

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	民生证券、华夏久盈资产、博时基金、博道基金、摩根基金、长安基金、信泰人寿保险、长城基金、天治基金、上海季胜投资、国华兴益资管、财通证券、乾璐投资、汇添富基金、长江证券自营、上银基金、国金证券、华西证券、中汇人寿保险、长盛基金、华宝信托、中航信托、中邮证券、长城财富保险资产、首创证券、上汽顾臻(上海)资产、宝盈基金、上海易正朗投资、天风(上海)证券资产、承珞(上海)投资、杭州乾璐投资、华宝基金、西藏源乘投资
时间	2024年12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、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：进入第四季度，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；同时，公司今年发现 Meco 如鲜果茶在礼品市场的销售机会，正在为 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. Meco 如鲜果茶今年实现增长的原因？</p> <p>答：1、在即饮产品的销售旺季，公司持续加强冰冻化建设，冰冻化的质和量同比去年都有所提升；2、公司做深做透以校园为主要的渠道，实现了一定的增长；3、公司努力挖掘 Meco 如鲜果茶在礼品市场的消费机会，选取部分经销商参与礼品装样板市场的建设；4、公司积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会，取得了一定的进展。</p> <p>3. 奶茶业务今年的费用投放情况？</p> <p>答：奶茶业务原有的产品保持稳健的费用投放，同时围绕奶茶的春节销售旺季做宣传投入；“原叶现泡”奶茶新品推出后，公司增加相应的宣传费用投放。总体上，公司会维持好收入、费用、利润三者间的动态平衡。</p>

4. 公司礼品装销售情况？

答：对于奶茶产品的礼品装，公司将会通过产品的生动化陈列，建立产品势能，营造热销氛围，在积极推进礼品装奶茶产品销售的同时，带动其他渠道和门店的销售。

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造，对成功模式进行复制。目前，公司正在为 Meco 如鲜果茶的春节档礼品装销售做准备，期待能够逐步取得较好的反馈。

5. 公司在零食量贩渠道的情况？

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。

6. 奶茶新品的销售反馈情况？

答：今年 9 月，公司推出了“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”（黑糖珍珠/糯糯红豆）奶茶新品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。“原叶现泡”系列产品是在之前的“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。

目前，两款新品在线上和部分区域进行试销，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. 公司如何应对现制茶饮店的竞争？

答：公司坚持“双轮驱动”战略，推进公司的创新发展。对奶茶产品，进行“健康化”“年轻化”的创新升级，以满足消费者的需求变化；同时，进行渠道下沉，推进传统奶茶产品“保存量、挖增量”的工作。对于即饮产品，公司将稳步发展即饮市场，加强探测，努力打造公司的第二成长曲线。

8. Meco 如鲜果茶的目标消费人群？

答：Meco 如鲜果茶因其时尚的包装形态及便捷的饮用方式，消费人群以学生为代表的年轻群体为主，销售渠道以校园及校园周边、CVS 便利系统等原点渠道为主，一、二线城市的销量占比较大。

9. 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，预计明年春节前后上市试销。

10. 公司明年的成本端展望？

答：公司成本端采购实行财年锁价模式，每个自然年的 7 月至次年的 6 月为一财年。公司将会充分发挥自身的规模及现金流优势，与上游供应商共同努力，对原材料采购价格进行管控，对于明年的原材料价格走势，公司正密切关注中。与此同时，公司还积极通过产品包材更新、精益生产等方式，对成本端进行优化。

11. 公司明年的招商计划？

答：公司的经销商管理策略，是一个动态变化的过程，并不是一成不变的。随着公司对渠道商业模式的不断总结优化，经销商数量也会相应地进行调整。目前，公司不会大范围增加经销商，而是在当前已有经销商的基础上进行优化。未来，随着公司即饮业务运营能力的提升，将会循序渐进的增加经销商的招募。

12. 公司在餐饮渠道的情况？

答：Meco 如鲜果茶与餐饮场景的适配度高，今年，公司积极推进餐饮渠道的经销商团队搭建工作，并开拓了部分餐饮渠道的专职经销商，同时积极推进餐饮渠道消费场景的开发。目前，在高档自助餐厅等消费场景已经取得了良好的反馈。

13. 公司后续收并购的规划？

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。

14. 公司全年的业绩指引？

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，公司销售旺季集中在第四季度，第四季度收入占全年比重较大，公司会努力做好旺季的运营工作。

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，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。