

证券代码：002557

证券简称：洽洽食品

洽洽食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-009

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姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2020年10月30日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书陈俊，证代姚伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>调研主要内容</p> <p>一、介绍三季度基本的经营情况。三季度销售费用率同比下滑的原因？</p> <p>总体来讲，第三季度销售收入在瓜子增速上面，跟二季度相比有所降低，但是坚果，特别是每日坚果比二季度上半年成长要快，主要是得益于节日的团购，包括我们两个新品的推广，益生菌每日坚果、坚果燕麦片。瓜子方面的增速，应该说相比二季度低了一点，但是总体来讲相对比较平稳，然后我们有望在四季度做一些营销推广方面，加强传播这方面的工作，希望把这个增速提起来。</p> <p>销售费用率降低主要是公司的促销广告费用跟同期比费率有所下降。今年由于疫情影响，一季度一些促销活动没做，二季度在推订单，三季度因为部分卖场客流方面有些减少，营销活动有些推迟或者是减少，所以造成营销费用率比去年同期减少。</p> <p>二、公司净利润也是创了十年来最高水平，这个水平是暂时的还是可持续的？公司对四季度的收入的预计如何？</p>

公司的费用率今年可能是暂时性的，单季度不具有代表性。长期来看，公司对品牌方面的投入，包括在电商方面的投入、消费者端的投入、终端的一些市场促销是比较重视的。公司希望品牌方面有一个健康的更高的毛利率，销售投入产出比比较高，不断提升我们的盈利水平。

四季度应该说是传统的旺季，但是今年春节是在2月11号，春节段的发货会集中在元月份，12月份的发货会受一点影响。今年12月份相对来说跟同期比，可能还是要略少一点，还是有些压力的，整体上公司对增长还是有些信心的。

三、三季度的毛利率其实是比较平稳的，坚果这块的业务，今年毛利率情况较去年是不是有所提升？后面坚果的原材料价格会不会出现上涨？

坚果的毛利率，今年1-9月份比去年同期高1-2个百分点左右，主要还是人工效率提升，原料价格有些略微下降。从现在看采购季进口的情况来看，因为全球疫情影响，供给还是比较充分的，需求端不太旺盛，所以整个价格可能会往下走一点，当然以实际为准，总体判断来看原料的价格会有些下降，所以对毛利率来说应该稳中有升。

四、今年三季度上市了两个新品，一个是每日坚果益生菌口味，另外一个每日坚果燕麦片，目前两个新品表现以及新品规划情况如何？

每日坚果两个新品是在7月份推出的，8、9月份处于试销阶段，线下益生菌试点在10个城市销售，燕麦片试点在5个城市。目前来看销售回转还是不错的。公司自身产能储备还有点紧张，后期也在加紧增加产能储备，因为两个新品销售时间较短，可能还需要一个季度或者半年的时间来看新品的表现。

新品推出，主要还是以电商培育为主，线下采取试销的方式。如新品类里面葵花子今年主推藤椒瓜子，目前来看，应该说这个产品的口味还是比较好，接受度还是比较好。公司会对坚果做一些风味化和系列化的开发，目前来说，这个体量还是比较小，首先把公司这几个品类的拳头产品做好做透，然后再做延伸和推广。

五、公司计划在今年下半年到明年上半年有分众营销费用的投放，这个项目在 Q3 的进展怎么样，是否有所放缓？

分众传媒活动公司去年就开始做了，效果也不错，今年按照原进度推进。公司投放的进度，包括城市、频率，都是可以跟分众一起协商，根据进度调整的。公司这部分投入是持续在做的，分月分季度分摊，根据播放的时间节点，计入公司费用。公司销售费用中减少的费用主要还是一些卖场的陈列、促销费用等引起消费者互动这方面的费用，品牌方面的投入没有减少。

六、目前坚果店中店情况能简单介绍一下吗？明年会加速吗？

店中店是公司重点推进的项目，目前只有一两百家门店，比较少。公司店中店聚焦在每个城市、较好的终端、标杆终端里面，主要是以品牌宣传为主，结合售卖，一般店中店收入会有 20%—30% 的增长。下半年特别在四季度公司会有几十家到一百家的新增，同时公司在有些批发市场也有一些关于小黄袋的专营店，效果还是不错的，公司目前各类形式都在尝试，但是速度多块，公司内部还需要评估一下，根据公司的市场规模、费用率的规划情况来看。

