

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	前海开源、财通基金、天风证券
时间	2025 年 5 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	1. 公司奶茶新品的销售情况？ 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。 2. 公司奶茶业务渠道结构分布？ 答：从城市级别来看，公司以往的奶茶产品，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，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。 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；同时公司也在积极探索零食渠道的市场机会，目前由公司直营合作的零食量贩门店数量已经超过三万家，奶茶类产品已进入零食量贩渠道销售。 3. Meco 果茶的后续打法？ 答：Meco 果茶是即饮业务的核心，1、渠道端：公司将会继续做深做

	透学校渠道，把握零食量贩和礼品渠道背后的市场机会，同时积极加大对餐饮渠道的探索；2、产品端：公司将持续推出新口味，目前已推出“橙漫茉莉”“桑葚茉莉”新口味；3、品牌端：公司将会围绕客户，不断创新宣传形式，与消费者做沟通。 4. 即饮业务的终端网店数量？ 答：目前，即饮板块的终端网点数量约 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，公司会根据冲泡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。 5. 公司今年即饮业务的渠道规划？ 答：今年，公司将保持“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与消费频次。同时，深入挖掘礼品市场的成长潜力。 在零食量贩渠道方面，公司将积极把握零食量贩渠道带来的机遇，加强与零食量贩系统合作的同时，针对渠道的消费特点，推出定制款即饮产品，助力产品销售。 此外，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。 6. 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。 7. 公司如何提升奶茶业务的销量？ 答：对于奶茶业务，公司将秉持“稳中求进”的总基调，提升经销商和渠道端的信心，加强终端客户服务质量。今年，公司将会继续推进落实“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；在产品方面，公司将沿着健康化、年轻化的升级方向做更多的研究，以满足消费者的需求；同时，在品牌营销方面，公司将通过多种新的营销形式，
--	--

	围绕客户，加强与消费者的沟通，积极传递产品健康化、品牌年轻化的积极变化。 8. 公司新品储备情况？ 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”、“桑葚茉莉”两款新口味。2、公司积极探索咖啡赛道，推出“鲜咖主义”手作厚乳拿铁及兰芳园无糖即饮黑咖啡产品，目前在线上进行试销；3、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。 9. 公司今年的费用投放规划？ 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。 10. 公司成本端展望？ 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。 11. 公司在零食和电商渠道的规划？ 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。 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。
--	--