

香飘飘食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	国泰海通、同泰基金、博道基金、国联民生证券、上海名禹资产、正圆私募基金、源乘私募基金、方物私募基金、工银理财、Pleiad Investment Advisors Limited、中睿元同投资、海通国际、泰信基金、华泰证券、华夏基金
时间	2026年03月12日-13日
地点	浙江省杭州市新天地商务中心望座西楼13楼
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：邹勇坚 证券事务代表：李菁颖
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、今年春节阶段产品销售情况以及礼盒端销售情况？</p> <p>答：面对因春节时间点变化带来的旺季销售窗口期变动，结合外部消费市场环境变化，公司坚持“稳中求进”的经营基调，主动调整产品出货节奏，严格管控渠道库存规模，维持产品价盘稳定，确保产品货龄新鲜，切实保障消费者及经销商利益。第四季度，公司营收同比下降幅度相比前三季度实现较明显收窄。原叶现泡奶茶产品，在礼品市场上填补了对应价格带的空白，取得了不错的销售反馈。</p> <p>2、原叶现泡产品 2025 年整体表现怎么样以及品牌营销策略？</p> <p>答：原叶现泡系列产品包含轻乳茶和奶茶。</p> <p>对于轻乳茶产品，公司期望借助这款产品，将“健康化”“年轻化”的品牌形象传递给投资者，改变消费者对于香飘飘奶茶的固有印象，从消费者的反馈来看，在品牌形象刷新上起到了不错的效果。原叶现泡奶茶产品填补了礼品市场对应价格带的空白，在礼品市场旺季取得了不错的销售反馈。</p> <p>在品牌营销方面，2025年，公司采用了以用户运营为核心，以内容营销为载体，打造线上线下立体化、品销合一的营销闭环的营销策略。</p> <p>针对原叶现泡系列，公司结合消费者喜好及产品特征，签约代言人，并开展线下推广活动，取得了不错的效果反馈。</p>

后续，公司会结合业务情况，继续选用合适的品牌营销方式，来加强与消费者的沟通。

3、餐饮情境下杯装即饮产品的适配性？

答：餐饮渠道是目前公司重点关注的新渠道。公司 Meco 杯装果茶在杯装形态上与餐饮消费场景的高度适配；针对餐饮渠道特性，公司推出定制化杯装即饮产品，定价策略贴合渠道需求，渠道价值链具备较强竞争力；同时，果茶产品具备“解辣解腻”的天然属性，与重口味餐饮连锁场景高度契合，铺货优势明显。后续，公司将持续深化区域业态探索，进一步挖掘餐饮渠道的潜在市场机会。

4、公司“古方五红”产品定位？

答：“古方五红”暖乳茶，是公司打造的首款基于“药食同源”理念的养生功能性产品，由公司与浙江中医药大学合作开发。目前，该产品主要在线上平台进行试销，取得了不错的反馈。公司希望通过线上平台的传播，可以触达更多消费者；同时，公司也正逐步探索线下渠道。

5、新品古方五红系列的市场反馈及展望？

答：近年来，随着女性社会角色的多元化，女性身心健康备受社会大众关注。香飘飘在此次三八妇女节启动了“百万女性经期关爱计划”，以公益科普、线下经期关爱角“暖养小屋”建设、捐赠“古方五红暖乳茶”等一系列行动，聚焦女性经期不适“看不见、难开口、缺支持”的现实处境，突破关爱女性的常规活动模式，取得了不错的市场反馈，对推动中式养生日常化富有积极意义。古方五红产品目前仍处在市场测试及线上推广阶段，取得了一系列的积极反馈，公司认为产品具有较大的市场前景和消费潜力，公司未来会持续聚焦消费者的养生需求，探索更多产品创新。

6、即饮产品零食量贩渠道的合作情况？

答：公司非常关注零食量贩渠道的发展，积极拥抱新兴渠道。当前，公司直接合作的头部零食量贩系统的门店数量已经超过四万家。此外，还有一部分零食量贩门店通过经销商进行覆盖。为了更加贴合零食量贩渠道的产品特点，除了公司自有品牌的原有产品进入零食量贩渠道以外，公司还推出了零食量贩渠道定制化的产品。目前，公司已与万辰系、很忙系、有鸣系分别推出了合作定制款产品。

7、公司当前原材料价格的情况以及对未来成本端的展望？

答：公司的原材料采用“财年锁价”的模式，每个自然年的7月到下一个自然年的6月会对部分原材料进行锁价。今年上半年原材料

因还在锁价期限内，成本端压力较小。但受到当前国际地缘冲突与局部战争持续发酵的影响，全球大宗商品供给格局趋紧，公司会密切关注有关大宗原物料的价格走势，做好分析及研判。公司会发挥自己的规模以及现金流的优势，与上游供应商共同对原材料价格进行管控。公司会持续推进精益生产，对成本端进行优化。

8、公司海外业务的规划？未来泰国生产基地主要面向的市场？

答：当前，海外市场存在较大的发展机会，公司积极重视海外市场的开拓，将逐步推进对海外市场的探索。公司计划将泰国作为杯装饮料的生产基地和出口枢纽，目标市场覆盖柬老缅越及更广泛的东盟市场。产品将定位高端杯装果茶，以异国热带风味、真实果汁、低糖零脂肪及高端透明杯包装实现差异化，区别于瓶装竞品，满足当地年轻群体对高端健康饮品的需求。同时，公司将积极利用泰国优质热带水果，维持成本和供应的稳定，并打造“泰国原产”卖点。