

证券代码：300997

证券简称：欢乐家

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：2024-005

投资者关系活动类别	<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）
参与单位名称及人员	具体参与单位名称见附件
时间	2024年4月1日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总裁、董事会秘书 范崇澜 证券事务代表 孙嘉彤
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>1. 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？</p> <p>公司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（尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表）和椰子汁的市场竞争力和产品知名度，在当前人们对健康更加注重的背景下，具有低热量、低脂肪、高膳食纤维等特点的植物蛋白饮料将受到更多关注，公司将重点围绕公司核心产品椰子汁饮料打造“椰汁+”的植物基产品矩阵。</p> <p>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，适应公司多元化渠道布局，增加罐头产品应用场景。</p> <p>策略上水果罐头是稳健型品种，椰子汁是增长型品</p>

种。

2. 2023年公司椰子汁和水果罐头产品的经营情况？

2023年公司椰子汁饮料产品完成营业收入10.00亿元，比上年同期增长24.37%，其占公司营业收入的52.02%，公司1.25L PET瓶装椰子汁产品和245ml蓝彩铁罐装椰子汁产品合计占公司椰子汁饮料营业收入的75.52%，合计比上年同期增长24.50%。水果罐头产品完成营业收入7.09亿元，比上年同期增长17.49%，其占公司营业收入的36.86%。橘子罐头完成营业收入1.96亿元，比上年同期增长6.65%，黄桃罐头完成营业收入2.97亿元，比上年同期增长50.12%。

3. 2024年公司的重点工作有哪些？

(1) 营销工作继续进行渠道精耕，保持终端网点开拓；(2) 拓展渠道多元化工作和品牌推广工作；(3) 贯彻椰汁+产品矩阵系列，积极布局椰鲨椰子水系列产品；(4) 产业链上游原料端延伸工作；(5) 在稳定质量、加强服务、优化成本等方面着手，加强供应链管理，提高供应链的高效响应。

4. 公司产品销售是否有季节性变化？

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。

5. 公司渠道利润如何？

公司以经销模式为主，公司采取“扁平化”和“下沉式”的销售渠道管理模式，减少经销层级，目前主要是县级或地级市的经销商，具有比较合理的毛利空间。

6. 公司椰子汁产品的特点？

公司于2014年进入植物蛋白饮品行业，椰子汁产品

	<p>上市后，依托原有的水果罐头销售渠道使得椰子汁产品迅速成为公司的支柱产品。公司主要单品之一是1.25L PET瓶装椰子汁，主要面向餐饮、宴席渠道，有一定渠道的差异化。公司的PET瓶装椰子汁产品使用法国西得乐无菌冷灌装设备，采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，用PET瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创。</p> <p>7. 公司网点建设情况？</p> <p>截止2023年末，公司有效终端网点约为70万个，2024年公司将继续通过增网点、扩渠道、铺陈列的方式，充分发挥经销商贴近终端市场的服务优势及市场资源，持续开拓终端网点，2024年末力争实现100万家网点。</p> <p>8. 公司在零食专营渠道的进展情况？</p> <p>2023年，为适应公司渠道多元化布局，公司拥抱探索多元化渠道的渗入，已经开始直接拓展休闲零食专营系统和其他渠道。在2024年公司将继续将其作为重点工作之一。具体进展情况请届时参见公司定期报告。</p> <p>9. 公司B端业务进展情况？</p> <p>2023年公司主要以平台搭建、渠道建设和产品研发测试为主。由品牌推广、市场、销售、研发等业务岗位组成，公司将根据业务实际情况，由公司直接与客户进行业务开拓或通过经销商与客户进行业务开拓和覆盖。</p> <p>10. 公司椰子水产品的推广计划？</p> <p>2023年，公司冠名“北浪南行”冲浪纪录片以及赞助舟山群岛马拉松、海南马拉松等赛事活动，与热爱运动、喜爱探险的群体产生紧密联系，提高了公司产品在市场</p>
--	--

上的曝光度和品牌认知度。

2024年公司将贯彻椰汁+产品矩阵系列，积极布局椰鲨椰子水系列产品。围绕“椰鲨”椰子水系列产品，加大品牌推广力度，通过线上线下多渠道的协同发展，进行产品市场布局。椰子水产品也可以较好的增加公司在即饮市场的产品品类。

11. 公司椰子汁、椰子水主要原料来源和成本情况？

公司椰子汁、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。

12. 公司椰子加工项目建设情况？

公司的椰子加工项目将由公司全资子公司越南欢乐家具体推进实施，负责在越南购买土地、厂房等事项。

13. 公司全资子公司固定资产投资情况？

为满足公司未来业务发展需要，公司全资子公司湖北欢乐家、湛江欢乐家和武汉欢乐家将进行固定资产投资项目，总投资金额不超过人民币10,500万元，用于购买生产相关设备以及部分生产车间及生产线的改建扩建。长期来看将有助于优化公司产品生产能力和产品多元化渠道的开拓。

14. 公司第一季度经营及库存情况？

2024年第一季度具体情况请届时参见公司定期报告。

15. 公司回购股份及股权激励计划？

公司分别于2024年2月6日和2024年2月7日披露了两份回购方案，其中：（1）2024年2月6日的回购方案所回购的股份将依法全部予以注销并减少注册资本，该事项已经公司2024年第一次临时股东大会审议通过，用于该回购的资金总额不低于人民币1亿元（含），不超过人民

	<p>币2亿元（含）；（2）2024年2月7日的回购方案是基于维护公司价值及股东权益进行的股份回购，用于该回购的资金总额不低于人民币1.5亿元（含），不超过人民币2.25亿元（含）。</p> <p>上述两份回购方案的回购资金总额独立计算，截至2024年3月31日，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16,773,430股，占公司目前总股本的3.7483%，均为用于维护公司价值及股东权益进行的股份回购，该回购方案已于2024年3月20日实施完毕。公司尚未实施用途为全部予以注销并减少注册资本的股份回购。</p> <p>公司目前还没有推出股权激励计划。</p>
附件清单（如有）	会议参与单位名称
日期	2024年4月1日

附件：

会议参与单位名称

序号	机构名称
1	信达证券
2	中邮基金
3	方正证券
4	永赢基金
5	西部证券
6	中庚基金