

证券代码：603711

证券简称：香飘飘

公告编号：2022-037

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10月

调研方式：电话交流

调研机构名称（排名不分先后）：天风证券、银华基金、中宏人寿、天治基金、东方证券、华夏基金、名禹资产、观富资产、国融基金、上海海宸投资、中信建投资管、颐和久富、中信证券、贝莱德基金、上海勤远投资、摩根士丹利华鑫基金、人保资产、国海资管

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：解读公司三季报的情况：

答：前三季度，公司实现营业收入 15.30 亿元，同比去年下降 22.48%；实现归母净利润-0.75 亿元。其中，冲泡产品实现营业收入 9.62 亿元，同比下降 31.85%；即饮产品实现营业收入 5.39 亿元，同比上升 1.63%。

第三季度，公司实现营业收入 6.71 亿元，实现净利润 5,418.68 万元，环比二季度明显改善。其中，即饮类产品营收增速较快，第三季度实现营收 1.52 亿元，同比增长 28.01%，其中果汁茶实现营收 1.26 亿元，同比增长 24.76%。

第三季度冲泡营业收入同比下降，主要是因为公司基于外部的疫情环境，坚持以动销为原则，主动推迟了冲泡产品的备货节奏。目前公司的渠道库存良性健康，接下来会围绕四季度冲泡产品的旺季销售做持续努力。

问题 2：第三季度即饮旺季，果汁茶及其他即饮新品的动销表现？

答：目前公司即饮产品中果汁茶占比较大。第三季度，即饮类产品实现销售收入 1.52 亿元，同比增长 28.01%，其中果汁茶实现销售收入 1.26 亿元，同比增长 24.76%，其他即饮产品目前的销售规模较小。

问题 3：公司即饮板块有哪些产品表现较为突出？

答：公司的果汁茶产品，今年在持续恢复的过程中，今年第三季度，公司充分利用即饮旺季的销售周期，进一步聚焦重点 95 城，加大投入做好冰冻化的陈列工作，同时由于前期公司库存较为良性健康，因此第三季度果汁茶的销售收入实现了较快增长。除了果汁茶以外，公司今年还推出了瓶装的冻柠茶产品，该产品的试销情况反馈积极，但由于目前仍处在试销阶段，未来还需要时间做进一步的观察。

问题 4：公司第三季度的冰冻化陈列情况？

答：冰冻化是今年公司重点推行的策略之一，也是推动即饮产品销售的重要资源。今年，公司增加了自有冰箱的投放，终端网点的冰冻化比例相比去年实现较大幅度增长；同时，公司在产品的推陈出新方面做了很多的努力，冰冻化产品的陈列更加丰富。

问题 5：公司兰芳园与欧力合作产品是基于怎样的想法和规划？

答：公司兰芳园与欧力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。目前部分合作产品刚刚上市，还处于初期探测阶段，需要时间来进一步的观察，合作双方对这项业务未来的发展前景均充满信心。

问题 6：公司冲泡产品渠道的备货情况？

答：公司十分重视渠道库存的良性健康，基于外部复杂的疫情环境，公司提升了铺货的谨慎程度，坚持以动销为原则，确保公司的出货节奏与终端消费者购买的动销节奏能够匹配，从而进一步保证产品的货龄及新鲜度。

问题 7：公司冲泡产品未来的增长潜力来源于哪里？

答：1、产品的与时俱进，持续推进年轻化、健康化升级。公司从去年下半年开始在产品健康化方面做了很多有益的尝试，推出了啵啵牛乳茶、臻乳茶等去植脂末产品，通过产品升级，满足消费者多样化的需求。2、渠道的精耕和下沉。公司的冲泡产品在居家消费的便捷性、性价比、质量稳定性等方面具有一定的优势，在县乡镇市场及礼品市场的消费需求比较稳固，因此在渠道精耕下沉方面会有一定的发展机会。3、随着冲泡产品不断地升级迭代及渠道深耕，也会给一二线市场带来一定的增量。相信通过以上三方面的共同驱动，未来冲泡板块还有很大的发展空间值得公司去努力。

问题 8：公司瓶装产品的销售情况？

答：公司今年推出了瓶装果汁茶、兰芳园瓶装冻柠茶、咸柠七及香飘飘黑乌龙乳茶等瓶装产品，目前还处在初期的探索阶段。其中，兰芳园瓶装冻柠茶产品，从线上的试销、复购及线下部分区域门店的销售情况来看，反馈的数据比较积极，是一款较有潜力的产品。未来，公司也会在瓶装产品方面做更多的创新和探测。

问题 9：公司冲泡和即饮的渠道结构？

答：由于冲泡和即饮产品所处的生命周期及业务特点不同，因此在渠道结构上也有些差异。从城市级别来看，冲泡以下线市场为主，三线以下城市占比较高，而即饮产品一二线市场的销量占比较大；从渠道结构来看，冲泡产品以批零渠道、食杂店为主，即饮以学校周边的原点渠道及便利系统等为主。

问题 10：目前在学校渠道的销售情况？校园渠道未来的拓展计划？

答：校园渠道是公司以果汁茶为代表的即饮产品销售的重要原点渠道，校园中的年轻群体也是公司的重要目标消费群体，因此公司始终围绕以学生为代

表的原点人群，做好产品的试销推广及渠道的布建工作，果汁茶今年三季度同比去年恢复良好。未来，围绕以校园为主要的原点渠道依旧是公司即饮业务发展的一项重点策略，公司会持续推进。

问题 11：公司明年在品牌营销、销售费用上的投放规划？

答：公司会继续坚持双轮驱动战略，冲泡方面，会沿着健康化升级的路线推出新的产品，并且赋予更多年轻化的因素。即饮板块，目前仍处于投入期，公司会继续对即饮市场进行探测和试销，适当加大投入，提升产品的收入规模。

销售费用投放上，作为消费品企业，公司会保障必要的费用投入。总体上会保持收入、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 12：公司的新品规划？

答：冲泡方面，公司会坚持“健康化、年轻化”的产品升级方向，通过产品创新和升级来满足消费升级大趋势下消费者的需求，公司今年推出了好料系芋圆奶茶、经典系茉莉味奶茶、芝芝牛乳茶、生椰牛乳茶等新品。

即饮方面，Meco 果汁茶每年会结合市场需求推出新的口味，通过口味的不断迭代与目标消费人群进行更好的互动；同时，公司与欧力也会积极合作、研发创新，推出更多的新品。

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 11 月 1 日