七、公司小黄袋的目标是否发生了变化？目前瓜子和坚果两个品类各自的净利润是什么水平？三季度海外的表现跟线上表现怎么样？

小黄袋因为受疫情的影响，上半年增长受到影响。三季度增速有恢复，四季度我们希望还有比较良好的表现，从营销、新品等层面加大推广力度。

目前瓜子品类比较成熟，净利润率高一点。坚果随着自动化水平提升，规模效应的显现，毛利率还会逐步提升。

海外市场经过近些年的市场梳理，产品的优化调整，呈现快速的增长态势。特别是在泰国工厂建完之后，海外增长进入了快速车道。

电商业务在组织，产品、业务链条全面进行优化升级，近些年增速总体也还不错。

八、在坚果行业，是否有可能形成未来某一家或两三家市占率较高的格局？如果能形成时什么样的诱因？怎么样能够打造出更有持续性的差异化？

坚果是一个大行业，有不同的品类，不同品类有不同产品，各家要找准自己的定位和优势，在自己的细分品类里做好。每个细分品类就能做得很大，优秀的公司会脱颖而出。这些归根结底和公司的人才、技术储备、资金有关系，包括投入决心、市场敏锐度、对消费者需求的把握，怎么把需求转化为产品，提升技术能力。这是建立长期竞争优势的关键因素。

九、公司 Q4 的毛利率和销售费用大概的水平，相比 Q3 是维持还是会有变化？

公司毛利率相对比较稳定，新采购季目前来看价格相对稳定。也不能排除特殊情况比如冰雹、下雨，这对品质和价格都有影响。销售费用率会加大，因为年底节庆比较多，加上电商双十一、双十二，我们会做一些品牌的传播，但是提升不会太大，保持稳定的费用率也是公司的一贯追求。

十、远期怎么看海外增速，是继续加速的过程还是维持在中速水平？

海外增速这两年比较高，东南亚、泰国发展比较快，这两年建厂也是迎合这样的趋势，海外还有一些像中东、俄罗斯、哈萨克斯坦比较有潜力的区域。另外之前的市场以华人为主，主流市场和主流的消费人群对我们瓜子认可度认知度还不是很，这都需要长期持续建立认知、品牌教育的过程。海外瓜子仁消费也比较多，这也是我们后续长期的关注点。海外的机会比较多，潜力比较大。

十一、未来两年坚果产能的释放情况，能不能展望一下？怎么加强和做深坚果供应链，以体现出规模效应？

现在坚果产品生产集中在合肥、长沙、东北还有重庆。规划来看，可转债项目也有储备建新的坚果工厂。供应链方面，上游端跟母公司合资的坚果派农业在布局农场，夏威夷果今年收成还不错，慢慢也进

入盛产期，碧根果也有这样的安排。公司在粗加工、贸易方面都有一些规划，希望在贸易以及粗加工方面也增加话语权，增加在坚果产业链端的地位和控制力。

十二、坚果工厂自动化率提升，现在到了什么水平？

目前全自动的设备基本上在试验中，还没有完全突破，总体来讲生产力已经到达了比较好的水平。

十三、有投资者反馈了解到坚果是缺货的，想跟您核实一下。

在高峰期时坚果确实有缺货，不光坚果，瓜子也会缺货，有些缺货是暂时的，因为新品益生菌和燕麦片的产能储备没有那么快。整体来说，12月份或者旺季的时候，产能利用率都是比较高，相对来说有些订单缺口没有满足。未来我们会扩大产能，公司的可转债项目也做了这样的规划。未来产能会逐年做，有条不紊地，不会一次性做。

