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	国华兴益保险、鹏扬基金、太平洋证券
时间	2024年3月13日-3月14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、今年春节公司冲泡产品的动销情况？** 答：春节期间，冲泡产品处于销售旺季，消费者礼品消费需求较高，春节过后，冲泡产品逐步进入销售淡季，公司加快做好产品的去库存工作，目前，渠道库存非常的良性健康。 **2、公司2024年的费用投放规划？** 答：2024年，预计冲泡业务仍然以“修复”为主基调，费用投放保持稳健；即饮业务的费用投放将维持一定的力度，与此同时，努力提升费用投放的精准有效性。总体上，公司会保证收入、费用、利润三者间的动态平衡。 **3、公司如何驱动Meco果汁茶的销售增长？** 答：1、围绕Meco果汁茶的核心销售渠道持续发力，做深做透以学校为主的原点渠道；2、进一步做好产品卖点的挖掘和目标消费人群的研究；3、随着公司即饮业务系统化经营能力的提升，循序渐进地增加即饮终端网点的覆盖率；4、增加即饮专职经销商的招募。 **4、兰芳园瓶装冻柠茶2024年的规划？** 答：2024年，1、公司将会围绕样板市场持续做好运营工作，将样板市场的成功模式进行复制推广；2、积极探索餐饮渠道的市场机会，开拓更多专职做餐饮的经销商；3、持续加大冰冻化建设力度，通过尝试线下的自动贩卖机等方式，拓展冰冻化的销售渠道。 **5、兰芳园瓶装冻柠茶在哪些区域销售表现较好？** 答：2023年2月起，兰芳园瓶装冻柠茶，在部分重点城市的线下渠道陆续铺货，在广东、北京、上海、江苏等地取得了较好的反馈。

	6、即饮业务的盈亏平衡点？ 答：目前，公司即饮业务正处于投入阶段，细分产品的销售情况需要时间进行进一步观察，公司也会根据产品实际的销售表现，对费用投入进行动态调整。未来，在公司即饮产品销售工作逐渐步入正轨，费用投放趋于稳定的前提下，即饮业务盈亏平衡点将会逐渐清晰。 **7、公司2024年的新品规划？** 答：冲泡板块，公司将会持续推进产品的健康化升级，前期公司推出的“如鲜”燕麦奶茶，经过试销，反馈较为积极。后续，公司将会对这款产品进行优化完善。 即饮板块，公司2024年以Meco果汁茶和兰芳园冻柠茶两款产品为主，努力挖掘产品卖点，积极探索餐饮渠道的市场机会，同时对大红袍牛乳茶产品进行进一步的试销探测，观察动销反馈情况。 **8、公司冲泡终端网点数量？** 答：冲泡铺货网点数量约40万家。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。 **9、公司和零食渠道的合作情况？** 答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，现有的产品中，果汁茶和冲泡类产品已经进入零食量贩渠道销售。目前，公司正在与直营的零食渠道共同探讨、开发新的合作模式，以充分发挥公司在产品创新、生产能力方面的优势。 **10、如何看待冲泡业务的天花板？** 答：公司认为冲泡板块的天花板远远未到，冲泡业务盈利能力稳定，拥有忠实的消费群体和很强的发展韧性。未来，公司将会继续推进冲泡产品的健康化升级和渠道下沉，同时积极探索泛冲泡领域的市场机会，相信随着策略的落地执行，冲泡业务未来会有更多值得期待的部分。 **11、公司是否还有提价计划？** 答：公司目前没有提价计划，主要原因是公司坚持以消费者为中心，重视并保障消费者的利益。未来，公司期望通过品质提升，以及推出更多的高端系列产品，来满足消费者差异化的需求。