

# 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	浙商证券、华泰证券、嘉实基金、华西证券、华创证券、亚太财产保险、天风证券、民生证券、上海渊泓投资、兴业证券、华鑫证券、泰康资产、南京自营、宝盈基金
时间	2025年8月27日-8月28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><b>1. 原叶现泡系列产品的销售情况？</b></p> <p>答：公司推出的“原叶现泡轻乳茶”“原叶现泡奶茶”奶茶新品，开创“原叶现泡”奶茶新品类。原叶现泡系列产品是公司沿着品牌年轻化、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。同时，在上一个礼品市场旺季，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。</p> <p>近期，在原叶现泡轻乳茶产品上，公司根据市场趋势，研发推出多款新口味进行市场探测，包括“丛兰玉露”“新会陈皮月光白”以及限定款——“明前特级龙井”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。</p> <p>在原叶现泡奶茶产品上，公司对内容物和包装进行优化，推出“黑糖珍珠”“幽兰珍珠”两款口味，在线下进行试销探测，还需要时间来观察。</p> <p><b>2. Meco 果茶新口味的销售情况？</b></p> <p>答：Meco 果茶今年推出“橙漫茉莉”“桑葚茉莉”两款新口味，其中“橙漫茉莉”口味在线下进行铺货，销售反馈良好，有望成为经典款之外的潜力产品，“桑葚茉莉”口味目前还在试销阶段，需要一定的时间来观察。</p>

**3. 原叶现泡轻乳茶的目标消费人群及渠道？**

答：公司原叶现泡轻乳茶产品的销售渠道以一二线市场为主，目标消费人群以对品质关注度高、价格接受度高的人群为主，包括新锐白领、精致妈妈等。

**4. 奶茶业务上半年销售承压的原因？**

答：2025 年上半年度，受到外部消费环境、消费习惯及消费需求的变化影响，公司传统冲泡产品在旺季销售承压，叠加春节时点相比上年度有所提前，一季度的旺季持续时间缩短，冲泡业务提早进入淡季。同时，公司为维护经销商及终端的利益，坚持“以动销为原则”，主动降低渠道库存水平，严格确保渠道及终端库存的良性健康，为下半年冲泡旺季的铺货及动销打好基础。

**5. 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，开展“内容营销”，不断创新宣传形式，与消费者做沟通。

**6. 奶茶业务的旺季储备工作情况？**

答：今年公司奶茶业务以渠道库存的良性健康、经销商信心修复及价盘的稳定为主，为进一步提升销售旺季期间渠道库存的货龄新鲜度，今年公司将旺季备货的启动时点进一步向后递延，更加贴近销售旺季。同时，在旺季到来前，在品牌营销端，公司将加强品牌传播赋能；在渠道端，公司正有序推进礼品市场的堆头陈列与渠道布局，为旺季销售提供支撑。

**7. 即饮业务今年冰冻化的情况？**

答：今年，公司持续推进终端网点冰冻化工作，在即饮业务核心产品 Meco 果茶销售占比较大的学校及零食量贩渠道，维持常态化的冰冻化动作。同时，进一步提升对冰冻化的要求，更加注重“质量”，对于冰道的“铺层率”提出更高的要求，努力提升冰冻化的效果。

**8. 餐饮渠道的后续规划？**

答：公司重视餐饮市场的开拓。公司 Meco 杯装果茶与餐饮场景的适配度高，公司根据餐饮渠道特点，推出定制化杯装 Meco 果茶产品，在杭州、湖州、武汉选取部分餐饮门店进行试销，同时公司积极开拓更多专职做餐饮的经销商，探索餐饮渠道的市场机会。

**9. 零食量贩渠道的合作情况？**

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，

公司直接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。

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。

#### **10. 公司终端网点数量？**

答：目前，冲泡板块的终端网点数量约 40 万家，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。

#### **11. 公司今年的渠道规划？**

答：今年公司秉持稳中求进的总基调，奶茶业务以保障渠道的良性健康为核心，即饮业务以 Meco 果茶为核心，围绕校园、零食量贩及礼品渠道，逐步提升校园渠道的渗透率，加强与零食量贩渠道的定制合作，同时为下半年到来的礼品旺季做好准备工作。

#### **12. 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。原叶现泡轻乳茶产品下半年公司将会加大宣传投入，提升品牌声量。即饮作为第二增长曲线已表现出较好的增长态势，公司今年会保持投入力度。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. 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。

#### **14. 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、原叶现泡轻乳茶，将持续延续“健康化”“高质价比”的研发思路，开发新口味，给消费者带来媲美现制茶饮的体验和口感；目前，原

叶现泡奶茶产品已完成包装及口味的迭代优化，已在线下渠道推出“黑糖珍珠”“幽兰珍珠”两款口味；3、公司将对椰果系列产品进行焕新，推出新内容物的经典系冲泡奶茶，满足消费者更多尝鲜需求；4、今年，公司将对零食量贩、会员店、餐饮渠道进行积极探索，根据渠道的特点，推出定制化杯装即饮产品；5、公司正在积极挖掘潜在功能性产品的市场需求，开拓新品类冲泡产品，目前产品还在打磨中。

**15. 公司后续的海出规划？**

答：海外市场发展机会巨大，公司重视海外市场的开拓工作。今年上半年，Meco 果茶在部分国家销售表现良好，公司将会逐步探索海外市场的机会，稳扎稳打地推进海外业务的发展，还需要一定的时间。