

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"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议	
参与单位名称	华福证券、财通基金、英大保险、华创证券、招商信诺、广东正圆、宝盈基金、天治基金、华夏基金、汇丰晋信、上海途灵	
时间	2026年02月02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、2025年度冲泡以及即饮业务整体的表现情况？</p> <p>答：公司于1月30日晚披露了2025年度业绩预告，预计全年实现营业收入约29.27亿元，实现归母净利润1.02至1.25亿元。</p> <p>公司2025年的业绩波动，主要源于冲泡产品的销售下滑，公司“第二增长曲线”即饮业务板块整体实现稳健增长。</p> <p>冲泡产品的销售下滑，主要因为2025年、2026年春节时间节点变动，导致2025年第一季度、第四季度旺季窗口均有所缩短。在此背景下，公司坚持“稳中求进”的经营基调，主动调整了产品出货节奏，并严格管控渠道库存规模，保障了价盘稳定及库存产品货龄新鲜。第四季度，公司营收同比下降幅度相比前三季度实现较明显收窄。</p> <p>2、公司2025年的费用情况以及对2026年费用的规划？</p> <p>答：2025年，公司费用投放以“稳健”为原则，对费用投放进行精准管控，提高费效比的同时兼顾利润。2026年，公司费用投放会在此基础上，对有积极反馈的新品，适当投入宣传费用，提升品牌声量。</p> <p>3、公司当前渠道的库存情况？</p> <p>答：目前，公司渠道备货产品货龄新鲜、渠道库存良性健康。同时，在品牌营销端，公司将加强品牌传播赋能；在渠道端，公司正有序推进礼品市场的堆头陈列与渠道布局，为旺季销售提供支撑。</p> <p>4、养生冲泡新品“古方五红”暖乳茶的产品规划？</p>	

答：“古方五红”暖乳茶，是公司打造的首款养生功能性产品，源自中国传统“药食同源”养生理念，由公司与浙江中医药大学合作开发，选用非遗“五红配方”熬制膏方，既拥有丰富的口感，又具有养生功能性价值，目前正在试销阶段。

5、“古方五红”当前的试销范围以及消费者反馈？

答：当前，“古方五红”暖乳茶产品主要在线上平台进行试销，公司希望通过线上平台的传播，可以触达更多消费者；同时，公司正逐步探索线下渠道。当前，该产品取得了不错的试销反馈。

6、公司的新品储备及未来的推新规划？

答：冲泡产品方面，公司将沿着“健康化”“年轻化”的升级方向做更多研究，同时，公司将对养生功能性产品进行进一步探索。

即饮冲泡方面，Meco果茶产品，会按照口味迭代的节奏继续推新，并针对零食量贩、餐饮渠道等新兴渠道推出定制化产品。同时，公司将继续积极探索即饮咖啡、即饮奶茶、养生水等即饮赛道，希望能够做出“差异化”的产品来满足消费者的需求，参与市场竞争。

7、原叶现泡产品 2025 年整体表现怎么样以及未来的发展？

答：原叶现泡系列产品包含轻乳茶和奶茶。

对于轻乳茶产品，公司期望借助这款产品，将“健康化”“年轻化”的品牌形象传递给投资者，改变消费者对于香飘飘奶茶的固有印象。从消费者的反馈来看，起到了不错的效果。

原叶现泡奶茶产品，在礼品市场上填补了对应价格带的空白，取得了不错的销售反馈。

8、公司当前原材料价格的情况以及对未来成本端的展望？

答：公司的原材料采用“财年锁价”的模式，每个自然年的7月到下一个自然年的6月会对部分原材料进行锁价，同时，公司会发挥自己的规模以及现金流的优势，与上游供应商共同对原材料价格进行管控。目前，有部分原材料锁价到今年的6月，后续的价格波动公司也在密切关注。此外，公司会持续推进精益生产，对成本端进行优化。

9、2025 年公司餐饮、零食等新兴渠道的表现？今年公司在新兴渠道端是如何规划的？

答：公司非常重视餐饮、零食等新兴渠道的发展，在稳固传统渠道的同时，将会持续对新兴渠道进行探索。

零食渠道方面，当前，公司直接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。为了更加贴合零食量贩渠道的产品特点，除了公司自有品牌的原有产品进入零食量贩渠道以外，公司还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。

餐饮渠道是目前公司重点关注的新渠道。公司 Meco 杯装果茶与餐饮场景的适配度高，公司根据餐饮渠道特点，推出定制化杯装 Meco 果茶产品，在部分地区选取部分餐饮门店进行试销，探索餐饮渠道的市场机会。

10、2026 年即饮业务产能利用率的目标？

答：即饮业务产能利用率的提升，来源于销售规模的提升。2026 年，一方面希望果茶继续保持稳定增长；另一方面公司将会不断丰富即饮业务的产品矩阵，研发更具性价比的产品，积极探索即饮业务的渠道建设运营模式，并持续创新宣传形式，提升消费者的品牌认知，努力提升销售规模；同时积极寻找外部合作代工的机会，希望能够不断提升杯装即饮的产能利用率水平。

11、公司在营销上的策略？

答：根据消费者的喜好，结合公司产品特征，签订代言人，是公司 2025 年优化品牌营销策略的一环，在签约代言人的同时，公司还开展了跨界联名、快闪等年轻消费者喜爱的营销形式，取得了一定的效果。

后续，公司会结合业务情况，继续选用合适的品牌营销方式，来加强与消费者的沟通。

12、公司 2026 年的业绩展望？

答：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的预期。公司旺季集中在春节前较短的周期，全年业绩受旺季表现影响较大。公司将积极做好旺季的相关工作，保障渠道及终端的销售节奏有序推进。