

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2023-052

香飘飘食品股份有限公司

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。

香飘飘食品股份有限公司（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8月

调研方式：现场及电话交流

调研机构名称（排名不分先后）：大家资产、华夏基金、国盛证券、富国基金、汇安基金、中金公司、彤源投资、华泰证券、金元顺安、深圳金泊投资、中山证券、国华兴益保险、海通证券、亚太财险、西部利得、碧云银霞投资、鸿道投资、恒大人寿保险、民生证券、中欧基金、宽潭资本、和谐汇一资产、天治基金、兴全基金、明世伙伴基金、Pinpoint、工银瑞信基金、同犇投资、上海证券、淡水泉投资、太平洋证券、富安达基金、西南证券、明河投资、银华基金、兴华基金、国海证券、众行远私募、国信证券、中信建投自营、新华基金、诚盛投资、人保资产、嘉实基金、沅京资本、中银证券资管、东方红、汐泰投资、慎知资产、华泰资产、淳厚基金、稟赋资本、华福证券、光大证券、景顺长城基金、财通证券、上海睿亿投资、太平资产、信诚基金、国寿养老、星石投资、东吴基金、国华人寿、鹏扬基金、华润元大、泰康资产、珠江投资、华宝基金、国海自营、长城财富、平安基金、弘毅远方基金、晨燕资产、鑫元基金、中欧瑞博、前海人寿、汇添富基金、农银汇理、外贸信托、华鑫证券、华商基金、瑞信致远、华创证券、华富基金、阳光资产、长江养老、华夏久盈、东北证券、汇丰晋信基金、中邮基金、源峰基金、中邮人寿、盘京投资、国泰

基金、信达澳亚、国金基金、中泰证券、浙商资管、中信证券、巨子私募、宁银理财、大笨资产、万向创投、九方智投、天风证券、浙江盛投

公司接待人员：董事会秘书邹勇坚先生、证券事务代表李菁颖女士

二、主要交流内容

问题 1：2023 年上半年即饮产品销售情况？

答：2023 年上半年，即饮业务实现销售收入 5.27 亿元，同比增长 35.88%。其中，果汁茶占比较大，实现营业收入 3.99 亿元，同比增长 11.58%，瓶装冻柠茶销售反馈较为积极。总体来看，2023 年上半年销售表现基本符合公司预期，目前各项业务正在有序进行中。

问题 2：2023 年上半年冲泡销售增长的原因？

答：1、公司坚持以动销为原则，保证库存的良性健康；同时，随着外部环境的好转，产品动销有所加快；2、今年，公司将冲泡和即饮销售团队分拆开，提升了冲泡团队业务运营的专注度；3、经过分析发现，“二八法则”普遍存在，今年，公司进一步聚焦 20%的重点门店，加强门店的拜访和维护工作，显现出了一定积极的效果。

问题 3：兰芳园瓶装冻柠茶的市场开拓情况？

答：截至今年七月底，瓶装冻柠茶的终端网点数量约 11-12 万家，公司以广东、北京、江苏等地区作为重点，寻找冻柠茶的适销门店，配以品牌的宣传活动，提升消费者对产品的认知，逐步提升产品势能。

问题 4：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。

问题 5：即饮新进销售团队的磨合情况？

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。

问题 6：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，预计今年九月份，新产品将会重新上市并继续进行试销验证。

问题 7：公司渠道库存情况？

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。

问题 8：CC 柠檬液产品的未来规划？

答：CC 柠檬液是公司基于“泛冲泡化”方面的机会而进行的探测，CC 柠檬液采用四种柠檬原汁榨取，富含维生素 C，能够满足消费者对健康的需求；同时，采用便携式的锁鲜杯，便于携带。目前，在线上及线下大润发 M 会员店进行试销，试销反馈较为积极。未来，公司将会逐步加大对 CC 柠檬液的培育及推广力度，期望能有更好的销售表现。

问题 9：Meco 果汁茶的增长来源于哪里？

答：1、随着外部环境的好转，消费场景的恢复对产品动销有所帮助；2、今年，公司将冲泡和即饮销售团队分拆开，组建了独立的即饮销售团队，即饮业务运营的专注度有所提升；3、公司加大了 Meco 果汁茶品牌宣传方面的投入；4、在即饮的消费旺季，公司持续增加冰冻化方面的投入，同时，在学校进行派赠等活动，以此来助力产品销售。

问题 10：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。

问题 11：公司 2023 年全年的收入展望？

答：宏观经济环境复杂多变，公司的冲泡业务预计将以“修复”为主基调，逐步提高营收水平。即饮业务由于仍处在投入阶段，公司将逐步加大费用投放力度，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，还难以对全年的收入进行准确的预估。当下，我们会以 2023 年公司期权激励解锁目标为引导，围绕公司今年的期权激励解锁目标，力争取得更好的业绩。

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）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 9 月 1 日