

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	东吴证券、上海证券、兴业证券
时间	2025年1月6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. 奶茶新品的销售反馈情况？</p> <p>答：公司推出的“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。</p> <p>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，当前两款新品处在探测阶段，还需要时间来观察。</p> <p>2. 公司奶茶产品的礼品装销售占比？</p> <p>答：在奶茶产品的销售旺季，消费者礼品消费需求较高，礼品装的销量有较高的占比。一方面，中国礼品消费市场需求庞大，公司努力把握礼品装消费的市场机会；另一方面，公司也积极培育消费者的日常消费习惯，不断拓宽消费场景，从日常消费与礼品消费两个方面，推动公司产品的动销。</p> <p>3. 公司2025年成本端展望？</p> <p>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2025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。</p> <p>4. 兰芳园冻柠茶的后续规划？</p>

答：冻柠茶经过前期的试销，展现出一定的市场机会，2025 年公司将继续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。

5. 公司 2025 年的新品规划？

答：奶茶板块，公司将会沿着健康化、年轻化的升级方向，做更多的研究。即饮板块，Meco 如鲜果茶每年将会持续推出新口味进行迭代优化，同时公司计划推出适合餐饮和零食量贩渠道的定制产品。

6. 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。

7. 公司终端网点数的拓展计划？

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。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。

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。公司积极打造样板市场、样板经销商，寻找、验证可供复制的成功模式，同时，在费用和资源的投放上，会根据外部消费环境、业务发展所需等因素进行动态调整。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. 公司后续是否有收并购计划？

答：目前，公司暂无明确的收并购项目。但针对收并购，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。

10. 公司 2024 全年的经营情况？

答：2024 年，受到外部消费环境的影响，全年来看存在一定的压力。奶茶业务，全年主要侧重点在巩固现有的基本盘，同时将持续推进产品的健康化、年轻化升级。

即饮业务，全年来看展现出了不错的销售势头，主要源于：1、Meco 果

	<p>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、费用投放的精准性与有效性均有所提高。</p>
--	--