

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	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 路演活动 ☐ 其他
形式	☐ 现场 ☐ 网上 ☒ 电话会议
参与单位名称	财通证券、海通证券、上海景林资产、中邮证券、东方基金、浙商证券、华夏久盈资产、兴业证券、上海汇正财经、爱建证券、东吴证券、工银瑞信基金、长江证券、上海睿郡资产、方正证券、天治基金、财通基金、北京源乐晟资产、国华兴益、高毅资产、亚太财产保险
时间	2025 年 4 月 27 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	1. 公司 2024 年第四季度和 2025 年第一季度奶茶业务承压的原因？ 答：1、受外部环境影响，春节礼品销售氛围较淡，公司奶茶业务的礼品装销售占比较大，因此受到一定的影响；2、2024 年由于公司内部进行了策略调整，对销售端动作的执行落地造成一定影响；3、公司坚持“长期主义”的理念，优先考虑渠道的健康和销售体系的良性发展，努力维护价盘稳定和经销商的利益，因此对冲泡的旺季备货产生了一定的压力。 当前，公司渠道库存数量和货龄新鲜度已经回归良性健康状态。 2. 原叶现泡新品的销售表现情况？ 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。 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。同时，在礼品市场旺季，公司对“原叶现泡”系列进行了小范围探测，该产品填补了礼品市场在对应价格带的产品空白，获得了较为积极的反馈。此外，公司通过“快闪店+内容营销”的方式对原叶现泡轻乳茶进行推广，在获得消费者良好反馈的同时，在品牌端获得较高声量。 未来，公司还将对内容物与包装做进一步优化。当前两款新品处在探测阶段，还需要时间来观察。

3. 兰芳园冻柠茶今年的规划？

答：经过前期的试销，冻柠茶已经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，进一步聚焦在广东、北京等销售机会更大的城市，寻找成功模式。

4. Meco 果茶今年在招商渠道方面是否有变化？

答：今年，公司将秉持“稳中求进”的总基调，Meco 果茶将重点围绕原点人群和原点渠道做精进，提升原点人群对产品的接受度，增加消费者的饮用频次。

此外，今年公司会加强餐饮市场的开拓，根据餐饮渠道特点，推出定制化杯装即饮产品，同时开拓更多专职做餐饮的经销商，积极探索餐饮渠道的市场机会。

5. 公司在零食量贩渠道的后续规划？

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，积极拥抱新兴渠道。当前，公司直营合作的头部零食量贩系统的门店数量已经超过三万家。此外，还有一部分零食量贩门店通过经销商进行覆盖。在现有的产品中，Meco 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，公司已与万辰系、很忙系、有鸣系分别推出了合作定制款产品，现处于探测试销中，后续将持续观察产品的市场表现。

6. 公司线下快闪店的效果如何？

答：公司推动品牌营销方式转变，积极拥抱线下快闪店等内容营销、互联网营销新方法。

公司通过线下快闪店活动，推广新品“原叶现泡轻乳茶”，同时获取消费者反馈，进一步改进、优化产品，目前整体费用投入可控。快闪店作为品牌营销的方式，公司更加关注其在消费者沟通、新品推广、品牌年轻化方面的效果。目前来看，快闪店在这些方面取得了不错的效果。

未来，公司将通过各种创新形式，积极向消费者传递公司产品、品牌的变化，努力提升消费者对公司的品牌认知，为相关业务带来更多新的机会。

7. 公司今年成本端展望？

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 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。

8. 公司对于电商渠道的后续规划？

答：公司的产品销售集中于线下渠道，线上渠道销售占比相对较小。未来，公司希望线上渠道能够发挥“品销合一”的作用。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。

9. 公司即饮业务持续增长的原因？

答：2024 年，即饮板块 Meco 果茶表现良好，主要是由于：1、Meco 果茶的杯装形态具有一定的独特性，产品差异化明显；2、公司做深做透以校园为主的原点渠道，实现了一定的增长；3、公司努力挖掘 Meco 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。

10. 公司今年的新品储备情况？

答：1、公司的 Meco 果茶产品，每年都会推出新的口味，并结合当季热销水果推出季节限定款，目前，已推出“橙漫茉莉”新口味。2、今年，公司将对餐饮渠道进行积极探索，会根据餐饮渠道的特点，尝试推出定制化杯装即饮产品。3、公司将对更多的产品方向进行探索，目前，Meco 西柚羽衣甘蓝产品正在进行试销，探索果蔬茶这一产品方向；此外，公司与“方回春堂”合作，推出联名产品，在养生奶茶方向进行探索。

11. 公司组织架构是否有新的调整规划？

答：2024 年，考虑到内外环境的变化，公司将冲泡、即饮两个独立的团队重新整合。下沉市场以冲泡团队为主力，即饮作为辅助；在即饮机会大的核心城市，设立即饮专职团队。目前人员调整已经基本到位，预计 2025 年不会有新的调整规划。

12. 2025 年费用投入的规划？

答：费用投放总体将以稳健为原则。即饮作为第二增长曲线并已表现出较好的增长态势，公司今年会大力进行投入。同时，也会做好费用投放的精准管控，提高费效比，兼顾利润。

13. 2025 年公司收入与利润目标？

答：2024 年公司的业绩因为冲泡产品渠道去化的问题受到了一定的影响，目前来看，公司各项工作已经逐步走向正轨。2025 年，预计公司能够在 2024 年的基础上取得一定的业绩回升。但是考虑到目前外部环境的不确定性较强，还是等到更加确定的时候再给全年的预期。