

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2023-011

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2月

调研方式：现场及电话交流

调研机构名称（排名不分先后）：开源证券、中欧基金、浙商证券、敦和资管、富安达基金、信达澳亚基金、五地投资、鑫元基金、华商基金、华泰资管、弘毅远方基金、恒越基金、平安证券、诺安基金、工银瑞信基金、华夏基金、德邦证券、天风证券、大象资产、中山证券、翼融资产、雷根基金、光大保德信、毕盛投资、光大证券、北京鼎萨投资、广州金控、北京和聚投资、国华人寿、北京鸿道投资、国华兴益、北京润晖资产、北京衍航投资、北京源峰私募、国泰君安、北京泽铭投资、国新证券、北京遵道资产、海金投资、渤海人寿保险、瀚川投资、乾璐投资、财通证券、恒生前海基金、晨燕资产、恒泰证券、诚通基金、华宝基金、德邦基金、华富基金、东方基金、华银基金、惠理投资、东吴基金、嘉实基金、东吴证券、江苏真琢私募、福建泽源、交银理财、金元顺安基金、富国基金、锦绣中和资本、歌汝资产、九泰基金、观富（北京）、凯石基金、国联安基金、瓴仁资本、红土创新基金、民生加银基金、建信保险、南银理财、金百镭投资、灏浚投资、摩根士丹利华鑫基金、农银理财、磐稳投资、千合资本、星元投资、保银私募、呈瑞投资、淳阳私募基金、大箏资产、丹羿投资、东亚期货、海宸投资、赋格投资、怀澄私募基金、混沌

投资、泾溪投资、利幄私募基金、领久私募基金、名禹资产、朴信投资、勤辰私募基金、睿郡资产、瑞扬投资、山楂树私募基金、同犇投资、彤源投资、途灵资产、万纳资产、胤胜资产、涌贝资产、涌津投资、多鑫投资、煜德投资、前海珞珈方圆资产、兆天投资、君茂投资、准锦投资、领骥资本、上投摩根基金、裕晋投资、展博投资、施罗德投资、世纪证券、龙远投资、太平洋资产、泰信基金、天弘基金、远策投资、天治基金、望东资产、西部利得基金、新华养老保险、兴业证券、兴证全球基金、英大基金、迎水投资、盈峰资本、永赢基金、长安基金、长城基金、长城证券、招商证券、龙航资产、米仓资产、中国国际金融、中国人寿养老保险、中海基金、中信建投、中意资产、中邮理财、中再资产、朱雀基金、常倾资产、Dantai Capital Limited、LMR Partners、奥陆资本、Rays Capital、Checkmate Asset Management、UBS Asset Management、WT Asset Management Limited、华创证券、南方基金、鹏华基金、大成基金、农银汇理、宝盈基金、诺德基金、六禾致谦、昶元投资、朔盈资产、景林资产、蓝墨投资、华安基金、长江证券、鹏扬基金、民生证券、银河证券、璞远资产、神农投资、广发证券、益民基金、砥俊资产、国联证券、禾永投资、新华基金、大家资产、国联人寿、国泰基金、淳厚基金、浦银安盛、太平资产、拓聚投资、惠升基金、广发基金、明世伙伴基金、北京源闾进取投资、海通证券、易方达基金、季胜投资、西南证券、太平洋证券、申万宏源、首创证券、宁聚投资、中泰证券、中万资管、安信证券、华西证券、东方证券、博时基金、财通基金、诚盛投资、淡水泉、顶天投资、东海基金、非马投资、工银安盛资管、工银理财、瑰铄投资、国华兴益资管、国寿安保、国赞投资、平安养老、海宸资产、亥鼎云天、泓德基金、华泰保兴、华泰证券资管、汇添富、理成资产、宽潭投资、建信基金、健顺投资、交银施罗德、金犇投资、京管泰富基金、旌安投资、利幄基金、弥远投资、摩根华鑫、瑞信资产、睿扬投资、前海开源、青骊资产、清和泉、人保资产、悟空投资、西部利得、希瓦资产、溪牛投资、银华基金、英大资产、盈峰资产、源乘投资、中泰自营、睿亿资产、上海迎水投资、泰昉资产、天风资管、相聚资本、相生资产、循远资产、招商资管、肇万资产、华鑫证券、中信证券、中金公司、红骅投资、国君资管、兴合基金、雷钧资产

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 2022 年第四季度恢复情况？

答：2022 年第四季度，得益于渠道库存的良性健康，10-11 月，冲泡业务的备货情况良好；12 月，国内疫情管控措施放开的节奏超出预期，对市场消费环境和公司产品的销售造成了一定的影响。从目前来看，公司动销及出货情况已在逐步恢复过程中。

