

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2022-029

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”）于近日通过电话及现场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：2022年7月

调研方式：电话及现场交流

调研机构名称（排名不分先后）：华西证券、敦和资管、国海证券、国信证券、建信基金、华夏基金、华安基金、泰康资产、香港京华山、国信资管、鹏华基金、银河基金、安信基金、天治基金、浙商证券、信诚基金、长金投资、太平基金、中庚基金、名禹资产、南土资产、兴银理财、源乘投资、泰信基金、信泰人寿、勤远投资、中信自营、盈峰资产、亥鼎云天私募、博时基金、五地投资、英大资产、中加基金、宽潭投资、国投瑞银、武汉昊宇私募、广发基金、德邦基金、凯石基金、诺德基金

公司接待人员：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：如何看待这几年疫情对公司业务的影响？

答：疫情对公司的影响主要在以下三个方面：1、公司坚持“双轮驱动”的发展战略，疫情对公司的第二增长曲线（即饮板块业务）的培育造成了一定影响；2、疫情对公司经营转型的节奏，带来一定程度的负面影响；3、疫情促使

公司内部不断思考并进行管理创新优化，并将疫情带来的压力转换为内部的转型动力。

问题 2：公司是否考虑推出新一轮的股权激励计划？

答：考虑到公司当下所处的发展阶段，以及对相关人才激励的需要，待各方面条件成熟时，公司会考虑推出新一轮的股权激励计划。

问题 3：公司即饮板块的布局规划？

答：1、在产品研发方面，公司相比以往更加重视前端的市场调研、消费者沟通，深入探究产品爆款背后的底层逻辑，未来会不断推出有竞争力的新品来吸引消费者尝鲜和复购；

2、由于杯装产品的消费场景偏室内、静态，而饮料行业更大比例的消费场景是偏室外、动态，因此公司决定从原来的杯装形态向瓶装做延伸，挖掘动态消费场景的机会。今年上半年陆续推出了瓶装 Meco 果汁茶、兰芳园冻柠茶、咸柠七等瓶装产品，其中冻柠茶试销反馈积极，未来公司会继续努力挖掘相关市场机会；

3、公司会优化渠道营销和传播，在学校、CVS 等用户匹配度高的原点渠道，加大营销力度。

问题 4：公司 2022 年的经营目标？

答：公司正处于转型创新的发展阶段，经营目标以企业的健康可持续发展为基础；同时，公司积极在品牌战略、新品研发、管理体制机制等方面进行灵活创新，以尽快适应新的商业模式和市场形势。目前，国内可选消费品的销售受到疫情的一些冲击，公司期待在未来市场环境有所好转时，能充分把握住发展机会。中短期的外部影响因素，一是奥密克戎的传播趋势、管控政策及对经济的潜在影响，二是原材料成本的价格波动情况。总体上，公司对全年的经营展望持谨慎乐观的态度。

问题 5：公司有哪些强势市场？

答：现阶段，公司的强势市场集中在安徽、浙江、江苏、上海、西南等地区，同时在湖南、湖北等地区，公司也有一定的优势。

问题 6：新品方面，Meco 推出红石榴白葡萄、荔枝百香两款新口味，即饮乳茶推出霸气椰椰新品，冲泡奶茶的冷泡新品啾啾牛乳茶，热泡高端新品臻乳茶，几款新品推出以来表现情况？

答：目前，几款新品所处的阶段不同，在销售的表现上也有所差异。Meco 果汁茶的“红石榴白葡萄”、“荔枝百香”两款新口味，销售表现基本符合预期，果汁茶五大口味的整体表现较为均衡。公司冲泡板块新推出的几款产品，在健康化、年轻化方面都进行了全面升级，更好地迎合当下年轻人的需求，目前这几款产品还处在线上试销阶段。

问题 7：公司未来冲泡产品重心是否会转向冷泡产品？

答：公司冲泡类产品，目前还是以热水冲泡为主。推出冷泡产品，是为了更好地满足消费者在夏季的消费习惯，如果未来发展顺利，也会对平滑公司冲泡产品的季节性波动产生一定的帮助。目前冷泡产品试销反馈良好，但还需要一段时间做进一步的验证。

问题 8：今年是新品大年，具体营销方面，是否有配合新品的相关策略？

答：公司近两年加大产品创新的力度，并持续优化新品的研发体系，提升研发效率。冲泡方面，公司坚持持续推进产品的健康化升级及渠道下沉；即饮方面，公司会不断进行产品创新，加快新产品的研发及推出进度。整体来看，公司对外部形势保持乐观谨慎的态度，未来会在品牌战略、产品创新、管理体系优化等方面投入更多精力。

问题 9：公司冲泡和即饮产品去年下半年到现在的发展情况如何？

答：公司坚持“双轮驱动”的发展战略，从目前两个业务板块来看，冲泡业务去年四季度到今年一季度同比有所下降，主要是由于疫情影响及公司渠道备货相对稳健造成的，但冲泡业务的发展基础依然非常扎实。未来，针对冲泡业务，公司一方面会进一步地做好渠道的下沉深耕，另一方面会对原有的冲泡

产品进行健康化升级，以此来满足消费升级的需求。我们相信通过这两方面的努力，冲泡板块仍然有比较大的机会去巩固和扩大市场规模。

即饮业务，目前以 Meco 果汁茶为主打，经过四年时间的积累，果汁茶已经有了一定的消费者基础。由于杯装的消费场景偏室内、静态，而饮料还有更大比例的消费场景偏室外、动态，因此公司决定从原来的杯装形态向瓶装做延伸，开拓动态消费场景的机会。今年上半年，公司推出了瓶装 Meco 果汁茶。对于兰芳园，公司今年计划花更多的精力去激活该品牌，以丝袜奶茶、鸳鸯奶茶及牛乳茶三个基本款为核心，同时在产品创新上做更多的尝试，去年下半年推出的冻柠茶试销反馈积极。今年，公司推出了瓶装的冻柠茶和咸柠七产品，以期满足消费者在不同消费场景下的消费需求。

未来，公司一方面会进一步挖掘冲泡业务的市场机会，另一方面会不断拓宽产品线及消费场景，满足不同消费者的潜在消费需求，为即饮业务的提升带来助力。

问题 10：公司线上渠道的作用？

答：发展线上渠道的是公司的重点战略之一，最终目标在于与线下渠道相互协同，搭建起“线上+线下”的立体化营销网络。一方面，线上渠道起到“品效合一”的作用，既可用于提升产品销量，又可以加强品牌宣传；另一方面，线上渠道用于新品试销，能够触达更多消费者，同时借助后台数据统计，根据“复购率”等核心数据分析新品市场表现，能够筛选出具备发展潜力的产品，提升新品研发效率。

问题 11：公司即饮产品的核心竞争力是什么？

答：公司即饮产品以 Meco 果汁茶为代表，核心竞争力表现在以下三个方面：
1、果汁茶是公司开创的全新品类，区别于市面上一般的果味茶，公司果汁茶的果汁含量高，主打“真茶真果汁”“三种水果一杯茶”；
2、公司以杯装的差异化形态切入即饮市场，与以往的瓶装、易拉罐装等包装有着明显的差异性；
3、公司采用的无菌灌装技术、高阻隔材料杯型，在不添加防腐剂的情况下，保质期可达一年左右，保证产品的健康与品质，能够更好地满足消费者的需求。同

时，公司结合市场的需求变化，利用自身的品牌、产品、渠道和人才等多方面优势，持续提升自身势能，积极探测并拓宽成长赛道。

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

2022年8月1日