

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2022-039

## 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11月

调研方式：电话交流

调研机构名称（排名不分先后）：海通证券、银华基金、中宏人寿、天治基金、东方证券、华夏基金、中信证券、贝莱德基金、上海勤远投资、上海名禹资产、观富资产、国融基金、上海海宸投资、中信建投、颐和久富、摩根士丹利华鑫基金、人保资产、国海资管、国信证券、中银基金、天风证券、华宝基金、新华基金、农银汇理基金、浦银安盛基金、圆信永丰基金、北京和聚投资、富国基金、厦门金恒宇投资、华安证券、财通证券、华泰柏瑞基金、上海大箬资产、海南容光私募、中荷人寿保险、东证融汇证券、上海歌斐资产、上海思晔投资

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：公司第三季度即饮产品实现快速增长的原因？**

答：第三季度，即饮板块实现快速增长主要是由于以下几点原因：1、产品陈列方面，公司通过选取动销较好的门店以及渠道予以聚焦，集中投放资源和费用，增强对消费者的触达，建立产品势能；2、冰冻化建设是公司今年重点推

进的策略之一。第三季度，公司依照规划，继续推进终端网点冰冻化的建设，网点数量及质量方面同比去年都有明显提升。从自有冰箱的产品销售情况来看，冰冻化策略对产品的销售有很大的帮助。此外，公司今年推出的新口味果汁茶、冻柠茶等产品表现积极，对即饮产品的收入增长也起到一定的推动作用。

**问题 2：公司兰芳园品牌的定位情况？**

答：兰芳园是公司定位在长期培育的高端品牌。兰芳园品牌有着丰富的品牌资源和历史沉淀，公司后期将会积极地激活这个品牌。以丝袜奶茶、鸳鸯奶茶及港式牛乳茶三个经典款为标杆，同时配合冻柠茶及与欧力（上海）饮料有限公司合作的燕麦奶茶等产品，提升兰芳园的收入及品牌活跃度。我们相信兰芳园品牌未来有很大的发展潜力。

**问题 3：公司经销商的稳定性及积极性如何？**

答：公司的经销商体系十分稳定。一方面，经销商在与公司合作的过程中，收益情况相对较好，且公司产品在旺季的动销节奏快，对于经销商信心的建立有帮助；另一方面，公司一直关切经销商的利益，坚持长期主义的理念，通过主动去库存及优化备货节奏，很好地维护了经销商的利益。相信未来随着疫情管控的持续优化，公司将会有更多的机会与经销商进行密切协作。

**问题 4：公司终端网点数有多少家？**

答：公司目前在册的终端网点数量大约 60 万家，其中，铺货的网点数量约 40 万家。由于公司的资源和精力相对有限，因此短期内不会简单追求门店数量的大幅增加，而是希望能对现有的门店进行深耕，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把势能建立起来，营造热销的氛围以带动其他渠道和门店的销售。

**问题 5：公司与欧力（上海）饮料有限公司的合作产品销售表现情况如何？**

答：公司与欧力（上海）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。目前，已推出了两款燕麦奶茶产品，消费者反馈比较积极。但从整体来看，目前双方

合作处于初期探测阶段，还需要时间做进一步的观察，公司与欧力（上海）对这项业务的未来发展前景都充满信心。

**问题 6：公司的冻柠茶产品与竞品的差异点在哪里？**

答：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更佳，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，进行了改进和优化，包括用蜂蜜替代蔗糖，解决了茶的涩味问题，同时采用低糖配方，既美味又健康。从目前的试销情况来看，这款产品市场反馈较好，有一定的发展潜力。

**问题 7：公司冲泡和即饮产品的渠道分布情况？**

答：由于冲泡和即饮产品所处的生命周期及业务自身特点不同，因此在渠道结构上也有一些差异。从城市级别来看，冲泡产品渠道集中于下线市场，其中三线以下城市占比较高，而即饮产品一、二线城市的销量占比较大；从渠道结构来看，冲泡产品以批零渠道、食杂店为主，即饮产品则以学校周边的原点渠道及城市便利店系统等为主。

**问题 8：冲泡的产能利用率水平如何？**

答：冲泡产品的市场需求，季节性波动大。在冲泡产品的销售旺季，产能方面有一定的压力，公司通过优化生产流程、储备人员等方式来确保第四季度旺季的生产供应，目前冲泡产品的产能利用率保持在高位。

**问题 9：公司的核心竞争力在哪里？**

答：1、公司重视开拓创新，求新求变，积极拥抱市场的变化，努力寻求发展合作机会；2、公司不盲目冒进，注重攻守兼顾。巩固发展冲泡业务的基本盘，同时积极拓展即饮等创新业务；3、公司持续优化经营管理策略，采取聚焦策略，使有限的资源和精力得到有效投放；4、公司坚持长期主义的理念，非常注重经销商利益的维护，为渠道端的长远发展夯实基础。

**问题 10：公司未来是否还有股权激励计划？**

答：公司会根据自身的发展阶段，结合对相关人才的激励需求，在各方面条件成熟时，公司会考虑推出新一轮的股权激励。

**问题 11：即饮市场竞争激烈，公司如何提升即饮产品的销量？**

答：即饮产品的赛道虽然竞争较为激烈，但市场空间也同样广阔。公司主要采取以下措施：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、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；3、适时、适量增加品牌宣传方面的投入，扩大品牌影响力。公司相信通过持续不断的努力，即饮业务未来可以进入全新的发展阶段。

**问题 12：公司第四季度的收入利润展望？**

答：结合当前外部环境的发展形势来看，目前还难以做出较准确的预测。核心因素大致有两点，一是奥密克戎的传播趋势，以及采取的应对策略；二是今年年初公司冲泡产品进行了提价，最终的传导效果还有待考察。公司会继续努力，争取取得更好的经营业绩。

**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](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

2022 年 12 月 1 日