**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 | 嘉实基金、富国基金、富安达基金、天风证券、东兴基金、星泰投資、润晖资产、中国人保资产、新华基金、上海混沌投资、观富（北京）资产、天治基金、上海宁泉资产、世纪证券、东海证券、北京鑫翰资本、华夏基金、循远资产、北京遵道资产、天风国际证券、国华兴益保险、天时开元股权基金、创金合信基金、正圆投资、上海途灵资产、乘是资产、国泰君安证券、大成基金、长城财富保险、亘泰投资、湖南源乘私募基金、乐趣投资、天风国际资产、国泰基金、上海万纳私募、晋江和铭资产、中银证券资产、金科投资、中融国际信托、东方阿尔法基金、诺安基金、中加基金、中国对外经济贸易信托、Pinpoint Asset Management Limited |
| 时间 | 2024年11月27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. **介绍公司近期的情况？**

答：当前，奶茶业务处在销售旺季，渠道备货节奏加快，公司正全力做好奶茶旺季的运营工作；即饮业务的传统渠道进入销售淡季，公司在为Meco如鲜果茶的春节档礼品装销售做好准备，目前各项工作均在有序进行中。1. **Meco如鲜果茶今年实现增长的原因？**

答：1、在即饮产品的销售旺季，公司加强冰冻化建设，冰冻化的质和量同比去年都有所提升；2、公司做深做透以校园为主的原点渠道，实现了一定的增长；3、公司努力挖掘Meco如鲜果茶在礼品装的消费机会，选取部分经销商参与礼品装样板市场的建设；4、公司积极开拓零食渠道、餐饮渠道的市场机会，取得了一定的进展。1. **Meco如鲜果茶在春节礼品装销售的情况？**

答：Meco如鲜果茶的礼品装，在今年模式探索的过程中取得了较好的反馈，公司经过调研发现，在年轻用户群体中，Meco如鲜果茶相比传统礼品更加具有时尚、高级感。今年，公司会积极把握礼品市场的发展机会，已经选取了部分经销商，参与礼品装样板市场的打造，对成功模式进行复制，目前，公司正在为Meco如鲜果茶的春节档礼品装销售做准备，期待能够逐步取得较好的反馈。1. **公司成本端展望？**

答：公司内部通过精益化改造，不断降本增效，同时，公司通过锁价方式提前对战略性的原物料进行锁定，预计公司今年成本端压力将会有所缓解。1. **Meco如鲜轻果茶的情况？**

答：Meco如鲜果茶计划推出“轻果茶”系列产品，公司针对不同群体，对产品口味进行分化调整，满足更多消费者的需求，目前产品细节还在进一步打磨优化中，预计明年春节前后上市试销。1. **今年以来，奶茶业务销售有所下滑的原因？**

答：受外部环境影响，为了保证渠道库存的良性健康，公司今年加快做好了奶茶产品的去库存工作，同时公司坚持以动销为原则，将奶茶旺季的出货节奏往后做了迁移，并提升了生产端的产能储备。1. **公司在零食渠道的情况？**

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，当前，公司直营的零食量贩门店数量已经超过两万家。在现有的产品中，Meco如鲜果茶、兰芳园冻柠茶和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，小包装定制款Meco如鲜果茶已在万辰集团系统上线，定制款杯装冻柠茶在零食有鸣系统进行探测试销，后续将持续观察产品的市场表现。1. **Meco如鲜果茶在餐饮渠道的情况？**

答：Meco如鲜果茶与餐饮场景的适配度高，今年，公司积极推进餐饮渠道的经销商团队搭建工作，并开拓了部分餐饮渠道的专职经销商，同时积极推进餐饮渠道消费场景的开发。目前，在高档自助餐厅等消费场景已经取得了良好的反馈。1. **公司后续是否有收并购计划？**

答：目前，公司暂无明确的收并购项目，但针对收并购计划，公司始终保持开放的心态，期望寻找到与公司业务契合的标的，与公司现有的业务形成协同，达到相互赋能的效果。但考虑到并购存在的相关风险，公司对于具体并购标的选择等也会非常慎重。1. **公司全年的业绩指引？**

答：全年来看，考虑整体消费环境的影响，收入端存在一定压力，公司销售旺季集中在第四季度，第四季度收入占全年比重较大，公司会努力做好旺季的运营工作。奶茶业务，主要侧重点在巩固现有的基本盘，同时继续在产品创新升级的道路上，大踏步前进。即饮业务，公司将会努力延续去年较好的势头，主要源于：1、Meco果茶稳定增长；2、销售团队已稳定运行，即饮销售团队与全品类团队协同作战；3、稳健运营渠道，维护经销商的利益，持续开拓新渠道进行探测；4、努力提升费用投放的精准有效性。 |