和即饮产品所处的生命周期及各自的业务特点不同，因此，在渠道结构上也有一些差异。从城市级别来看，公司以往的奶茶</p>

产品，渠道主要集中于下线市场，其中三线以下城市占比较高，新推出的“原叶现泡”产品，计划在线上和线下的部分区域进行试销，线下渠道以一二线市场为主；即饮产品一、二线城市的销量占比较大。从渠道结构来看，公司以往的奶茶产品以批零渠道、食杂店为主；即饮产品则以校园及校园周边、CVS 便利店系统等原点渠道为主，同时公司也在积极探索零食渠道的市场机会。

3. 公司当前的库存情况？

答：公司始终非常注重渠道库存的管理。目前奶茶业务进入销售旺季，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。

4. 今年前三季度公司毛利率提升的原因？

答：从成本端来看，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，成本端压力有所缓解，因此毛利率同比去年有所改善。

5. 公司如何提升杯装即饮的产能利用率水平？

答：即饮杯装产能利用率的提升，关键在于销售规模的提升。未来，公司将会不断丰富即饮业务的产品矩阵，研发更具性价比的产品，积极探索即饮业务的渠道建设运营模式，努力提升销售规模；同时积极寻找外部合作代工的机会，希望能够不断提升杯装即饮的产能利用率水平。

6. 奶茶新品的情况？

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”（黑糖珍珠/糯糯红豆）产品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。目前，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。

7. 公司终端网点数量？

答：目前奶茶业务的终端数量约40万家，即饮的终端网点数量约30万家，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。

8. 公司线上渠道的情况？

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。

9. 公司在零食量贩渠道的销售情况？

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 如鲜果茶、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，小包装定制款 Meco 如鲜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。

10. 公司的冰冻化情况？

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，同时配合购买冰冻化资源，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。

11. Meco 如鲜果茶明年的新品计划？

答：明年，Meco 如鲜果茶将会持续推出新口味进行迭代优化，同时公司计划推出“轻果茶”系列产品，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，预计明年春节前后上市试销。

12. Meco 如鲜果茶春节礼品装的规划？

答：Meco 如鲜果茶的礼品装，在今年模式探索的过程中取得了较好的反馈，公司经过调研发现，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，公司会积极把握礼品市场的发展机会，已经选取了部分经销商，参与礼品装样板市场的打，对成功模式进行复制，期待能够逐步取得较好的反馈。

13. 公司后续冻柠茶的规划？

答：冻柠茶经过前期的试销，展现出一定的市场机会，明年公司将会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。

14. 公司未来是否有提价计划？

答：公司目前没有提价计划，主要原因是公司坚持以消费者为中心，重视并保障消费者的利益。公司期望通过品质提升，以及推出更多的健康化升级、高端系列产品，来满足消费者差异化的需求。

15. 公司今年的费用投放规划？

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，公司增加相应的宣传费用投放；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。

16. 公司如何看待大单品战略？

答：公司作为快消品公司，大单品战略是非常重要的，公司需要不断地探测、研发新产品。即饮板块公司过去推出的 Meco 果茶是比较成功的产品；奶茶板块公司在今年 9 月份推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）产品，通过原叶茶包替代茶粉，开创了“原叶现泡”奶茶新品类，在线上及线下部分区域进行试销，展现出了一定的市场机会，公司希望通过这样的产品升级，在稳固原有客户群体的同时，能够吸引到更多的消费者购买。

17. 公司后续是否考虑聘请职业经理人？

答：对于职业经理人，公司始终保持开放和欢迎的态度，会持续寻找、物色来自公司内外部的人才，希望能够找到合适的人才，一起推动公司的成长。

18. 公司是否有收并购的计划？

答：目前，公司暂无明确的收并购项目，但针对收并购计划，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。

19. 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。

20. 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。

	<p>即饮业务，公司将会努力延续去年较好的势头，主要源于：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。</p>
--	--