

# 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观<br><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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议  |
| 参与单位名称        | 天风证券、国诚投资、上海胤胜资产、中国国际金融、嘉实基金、炬鼎私募基金、前海开源基金、天治基金、景顺长城基金、巨杉（上海）资产、观富（北京）资产、广东正圆投资、中泓汇富资产、汇丰晋信基金、上海途灵资产、新华基金  |
| 时间            | 2026年05月07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<br>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. 2025年业绩下滑、2026年第一季度业绩爆发的主要原因？</b></p> <p>答：一方面原因在于春节时点的变动。公司冲泡产品具有一定的礼赠属性，销售旺季窗口与春节时点关联度高，2025年春节在阳历一月份，2026年春节在阳历二月份，导致了2025年第一季度、第四季度旺季时间段的缩短，以及2026年第一季度旺季时间段的拉长。</p> <p>另一方面在于公司对于渠道价值链的梳理。在2025年外部消费环境的疲软以及春节时间点变动的大环境下，公司以稳为主，针对渠道价值链进行了系统化的梳理，对价盘、货物流动等进行了优化改革，同时加强了对经销商订货的指导，带动经销商经营积极性的提升，从而为2026年第一季度的业绩增长做了铺垫。</p> <p>从旺季销售的结果来看，冲泡产品仍然有着较强的增长韧性，发展仍然比较稳健。</p> <p><b>2、公司未来即饮产品的新品规划？</b></p> <p>答：一方面，公司的Meco果茶产品，会按照口味迭代的节奏继续推出新的口味以及季节限定产品；同时，公司将会继续推出鲜果茶产品，满足消费者的需求；此外，针对零食量贩、餐饮渠道等新兴渠道，会推出新的定制化产品。</p> <p>另一方面，公司将会继续积极探索杯装新品类，即饮咖啡、即饮奶茶、养生水等新赛道。</p> |

### 3、药食同源系列产品的发展？

答：“古方五红”与“古方八舒”两款产品，属于公司“古方养生系列”，是公司根据药食同源的产品逻辑，传承改良经典方剂，使用道地食材搭配非遗熬膏工艺制成，分别针对女性生理期需求及失眠需求。

对于古方养生系列的两款产品，目前仍处在市场测试及线上推广阶段，取得了一系列的积极反馈。公司未来会持续聚焦消费者的养生需求，探索更多产品创新。

### 4、原叶现泡奶茶在礼品市场的销售情况及轻乳茶的后续规划？

答：公司经典、好料系列冲泡产品在礼品市场销售时间较久，2025年，公司将原叶现泡奶茶投放到礼品市场，一方面，给经销商提供了新的产品，受到了经销商的欢迎；另一方面，在提升礼品市场的整体价盘的同时，取得了不错的销售表现。

在原叶现泡轻乳茶方面，后续，公司将持续做好产品的试销以及推广工作，借助该产品向消费者传递“产品健康化”的认知，刷新“香飘飘”品牌形象。

### 5、当前线下奶茶店在公司业务中的定位？未来的开店计划？

答：公司当前在杭州开设了四家茶饮店，当下的定位是品牌宣传与体验窗口，旨在向消费者传递年轻、健康的产品理念，提供沉浸式的品牌互动空间；同时也能更直接地收集市场反馈，为产品的研发和创新提供帮助。对于大面积的拓店计划，仍然需要验证与观察。

### 6、公司海外业务的规划？未来泰国生产基地主要面向的市场？

答：当前，海外市场存在较大的发展机会，公司积极重视海外市场的开拓，将逐步推进对海外市场的探索。公司计划将泰国作为杯装饮料的生产基地和出口枢纽，目标覆盖柬老缅越及更广泛的东盟市场。产品将定位高端杯装果茶，以异国热带风味、真实果汁、低糖零脂肪及高端透明杯包装实现差异化，区别于瓶装竞品，满足当地年轻群体对高端健康饮品的需求。同时，公司将积极利用泰国优质热带水果，维持成本和供应的稳定，并打造“泰国原产”卖点。

### 7、2025年代言人的效果？后续对于产品代言人的规划？

答：2025年，公司签约了时代少年团、侯佩岑、孙颖莎分别作为Meco果茶、新会陈皮月光白轻乳茶、原叶现泡系列产品的代言人。从官宣代言人后的产品线上销量、产品品牌话题讨论度来看，取得了不错的宣传效果。

根据消费者的喜好并结合公司产品特征签订代言人，是公司 2025 年优化品牌营销策略的一环，在签约代言人的同时，公司还开展了跨界联名、快闪等年轻消费者喜爱的营销形式，均取得了一定的效果。

后续，公司会结合业务情况，继续选用合适的品牌营销方式，来加强与消费者的沟通。

#### **8、公司对于 2026 年的业绩展望？**

答：今年一季度，公司产品销售情况相比 2025 年一季度实现一定的改善，特别是冲泡产品旺季销售恢复正常，对于今年上半年以及全年的业绩有积极的作用。考虑到目前外部环境的不确定性较强，公司对全年的业绩保持谨慎乐观的预期。公司将锚定长期发展目标，以健康可持续经营为核心根基，持续推动各板块业务优化改善，聚焦养生赛道，加大资源投入与布局力度，不断提升经营质量与市场竞争力，最终实现企业盈利的稳步达成。