

### 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：2023-025

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input 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 checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）</p>
<p>参与单位名称及人员</p>	<p>具体参与单位名称见附件</p>
<p>时间</p>	<p>2023年12月11日</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</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. 公司基本情况、2023年前三季度经营情况及第四季度主要工作计划？</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。          2023年1-9月，公司实现营业收入13.06亿元，同比增长22.92%，归属于上市公司股东的净利润1.76亿元，同比增长49.38%，公司整体产品毛利率为 37.65%，同比增长4.41个百分点。          2023年第三季度（7-9月），公司椰子汁饮料产品完成营业收入2.15亿元，比上年同期增长16.35%；黄桃罐头完成营业收入0.52亿元，比上年同期增长7.58%；橘子罐头完成营业收入0.36亿元，比上年同期增长15.34%。</p>

	<p>第四季度，公司继续围绕年度重点工作，借助年底节日销售旺季，做好相关产品堆箱陈列布建，渠道拓展，网点维护等工作，抢占春节市场。</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>公司将坚持以水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，持续提升公司核心产品欢乐家水果罐头和椰子汁的市场竞争力和产品知名度，公司将重点围绕核心产品椰子汁饮料打造“椰汁+”的“植物基”产品矩阵。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。同时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. 公司椰子水产品进展情况、品牌打造和线下、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。</p> <p>椰子水产品使用了公司子品牌“椰鲨”，侧重年轻、活力、运动的品牌形象，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>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>公司在零食连锁渠道也进行了业务接洽，以小包装的饮料、罐头产品为主，进行了新品储备。该类业务目前对公司收入贡献较为有限。</p> <p><b>5. 公司越南椰子加工项目进展情况？</b></p> <p>目前公司已在香港和越南设立了全资子公司，合资公司尚未设立完成。</p> <p><b>6. 公司水果原料成本情况？</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。</p> <p><b>7. 公司产品销售是否有季节性变化？</b></p> <p>由于水果罐头、植物蛋白饮料产品具有一定的礼品属性，在春节、中秋节等传统节日期间市场需求较大，对公司而言，节前到节日期间一般为公司产品的销售旺季，公司的经营业绩有比较明显的季节性波动。</p> <p><b>8. 公司经销商情况及主要销售区域？</b></p> <p>2023年上半年，按照产生实际业务往来的口径的经销商数量为1,804家，其中华中地区、西南地区和华东地区的经销商数量占比约65.35%，同时上述三区域地区也是公司主要销售区域，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>
附件清单（如有）	会议参与单位名称
日期	2023年12月11日

附件：

### 会议参与单位名称

序号	机构名称
1	华鑫证券
2	东方马拉松
3	瑞信致远
4	景泰资本
5	海南谦信
6	嘉实基金
7	东吴证券
8	同犇投资
9	金鹰基金
10	中信建投
11	西部利得
12	宝盈基金
13	武汉证国私募
14	中国人民养老保险