**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 | 国盛证券、光大证券、华福证券、兴业基金、工银瑞信、恒生前海基金、长江养老、华夏基金、景顺长城、浦银安盛、易方达基金、平安资产、新华基金、鹏华基金、富国基金 |
| 时间 | 2023年9月1日-4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：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. **第二季度即饮和冲泡的销售表现情况？**

答：2023 年第二季度，冲泡业务实现销售收入1.67亿元，同比去年增长34.24%；即饮业务实现销售收入3.15亿元，同比增长36.98%。其中，果汁茶同比去年销量有所恢复，瓶装冻柠茶反馈较为积极，瓶装牛乳茶由于推出时间较短，还需要进一步的观察。1. **公司冲泡和即饮产品的渠道分布情况？**

答：由于冲泡和即饮产品所处的生命周期及业务自身特点不同，因此在渠道结构上也有一些差异。从城市级别来看，冲泡产品渠道集中于下线市场，其中三线以下城市占比较高，而即饮产品一、二线城市的销量占比较大；从渠道结构来看，冲泡产品以批零渠道、食杂店为主，即饮产品则以学校周边的原点渠道及城市便利店系统等为主。1. **即饮销售团队的组建及磨合情况？**

答：公司期望通过三年左右的时间，提升系统化经营即饮业务的能力。基于公司的战略规划，今年四月初，公司完成了即饮独立团队的组建，组建完成之后的关键，是团队的磨合调整及优化。从二季度开始，以董事长为核心的销售管理团队开始对即饮业务的渠道建设模式进行探索，同时，即饮团队开始进行内部磨合，并根据即饮业务渠道建设模式的探索与进展情况，对人员进行调整、优化。目前，即饮团队人员已较为稳定。1. **兰芳园瓶装冻柠茶的广宣投放情况？**

答：今年，公司加大了瓶装冻柠茶的费用投放力度，在广东部分地区分众梯媒等方面加大投入，在北京八大主流地铁站点进行地铁广告宣传，并参与湖南卫视综艺节目的赞助，同时，在校园及大型企业，通过地面派赠等活动提升推广力度。1. **Meco果汁茶的成功来源于哪里？**

答：Meco果汁茶成功的关键，在于产品的“差异化”。公司在市场上创新推出果汁茶的新品类，主打“真茶真果汁”，果汁含量高，并且在口味、口感、产品品质、健康性、包装形态等方面都有一定的独特性。1. **香飘飘瓶装牛乳茶的后续规划？**

答：香飘飘瓶装牛乳茶产品，由于推出时间较短，根据前期的试销反馈意见，公司决定对产品的包装及口味进行优化升级，预计今年第四季度，新产品将会重新上市并继续进行试销验证。1. **公司即饮终端网点数量?**

答：即饮铺货网点数量约30万家。目前，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。1. **冲泡业务未来增长的驱动因素有哪些？**

答：1、产品的与时俱进，持续推进年轻化、健康化升级。公司从2021年下半年开始，在产品健康化方面做了很多有益的尝试，推出了啵啵牛乳茶、臻乳茶、生椰/芝芝牛乳茶、珍珠牛乳茶等去植脂末产品，通过产品升级，满足消费者多样化的需求。2、持续推进渠道下沉。公司的冲泡产品在居家消费的便捷性、性价比、质量稳定性等方面具有一定的优势，在县乡镇市场及礼品市场的消费需求比较稳固，因此在渠道下沉方面会有一定的发展机会。3、随着冲泡产品不断地升级迭代及渠道深耕，也会给一、二线市场带来一定的增量。4、在泛冲泡方面，公司目前推出了一款CC柠檬液产品，在线上及线下大润发M会员店进行试销，反馈较为积极，未来公司还会继续进行更多积极的探测。相信通过以上几方面的共同驱动，未来冲泡板块还有很大的发展空间值得公司去努力。1. **公司目前的库存情况？**

答：良性的渠道库存水平能够保证产品货龄的新鲜度，对于终端消费者的购买有促进作用，同时也有利于维护经销商的利益。因此，公司非常注重渠道库存管理，总体来看，公司的渠道库存处于良性健康的状态。1. **公司未来的新品研发方向？**

答：冲泡板块，公司将会持续推进产品年轻化、健康化的升级，同时积极探索泛冲泡领域的市场机会。即饮板块，公司会积极拓宽产品品类，将在无糖茶、即饮咖啡、电解质功能性饮料等方向进行初步研究与探索。 |