

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：2024-014

<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>2024年6月7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>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： 1. 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，既有利于打造品牌也有利于引入流量，促进消费者的转化。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。 2. 公司在零食专营渠道和B端业务的进展情况？ 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。</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，公司在产品、设备、研发、供应链等方面不断优化提升，未来，越南的椰子加工项目的原料供应也将有助于公司更好的应对市场需求。</p> <p>3. 公司冰柜的投放规划</p> <p>公司在业务开拓较优势的地区进行有计划的投放冰柜，并根据市场反馈情况及时进行调整。</p> <p>4. 公司渠道利润如何？</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>5. 公司椰子加工项目建设情况？</p> <p>公司的椰子加工项目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。在完成建设之前，目前公司已初步形成多渠道的原料供应体系，也在原料销售等业务中进行了初步业务接洽。</p> <p>6. 公司椰子汁、椰子水主要原料来源和成本情况？</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。</p> <p>7. 公司主要销售区域及新网点开拓的区域规划？</p> <p>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</p>
--	---

	<p>积极开拓新的网点。</p> <p>8. 2024年第一季度销售费用的增长原因？</p> <p>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。</p>
附件清单（如有）	会议参与单位名称
日期	2024年6月7日

附件：

会议参与单位名称

序号	机构名称
1	华鑫证券
2	同犇投资
3	青骊投资
4	富安达基金
5	上投摩根基金
6	华安基金
7	嘉实基金
8	众安财险
9	南京证券自营
10	华泰保险资产
11	长信基金
12	平安基金
13	平安资产