

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：2024-012

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"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	海通证券、东北证券、羊角基金共5人
时间	2024年5月20日、2024年5月22日
地点	深圳市博今商务广场B座33层会议室
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><b>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？</b></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. 2024年第一季度销售费用的增长原因？

公司2024年末力争要实现100万家网点，为此公司在终端网点的维护和开拓中需要有计划的进行前置性投入，为终端网点的维护和开拓打下基础，主要是增加一线销售人员的投入，但公司的销售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。

## 3. 2024年第一季度公司整体产品毛利率上升的原因？

2024年第一季度公司整体产品毛利率为38.70%，同比增长1.84个百分点。一方面是部分水果原料、大宗商品采购价格下降带来的成本下降，另一方面是产品结构的变化，2024年第一季度，公司饮料产品收入为3.11亿元，占营业收入的56.49%，比上年同期增长23.47%。

## 4. 公司椰子水产品的战略规划？

公司积极布局椰鲨椰子水系列产品，加大品牌推广力度，启用椰鲨品牌大使，通过线上线下多渠道协同发展，线下通过体育赛事推广等方式，线上通过兴趣电商进行传播，促进消费者的转化，提前布局夏季即饮市场。椰子水产品可以较好的增加公司在即饮市场的产品品类。同时公司也会根据实际情况，有计划的使用募投项目之营销网络建设项目进行冰柜的投放。

## 5. 公司主要销售区域及新网点开拓的区域规划？

2023年末公司经销商数量为2,157家，其中华中地区、西南地区和华东地区的经销商数量约占经销商总数的65%，同时上述三区域地区也是公司主要销售区域，2023年，上述三个区域完成销售收入12.68亿元，占公司营业收入的65.94%。公司会在华中、华东和西南等相对优势的地区持续精耕，不断下沉，同时在相对空白市场也会积极开拓新的网点。

	<p><b>6. 公司渠道利润如何？</b></p> <p>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，具有比较合理的毛利空间。</p> <p><b>7. 公司椰子汁、椰子水、水果等主要原料来源和成本情况？</b></p> <p>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。水果原料市场采购价格相对透明，采购价格随行就市。</p> <p><b>8. 公司在零食专营渠道的进展情况？</b></p> <p>公司积极拥抱零食专营连锁等新兴渠道并取得一定业务进展，目前主要以黄桃罐头和橘子罐头的水果罐头产品进入了部分头部零食专营连锁渠道，同时也将陆续推进饮料产品进入该渠道。该渠道尚处于开拓初期，对营业收入的贡献有限，但目前呈现逐月递增的态势。</p> <p><b>9. 公司B端业务的规划展望？</b></p> <p>公司从2023年开始逐步向原料端布局，可以提供多种加工的产品，B端客户对于原料端的需求较高，也更加个性化和多元化，对公司研发能力提出更高要求，也会促进公司供应链的提升，2023年公司在产品、研发、供应链等方面不断优化提升，越南的椰子加工项目也能帮助公司更好的应对市场需求。</p> <p><b>10. 公司产能利用率水平和全资子公司固定资产投资情况？</b></p> <p>公司产能与罐头、饮料产品旺季集中生产的特点相适应，一般在节日前进行集中生产备货，为了保证销售旺季的市场供应，以旺季的需求配置足够产能，产能利用率符合行业一般情况。</p>
--	--

	<p>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进行了固定资产投资项 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。具体内容可参见公司2023年9月22日披露于巨潮 资讯网（<a href="http://www.cninfo.com.cn">www.cninfo.com.cn</a>）的《关于全资子公司固定资 产投资的公告》（公告编号：2023-091）。</p> <p><b>11. 公司回购股份及股权激励计划？</b></p> <p>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 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），该回购方案已于2024年3月20日实施完毕。</p> <p>截至2024年4月30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 18,402,628股，其中用于维护公司价值及股东权益为 16,773,430股，用于注销并减少注册资本的为1,629,198 股，合计占公司目前总股本的4.1123%。</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	2024年5月22日