

### 欢乐家食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-024

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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"/> 路演活动  <input type="checkbox"/> 现场参观  <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及人员</p>	<p>浙商证券2人</p>
<p>时间</p>	<p>2023年12月8日</p>
<p>地点</p>	<p>深圳市博今商务广场B座33层会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>副总经理、董事会秘书 范崇澜                  证券事务代表 孙嘉彤</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>主要内容如下：  <b>1. 介绍公司基本情况</b>                  公司设立于2001年，从事水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售。                  成立之初公司主要生产经营水果罐头（尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表），目前公司水果罐头产品已基本实现全品类覆盖。公司于2014年进入植物蛋白饮料市场，推出“欢乐家椰子汁”产品，迅速成为公司的支柱产品，公司以此为契机逐步推出果汁饮料、乳酸菌饮料等饮料产品，丰富了公司的产品线，增强了公司市场竞争力。公司已形成水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略。                  公司四家工厂分别位于山东省临沂市、湖北省汉川市、湖北省宜昌市和广东省湛江市（在建中），选址主要</p>

	<p>是为了接近水果原料产地及交通便利等因素。</p> <p>公司销售模式以经销为主，少量通过直营和代销方式进行销售，采取“扁平化”和“下沉式”的销售渠道管理模式，减少经销层级，销售区域已基本覆盖至县域市场甚至建制镇，销售区域已覆盖除香港、澳门和台湾外的全国31个省、市、自治区。</p> <p><b>2. 公司对于水果罐头类产品和椰子汁类产品的发展规划和产品定位？</b></p> <p>公司将坚持水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，面向消费者，推动产品研发和供应链建设，探索多元化渠道。一方面对于水果罐头产品研发思路主要是在便携、年轻化和休闲化的小包装罐头产品，增加罐头产品应用场景，针对年轻消费群体研发休闲化的产品是其发展趋势，另一方面公司将持续进行增网点、扩渠道的营销工作，持续开拓终端网点。</p> <p>策略上水果罐头是稳健型品种，椰子汁是增长型品种。</p> <p><b>3. 公司主要销售区域有哪些？</b></p> <p>华中、华东、西南地区为公司主要销售区域，2023年1-9月，上述三个区域完成销售收入8.39亿元，比上年同期增长19.63%，占公司营业收入的64.23%。</p> <p><b>4. 公司渠道多元化业务团队建设及拓展情况？</b></p> <p>公司在第三季度成立了深圳市众兴利华供应链有限公司新零售分公司，业务团队包括了品牌推广、市场、销售、研发等业务岗位，核心岗位人员比较稳定，并持续磨合多元化渠道供应链能力。</p> <p><b>5. 公司椰子水产品进展情况和线下、线上的推广计划？</b></p> <p>为更好地满足消费者对健康、天然的饮料产品需求，公司对椰子水产品进行了优化升级，增加公司在即饮市</p>
--	---

	<p>场的产品品类，更多的是面向年轻消费群体。</p> <p>目前公司升级的小包装椰子水产品主要在主要电商平台进行线上销售，同时会结合产品特点、品牌定位进行形象打造和推广。近期公司冠名了“北浪南行”活动、赞助舟山群岛马拉松等活动，与喜爱探险、热爱运动的群体产生紧密联系，有助于提高品牌认知度和产品在市场上的曝光度。</p> <p><b>6. 公司线上（电商）渠道发展规划？</b></p> <p>根据公司产品特点和产品属性，公司以线下经销模式为主要销售模式，但线上渠道有利于公司品牌推广和宣传，对公司的品牌发展发挥重要作用。</p> <p><b>7. 公司销售费用投入计划？</b></p> <p>公司会加大人员投入与经销商共同开拓网点，增加与经销商的紧密度。公司的费用投入会和公司战略规划、业务发展相匹配，整体相对稳健。</p> <p><b>8. 公司水果、椰子汁、椰子水主要原料来源和成本情况？</b></p> <p>公司水果原料采购于国内，市场采购价格相对透明，采购价格随行就市。椰子汁、椰子水主要原料生榨椰肉汁、椰子水主要来自越南、泰国等东南亚国家，当地椰子产业比较发达，市场供应量比较稳定。</p> <p><b>9. 公司股份回购情况和股权激励计划？</b></p> <p>公司回购股份事项已于2023年11月21日期限届满，回购期间公司以自有资金通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份5,000,000股，根据本次回购方案，实际回购股份数量总数的50%（即250万股）已于2023年12月1日完成注销，公司总股本由45,000万股减少至44,750万股。</p> <p>公司目前还没有推出股权激励计划。</p>
附件清单（如有）	无

日期	2023年12月8日
----	------------