

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2022-032

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8月

调研方式：电话及现场交流

调研机构名称（排名不分先后）：国信证券、晨曦投资、兴业基金、华西证券、雅策投资、南方基金、泰康资产、华美国际、敦和资管、泰达宏利、东方基金、银河基金、海通证券、上投摩根、中信保诚基金、农银基金、施罗德基金、融通基金、永赢基金、燕创资本、天风证券、诚熠投资、淡水泉投资、大家资产、德邦基金、东方证券、峰岚资产、富国基金、国联安基金、杭州润洲投资、华泰证券、中新融创、建信信托、呈瑞投资、纯达投资、大箐资产、環翰投资、老友投资、名禹资产、上汽集团、广汇缘资产、金友创智资产、太平洋资产、万和证券、云南国际信托、Checkmate Asset Management、国金证券、盈泉投资、期盈投资、乾璐资本、鹏华基金、利幄资产、北京凯读投资、汇华理财、中庚基金、弥远投资、国信资管、灏霁投资、德邦基金、中金公司、翼虎投资、标朴资产、博普资产

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：公司第二季度经营情况？

答：第二季度，冲泡产品进入销售淡季，而即饮产品处在市场启动阶段，公司销售重点区域-如华东，持续较长时间的疫情管控措施，导致公司整体业务的正常推进受到一定程度的影响，因此二季度整体销售承压。

问题 2：公司冲泡和即饮产品今年上半年经营情况如何？

答：2022年上半年，冲泡产品实现营业收入4.53亿，同比去年下降31.37%，即饮产品实现营业收入3.88亿，同比去年下降5.94%，其中果汁茶上半年实现销售收入3.58亿，同比增长0.2%。分季度来看，一季度冲泡实现营业收入3.29亿，同比去年下降36.81%，二季度冲泡营业收入为1.24亿，同比去年下降11.14%；即饮一季度营业收入为1.58亿，同比去年下降3.47%，二季度即饮实现2.29亿营业收入，同比去年下降7.58%。

问题 3：原材料价格上涨对公司上半年的影响？

答：公司采用原材料财年采购模式，大宗原物料采购策略及核心合同价格均按此模式提前进行规划。公司今年上半年的原材料价格按照2021财年签订的年度合同执行，这其中消化了一部分去年原材料价格上涨的影响。

关于应对外部因素导致的原材料价格上涨，一方面，公司会做好经营和产品销售；另一方面，会做好成本的管理。如果未来原材料价格能够保持稳定或下降，则会对公司产品盈利能力的提升带来一定的帮助。

问题 4：提价是否对公司第二季度的业绩有提振作用？

答：公司冲泡产品从今年二月份开始进行提价，截至五月底提价工作基本完成，而二月份开始，公司冲泡产品开始进入销售淡季。提价对公司业绩的影响，将会在下半年公司进入冲泡旺季时开始显现。

问题 5：公司是否考虑进行回购？

答：公司目前社会公众持股占比较小，需要满足上市监管机构关于公众持股量的最低要求。经过评估，公司认为回购空间受限，因此目前没有这方面的规划。

问题 6：Meco 果汁茶如何提升盈利能力？

答：1、Meco 果汁茶盈利能力的关键在于提升产品销量，形成一定的规模效益；2、公司会继续聚焦核心城市和原点渠道，通过提高铺市率以及冰冻化、生动化的陈列来提升产品动销；3、继续推动“样板城市”的推广工作，将武汉样板市场获得的成功经验在其他核心城市进行推广，提升公司果汁茶的销量；4、公司计划选取一些饮料消费机会比较大的城市，集中资源组建独立的即饮销售团队，推动即饮业务的发展，提升果汁茶的盈利能力。

问题 7：哪些新品预计能在下半年或明年起量？

答：当前，公司的几款新品所处的阶段不同，在销售表现上也有所差异。Meco 果汁茶的“红石榴白葡萄”、“荔枝百香”两款新口味，整体销售表现基本符合预期，兰芳园冻柠茶线上试销反馈情况良好，目前已在广州、武汉两个线下城市进行销售，但当前还处在初期阶段，需要时间来进一步验证。

问题 8：公司瓶装产品的定位？

答：瓶装是杯装形态的延伸，二者是相互支持、相互配合的关系，公司在未来的推广方面也会做好两者的兼顾，但最终还是会以产品为核心，包装形态的差异只是为了更好的满足消费者在不同消费场景下的需求。

问题 9：公司瓶装生产线情况？

答：瓶装饮料，是一个大赛道，公司高度重视瓶装市场，目前处于探测阶段。当下，公司的瓶装产品主要通过自产+OEM 代工的方式生产。今年上半年，公司在湖州生产基地完成了一条瓶装生产线的产能建设，可以为公司未来生产、管理瓶装饮品积累经验，同时，也能够为产品试销和生产提供保障。

问题 10：公司线上渠道如何部署？

答：线上渠道包括两个部分：1、公司自身的直营渠道，以天猫为主的货架式电商及抖音等兴趣电商。2、经销商的线上电商门店及线下渠道线上化。目前，公司在近场电商及经销商线上电商门店方面投入了比较多的精力和资源，产生了一定的效果，未来还需要时间进行进一步的验证。

问题 11：公司如何进行渠道库存管理？

答：公司一直以来非常重视渠道的管理，以渠道库存的良性健康为第一要务。对于渠道的管理，公司通过终端走访、库存盘点等方式收集渠道库存数据，并由专人进行分析反馈。同时，公司根据产品的动销特点，设置了严格规范的库存考核体系，每月对经销商的库存水平进行考核，从而保障渠道库存良性健康、货龄新鲜。

问题 12：公司海外市场的后续规划？

答：海外市场发展机会巨大，公司对此秉持着积极进取的态度。2019 年，公司开始开拓海外市场，但受疫情影响，业务收入有所回落，今年公司海外业务在进一步恢复中。目前，海外业务在公司总营收中占比较小，但未来的市场机会值得期待，公司将会继续稳扎稳打地推进海外业务的发展。

问题 13：公司终端渠道结构？

答：公司渠道主要分为四大类：一是原点渠道，包括大中专学校、零食店、便利店等；二是势能渠道，包括大卖场、标超以及规模较大的独立超市等；三是收割渠道，以中小型便利店为主；四是分销渠道，包括批发零售点等。冲泡产品销售以批零渠道、杂食店为主，即饮产品销售以原点渠道为主。

问题 14：公司品牌的营销打法？

答：公司坚持双轮驱动策略，分板块来看，冲泡产品，已经有了一定的时间积累，营销的关键在于提升消费者的品牌认可度。未来，公司将着力推进冲泡产品健康化、年轻化升级，不断激活和赋予品牌全新的元素，为品牌注入活力。

即饮产品，目前处在导入期，公司会加大新产品的探测力度，当出现有潜力的产品时，公司会加大资源投入，尽快建立产品势能。

问题 15: Meco 果汁茶不同口味的贡献情况?

答：在果汁茶口味上，公司坚持 3+2 策略，即“总体维持 3 个基本口味，加上 2 个新的口味进行汰换”。2022 上半年，果汁茶实现销售收入 3.58 亿元，其中桃桃红柚、泰式青柠两种口味合计销售收入占比在 50%以上，樱桃莓莓、红石榴白葡萄两种口味合计销售收入占比在 30%以上。

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 9 月 1 日