十四、每日坚果益生菌、燕麦片产品是否有大规模的广告宣传？

公司在分众里面会有传播，每日坚果还是以小黄袋为主。部分区域广告里面会投入一些益生菌、每日坚果燕麦片的一些广告。

十五、三季度有很多的线上零售品牌的头部的品牌下滑的会比较厉害，公司为什么还能保持比较高的增长？

第一主要是公司基数比较小，第二公司也锁定了坚果、瓜子是线下主要的，在线上也在主推，同时线上也有一些新品。公司打造未来质造的小洽IP形象，同时做粉丝运营、直播、带货等，跟消费者的互动也比较多。这块我们认为也初步达到建立电商渠道的意义，除了我们说是线上渠道之外，也是公司的品牌传播、新品推广、消费者互动、粉丝运营的平台。

十六、我们现在线上的产品，基本上跟线下有明显的区别是吗？

公司线上有自己的专属的包装和系列产品，同时也有一部分线下的产品在线上卖，基本上都是按照线下的价格主推去做的，也希望给

	消费者更多的选择，但是在线下销售时，也照顾到经销商的价格体系，公司的直营电商、旗舰店、超市以及经销商开的店的价格和线上是同样的价格，公司有底价限制，一旦违规是有处罚措施的。
附件清单 (如有)	电话会议参与单位名称及人员姓名
日期	2020年10月30日

## 附件：

## 电话会议参与单位名称及人员姓名：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
安信证券	苏铖、徐哲琪、唐朝	方正证券	刘洁铭、李荣芳、王尧
嘉实基金	鲍强	兴业基金	张诗悦
中欧基金	魏晓康	中银国际证券	刘航
富国基金	郭舒洁、方辰左、彭陈晨、 武明戈、张啸伟	民生加银	徐文琪
朱雀投资	姚姗、李晴	银华基金	吴双
中信自营	张羽鹏	泰达宏利	陈丹琳
中国人寿养老保险	李虬	富邦人寿	江衍德
中国人民养老保险	姜春曦	光大保德信基金	王凯
浙商基金	贾腾	圆信永丰基金	胡春霞
长江资管	王晓明	国海证券	张燕
长城基金	余欢	天治基金	刘略天
源乐晟资产管理	戴佳娴	湘财基金	林健敏
圆信永丰	陈彦辛	国海富兰克林基金	张和睿
银河基金	余科苗	创金合信	皮劲松
循远资产	段怡帆	华宸未来-上海	宋宸聿
信诚人寿	万力	华泰柏瑞	牛勇
湘财基金	刘争争	银华基金	周书
西藏长金投资	公司座机	海富通基金	刘海啸
西藏源乘投资	曾尚	九泰	黄皓
西部利得	温震宇	银河基金	施文琪
悟空投资	杨蕊菁	上投摩根	张文理
同犇投资	王卫丰	景林资产	唐添
天弘基金	张婧	全球人寿	赖学纬
泰达宏利基金	史佳璐	中信资管	于质冰
太平基金	肖婵	盈泰投资	尹健宇
太保资管	白嘉怡	千合投资	陈静敏
盛融基金	周易	国泰君安	谢伟
上海彤源投资	杨霞	山西证券	姜禄彦
上海晟盟资产	黄思琴	JPM	胡芸芸
上海人寿	孙毓晨	私享基金	陈嘉琦
上海浦西分公司	苏皓琳	鹏扬基金	王亦沁
上海六禾投资	石嘉婧	溪牛资本	王真亿
上海混沌道然资产管理	徐泛函	中天国富	冯昕宜
睿远基金	孙瑶月	中信资管	郭羽
睿扬投资	安育廷	Pinpoint	Bryan Ng
人保资管	钱旖昕	长盛基金	何思璇
前海人寿	冯新月	国元自营	周雷
浦来德资产	申雅婷	光大保德信基金	陆苑
磐厚资本	张云	高信百诺	田晏丞
交银施罗德基金	张程	沅沛投资	李爽
华夏久盈	云昀	敦和资管	汤晨晨
华夏基金	林祎露	东证资管	王佳骏、蔡毓伟

华夏基金	章心玥	东方证券自营部	李珂文
华泰柏瑞基金	王欣然	东方基金	王芳玲
华融证券	易浩宇	东方阿尔法基金	孙振波
华菁资管	贾星瑞	砥俊资产	王俊元
泓德基金	郑名洋	淡水泉	贾婷婷
恒生前海基金	江俊晨	诚盛投资	公伟
海通国际自营部	刘水茵	北京磐沣投资	杨斌