

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 checked="" type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	国金证券、建信养老、奕卓资本、Millennium、Pinpoint、泰康香港、North Rock Capital、Aspex、OP Capital、天风国际证券、TT international
时间	2025年6月24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>1. 公司奶茶产品的升级情况？</p> <p>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。</p> <p>目前，两款新品在线上和部分区域进行试销，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。</p> <p>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。</p> <p>2. 公司 Meco 果茶的口味策略？</p> <p>答：公司将两个经典口味“桃桃红柚”“泰式青柠”作为 Meco 果茶的基础款，并根据销售区域，搭配三个畅销口味，形成“2+3”的销售策略。在新品研发方面，每年会推出 1-2 个新口味，通过新口味的推出增加目标消费人群的粘性和复购，同时对动销较慢的老口味进行迭代升级。今年，公司已推出的果茶新口味“橙漫茉莉”，在线下进行试销探测，目前</p>

市场反馈良好。

3. 公司后续的新品规划？

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，目前在线上进行试销；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。

4. 公司与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。

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. 公司如何提升奶茶业务的销售？

答：今年，公司将秉持“稳中求进”的总基调，对于奶茶业务，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。

7. 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。

8. 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。

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. 公司今年的分红规划？

答：公司一直以来都非常重视投资者回报，公司将会综合考虑监管政策导向、业务发展规划以及对投资者的回报等因素，来确定今年的分红比例。