问题 2：冻柠茶和香飘飘牛乳茶相比于竞品的竞争优势？

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试销情况来看，这款产品有一定的潜力。

香飘飘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，属于公司精心打造的健康升级产品。目前，香飘飘牛乳茶的产品包装，还在进一步优化中，预计三月初上市。

问题 3：公司冰冻化规划？

答：冰冻化是推动即饮产品销售的重要基础性资源。2023 年，公司将会加大冰冻化的投入，提升终端网点覆盖的数量及质量。同时，公司将不断进行产品创新，扩充产品品类，使冰冻化产品的陈列更加丰富。

问题 4：公司礼品装销售占比？

答：从全年来看，公司冲泡类产品，礼品装的销量占比较大。一方面，中国礼品消费市场需求庞大，公司努力把握礼品装消费的市场机会；另一方面，公司也积极培育消费者的日常消费习惯，不断拓宽消费场景，从日常消费与礼品消费两个方面，推动公司产品的动销。

问题 5：如何看待冲泡产品的天花板？

答：公司认为，杯装冲泡奶茶的天花板远远未到。疫情之前，公司冲泡产品的营收以及净利润规模都保持着较高速度的增长，这说明冲泡产品拥有忠实的消费群体以及稳定的盈利能力。未来，公司一方面持续推进冲泡产品的健康化、年轻化升级，另一方面加大渠道下沉力度，相信随着策略的落地执行，公司的冲泡业务仍会迎来进一步的发展空间。

问题 6：公司组建独立即饮销售团队的原因？

答：公司从冲泡业务进入即饮业务，经过数年的探索后逐渐发现：1、即饮业务和冲泡业务的管理运行，具备明显的差异化，冲泡产品的旺季集中且销售周期较短，对于渠道的精细化管理要求相对较低，而即饮产品市场竞争激烈，对终端的精细化运营和维护要求也较高；2、在即饮和冲泡业务各自的销售旺季，现有销售团队存在精力不足的情况，容易出现顾此失彼的现象，导致丧失一定的市场机会。基于以上两方面原因，公司决定组建独立的即饮销售团队，期望能为即饮业务带来增量。

问题 7：公司新品研发路径？

答：新品研发由公司品牌创新中心主导，通过“门径”管理系统，采用产品经理制，自下而上驱动新品研发。从产品立项到口味测试、包装设计、定价等全流程，都让潜在消费者深度参与，使产品的调性更加契合当下年轻消费者的喜好。同时，公司技术研发部门会持续关注当下市场的流行趋势，从健康化等角度通过基础研究对产品进行创新。

问题 8：公司终端网点数量？

答：公司目前铺货网点数量约 40 万家。由于公司的资源和精力相对有限，所以在短期内暂时不会追求门店数量的大幅增加，而是希望对现有门店进行深耕。一方面根据冲泡和即饮业务的各自特点，筛选适配相应的经销商和终端渠道资源；另一方面，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，建立产品势能，营造热销氛围，以带动其他渠道和门店的销售。

问题 9：果汁茶口味策略？

答：公司会将果汁茶的两个经典口味：“桃桃红柚”、“泰式青柠”作为基础款，同时，在不同区域选取两款当地畅销的口味，与基础款一起形成“2+2”销售策略。另外，公司每年会研发推出 1-2 个新口味，通过新口味的推出，增加目标消费人群的粘性、提升复购率，同时对动销较慢的老口味进行汰换。

问题 10：公司即饮组织架构的搭建情况？

答：目前，即饮销售团队的负责人已经到位，正处在熟悉情况、走访市场、跟踪策略落地的阶段。即饮销售团队其余人员的招募也在进行过程中，预计到今年三季度左右，即饮独立团队的组建将会初具雏形。

问题 11：公司产品推广策略？

答：1、不断创新，提升产品卖力及消费者认可度；2、增加品牌方面的费用投入，提升品牌声量及知名度；3、加大经销商开拓力度，提升冰冻化网点数及质量管理要求，组建独立的即饮销售团队。

问题 12：公司费用投放规划？

答：作为一家消费品企业，在销售费用投放上，公司会保障必要的投入。总体上，公司会保持收入、费用、利润三者间的动态平衡；分业务来看，费用和资源的投放会向即饮业务适当倾斜，包括聚焦原点渠道、精准投放等，尽全力做好即饮板块。

问题 13：公司与欧力（上海）的合作进展？

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，共同开拓市场和销售机会。目前已推出了两款燕麦奶茶及一款燕麦拿铁产品，同时瓶装的燕麦奶茶产品也在紧锣密鼓的研发过程中。

问题 14：公司后续是否会推出股权激励计划？

答：根据公司当前的发展阶段，以及对相关人才的激励需求，在各方面条件成熟时，公司会考虑进行新一轮的股权激励。

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3月1日