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	银华基金、华泰证券
时间	2026 年 10 月 26 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、今年第三季度公司业绩下滑的原因？** 答：今年以来，国内消费环境整体偏弱，市场需求恢复节奏偏缓。为保障渠道体系的良性健康发展，公司自三季度起主动调整出货节奏，将旺季出货启动时点延后，进一步匹配旺季终端动销窗口。受该策略影响，三季度出货规模有所回落。面对当前市场环境，公司从长期主义的视角出发，延续“稳中求进”的经营基调，把经营重心放在自身能力的建设上修炼内功，夯实发展基础。 从经营举措来看，一方面，公司持续进行新品开发与新赛道探测，围绕消费者对健康化的需求推进产品升级与新品培育；另一方面，公司主动减少效益较低的费用支出，对费用投放的节奏和结构进行了调整。 后续公司将根据外部环境的变化和业务的实际需要，统筹产品投入与费用效率，稳步推进各项经营工作。 **2、今年前三季度，销售费用出现较大下滑的原因？未来对于费用投放的安排？** 答：今年以来，结合当前外部市场环境以及公司现阶段的经营所需，公司减少了产品推广等费用的投入，把资源更多集中在产品力和渠道基础的建设上，投放的节奏和结构相较以往有所调整，费用投入整体保持克制，因此呈现出一定程度的下降。

	在后续费用投放规划上，公司将延续“稳中求进”的经营基调。公司未来的费用投放整体仍将保持审慎克制，同时主动捕捉外部市场机遇；若出现优质机会，公司将适时加大投入，抢抓发展窗口期。 **3、当前冲泡业务的备货情况？** 答：2027 年的春节时点相比往年有所提前，公司今年的旺季备货时间相应较往年更早，整体备货节奏前移。目前，公司正积极为冲泡业务的旺季做好准备，结合渠道需求安排生产与发货，后续也将根据旺季销售的实际进展动态调整备货节奏。 **4、即饮业务前三季度的销售表现？** 答：即饮业务前三季度销售收入同比有所回落，一方面，今年公司对即饮业务渠道价值链进行梳理，叠加二季度天气因素，短期内对即饮业务销售规模形成了一定影响；另一方面，公司调整对兰芳园冻柠茶的策略，目前主要集中在北京、广东两个地区及线上渠道进行销售，导致对即饮业务整体营收造成了一定的影响。未来，随着其销售规模降至较低水平，对即饮业务整体营收的影响也会相应减轻。 后续公司将继续推进即饮业务渠道价值链的梳理与建设，为业务的长期健康发展打好基础。 **5、古方养生系列后续在新品研发以及未来规划？** 答：古方养生系列是公司切入消费者日常养生场景中的具体需求，采用“药食同源”理念打造的系列产品，目前整体仍处于试销阶段。今年上半年，公司已推出“古方五红”“古方八舒”两款产品，下半年，公司进一步推出“古方玉灵”“古方六润”新品，分别采用“黑参玉灵膏”“化橘红秋梨膏”，实现温补、润养的功效。 产品宣传方面，公司现阶段暂没有进行大规模的广告投放，更注重消费者口碑与真实反馈的积累，逐步验证产品的消费潜力。目前，公司正在梳理古方养生系列的营销方式，希望结合消费者反馈找到更适配的推广路径。 **6、公司当前的新品储备？** 答：冲泡产品方面，公司围绕冲泡产品的健康化升级，推出了“铁

	棍山药八珍粉”，主打脾胃双温养。同时公司布局杯装冲泡咖啡赛道，推出多款咖啡产品。在高性价比领域，公司旗下子品牌“艾啡”咖啡推出“小黄油拿铁”和“生椰拿铁”两款主打性价比的杯装冲泡咖啡，目前在线上渠道试销。在高品质手作咖啡领域，公司子品牌“香咖豹”推出“手冲小黄油拿铁”、“手冲茉莉拿铁”两款产品，使用优质原料，复刻线下畅销口味，以便消费者更便捷地获得咖啡饮用体验。即饮业务方面，公司也在积极探索液体奶茶、咖啡等赛道。 **7、公司当前原材料价格的情况以及对未来成本端的展望？** 答：原材料锁价方面，公司新财年的原物料锁价工作已经完成，主要材料成本处于较为稳定的范围内。成本端方面，上半年原油价格的波动对公司杯材成本、物流成本带来了一定的影响。公司将持续关注原油价格及上游原材料的变化情况，做好成本端的管控。 **8、对于今年全年的业绩展望？** 答：截至前三季度，公司销售收入同比去年得到一定的改善，主要原因是冲泡业务在今年一季度的旺季销售期实现较大增长，对全年业绩形成积极支撑。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根基，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。