

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2023-023

## 香飘飘股份有限公司

### 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

香飘飘股份有限公司（以下简称“公司”）于近日通过现场及电话交流形式接待了机构投资者调研，现将调研具体情况公告如下：

#### 一、调研基本情况

调研时间：2023年4月

调研方式：现场及电话交流

调研机构名称（排名不分先后）：天风证券、上海睿亿投资、东方证券、光大证券、广发证券、国海证券、Point72、国盛证券、中银国际、金鹰基金、富国基金、国泰君安证券、信达澳亚基金、平安基金、银河基金、和谐汇一资产、长安基金、人寿养老、华鑫证券、大成基金、LMR、太平洋证券、北京金百裕投资、汇安基金、北京遵道资产、东北证券、东兴证券、青榕资产、太平资产、秉怀投资、中欧基金、华宝基金、易方达基金、融通基金、华安基金、睿扬投资、国信证券、海通证券、华创证券、华泰证券、华西证券、沅博资产、长江资管、民生证券、汇丰晋信、申万宏源、南方基金、胤胜资产、龙航资产、上海万纳私募、西南证券、东证融汇、金泊投资、银河证券、九泰基金、兴业基金、华泰资管、富安达基金、国融基金、昱德投资、浙商证券、相聚资本、中金公司、交银施罗德、华夏基金、蓝墨投资、磐厚动量、招商证券、长城基金、国联安、兴证资管、光大自营、农银汇理、财通基金、中信建投证券、中信证券、恒越基金、弘毅远方、瓴仁投资、永诚资产、西部利得、敦和资管、嘉实基金、建信保险、鹤禧投资、东证资管、九方智投、摩根基金、顶天投资、长见投资、大家资产、景顺长城基金、国寿养老、工银瑞信基金、交银基金

公司接待人员：董事长蒋建琪先生、董事会秘书邹勇坚先生、财务总监李超楠女士、证券事务代表李菁颖女士

## 二、主要交流内容

### 问题 1：公司 2023 年第一季度库存情况？

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，目前，公司的渠道库存处于良性健康的状态。

### 问题 2：公司 Meco 果汁茶的后续打法？

答：1、公司加大了 Meco 果汁茶品牌宣传方面的投入，4 月份，公司已官宣了 Meco 品牌新的形象代言人，希望通过代言人的势能，进一步提升品牌知名度，增强与目标消费人群的沟通；2、公司积极传递“吃零食就喝 Meco 蜜谷果汁茶”的消费认知，希望通过建立零食和果汁茶之间的深度链接，实现消费场景的破圈；3、随着即饮旺季的到来，公司在学校进行派赠等活动，同时增加冰冻化方面的投入，期待 Meco 果汁茶能取得更好的业绩表现。

### 问题 3：兰芳园瓶装冻柠茶和香飘飘瓶装牛乳茶的铺货及动销情况？

答：公司在全国挑选了 70 个即饮核心城市，围绕核心城市的原点、高势能渠道进行铺货。冻柠茶第一阶段的铺货工作，将以华南地区为主，后续，将逐步扩大铺货范围；香飘飘瓶装牛乳茶普适性更强，铺货区域将更为广泛。目前，两款新品都处在铺货初期，还需要时间来进一步观察动销情况。

### 问题 4：公司与欧力（上海）合作进展？

答：公司与欧力（上海）的合作，是基于双方都看好以燕麦奶为代表的植物基产品巨大的市场潜力，因此，合作推进植物基产品的发展，共同开拓市场和销售机会。目前，推出了两款杯装燕麦奶茶，消费者反馈良好。今年 4 月，公司推出了山姆定制款瓶装山茶花味铁观音燕麦奶茶，试销反馈良好，同时，

一款新口味产品也在紧锣密鼓的研发过程中。公司希望通过山姆渠道，培育更多的消费者，为燕麦奶茶业务带来更多的增量。

**问题 5：即饮独立团队组建情况？**

答：公司期望通过三年时间，提升系统化经营即饮业务的能力。基于公司的战略规划，同时考虑到即饮旺季即将来临、即饮团队新进人员需要时间磨合等因素，公司加快了即饮团队人员的招聘进度。目前，公司即饮独立团队的人员招募工作已基本完成。随着即饮旺季的到来，公司希望通过加快推进铺市以及开展品牌推广活动，为即饮业务的发展提供更多的助力。

