

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 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 现场参观 ☐ 其他
形式	☒ 现场 ☐ 网上 ☐ 电话会议
参与单位名称	方正证券、首创证券
时间	2025 年 7 月 16 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. 公司目前的渠道库存情况？ 答：公司始终非常注重渠道库存的管理。目前，奶茶业务处在销售淡季，渠道库存同比去年下降明显，当前公司总体的渠道库存数量和货龄新鲜度都处在良性健康的水平。 2. 原叶现泡系列产品的销售情况？ 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。近期，原叶现泡轻乳茶根据市场趋势，研发推出多款新口味进行市场探测，包括“明前特级龙井”“新会陈皮月光白”等。同时，公司通过“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，公司还将对原叶现泡奶茶产品的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. 公司销售团队的调整情况？

	答：2024 年，考虑到内外环境的变化，结合前期冲泡、即饮团队运行过程中总结的经验，公司将冲泡、即饮两个团队进行了重新调整。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。 4. 奶茶和即饮业务的渠道结构？ 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”系列产品，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的原点渠道为主，同时公司也在积极探索零食渠道和礼品市场的机会，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、Meco 果茶产品均已进入零食量贩渠道销售。 5. 公司今年的成本端展望？ 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 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。 6. 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，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、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。 7. 公司的新品规划？ 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、原叶现泡系列奶茶产品，将持续研发新口味，优化产品设计和创意，给消费者带来媲美现制茶饮的体验和口感；3、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
--	--

	前在线上试销；4、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。 8. 公司是否有收并购计划？ 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会非常慎重。
--	---