**问题 6：公司费用投放规划？**

答：今年，预计冲泡业务仍然以“修复”为主基调，费用投放保持稳健，即饮板块的费用投放力度将会有所增加，包括新进即饮销售团队人员费用、品牌宣传推广费用及渠道冰冻化投入等，但总体上，公司会保持收入、费用、利润三者间的动态平衡。

**问题 7：兰芳园瓶装冻柠茶和香飘飘瓶装牛乳茶相比于竞品的差异点？**

答：兰芳园瓶装冻柠茶和香飘飘瓶装牛乳茶两款产品，是公司基于“竞争思维”研发推出的。柠檬茶是一个很大的品类，市场空间巨大，柠檬本身富含维生素且口感较佳，消费者接受程度高，公司认知到柠檬茶市场的巨大潜力，因此推出了冻柠茶产品。公司的冻柠茶产品针对现有产品的消费痛点进行优化，用蜂蜜取代蔗糖，解决了茶的涩味问题；同时，采用低糖配方，可以满足消费者对于“健康”的追求。从线上及部分线下城市的试销情况来看，这款产品有一定的潜力。

香飘飘瓶装牛乳茶采用健康的低糖配方，选用生牛乳作为原料，不含反式脂肪酸及植脂末，同时，采用中国茶底，打造“国潮”牛乳茶，目前已推出黑乌龙、鸭屎香、大红袍三款口味。

#### **问题 8：冰冻化陈列规划？**

答：冰冻化是推动即饮产品销售的重要资源。2023 年，公司将会加大冰冻化资源的投入力度，提升冰冻化终端网点数量及质量，同时，持续进行产品创新，扩充产品品类，使冰冻化产品的陈列更加丰富。

#### **问题 9：白糖价格上涨对公司的影响？**

答：白糖价格上涨主要影响公司冲泡产品，冲泡产品目前处在销售淡季，用量相对较少，同时，公司前期通过财年锁价的措施，将白糖价格锁定至 2023 年 6 月底。未来，公司将会继续密切关注白糖价格的走势，在合适的时机进行价格的锁定。

原材料采购方面，公司会根据行业的习惯，通过集中采购、战略合作等方式，降低原材料价格波动的影响。目前，白糖库存可以使用到 2023 年 6 月。

整体来看，目前，虽然白砂糖价格有所上升，但是包材、植脂末等原材料的价格呈现下行趋势，因此成本相对可控。

#### **问题 10：即饮业务如何实现增长？**

答：1、产品品类方面积极创新，不断拓宽即饮产品赛道，持续丰富产品矩阵，夯实基础；2、适时、适量增加品牌宣传方面的投入，扩大品牌影响力；3、加大渠道端的投入，包括增加冰冻化资源的投入，以及在重点的区域组建独立的饮料销售团队。

#### **问题 11：公司制定的股权激励考核目标，2024 年增速较高的原因？**

答：1、公司希望通过两年的时间，使营业收入水平得以恢复；2、2023 年作为管控放开后的第一年，外部消费端的恢复情况仍旧存在一定的不确定因素；3、公司即饮销售团队今年刚刚组建，从投入队伍到产生效果可能还是需要一定的时间；4、公司冲泡产品，内部使用财年来管理，每年因为春节时点的变动，会存在大小年的差异，因此公司对此进行了一些平衡。

### 问题 12：公司今年收入利润展望？

答：2023 年，冲泡业务预计将以“修复”为主基调，公司期望通过两年的时间，使营业收入水平得以恢复。即饮业务处在投入阶段，今年，公司将会加大费用投放力度，希望随着策略的落地执行，为即饮业务提供更多的支持，使得双轮驱动的两个轮子转得越来越均衡。目前来看，还难以对全年的业绩进行准确的预估，需要时间进一步观察后续动销反馈情况。

### 三、风险提示

公司郑重提醒广大投资者，有关公司信息以公司在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）和法定信息披露媒体刊登的相关公告为准，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

香飘飘食品股份有限公司董事会

2023 年 4 月 29 日