

佳禾食品工业股份有限公司

投资者关系活动记录表

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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2024年半年度业绩说明会的全体投资者
时间	2024年09月10日 15:00-16:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 柳新荣先生 董事会秘书、财务总监（代） 柳新仁先生 独立董事 王德瑞先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 你好，公司对接下来的发展有什么规划？</p> <p>答：您好，公司未来仍将按技术与供应链为发展核心，做大B端业务，同时兼顾做强C端品牌的发展。</p> <p>2. 大股东持股占比高，公司流动性几乎枯竭，在解禁到期股价续创新低时候，大股东会不会减持？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好，公司暂未收到大股东减持计划。感谢您对公司的关注，谢谢！</p> <p>3. 公司有没有考虑将咖啡业务打造成第一增长曲线，逐步降低减少或者退出粉末油脂业务？</p> <p>答：您好，目前粉末油脂仍是公司的主要业务，但咖啡业务的发展</p>

将是公司的重点。粉末油脂具有高性价比的特点，且公司也掌握了
很多关键的技术，未来它的应用场景以及范围还是非常大的，故公
司会根据市场需求来调整产品的应用及销售市场。

4. 公司咖啡业务有没有线下门店？

答:您好，公司目前没有往线下门店发展方面考虑，我们现在的C端
的发展还主要是做标准化的包装产品在电商及线下各类渠道销售。

**5. 公司有没有考虑收购其他精品咖啡品牌，增加精品咖啡品类？有
没有计划开设线下门店？**

答:您好，公司如有重大事项会及时履行信息披露义务，目前公司
也没有开设线下门店的计划，感谢您的关注。

**6. 公司股价跌破发行价，公司在提振维稳股价方面有何措施？有没
有考虑回购股票用于注销？**

答:您好，公司会继续努力做好经营管理工作，股价受多种因素影
响，公司将持续聚焦主业，提升核心竞争力，以良好的经营业绩回
报全体股东，同时促进公司长期稳定发展。公司如有重大事项会及
时履行信息披露义务，感谢您的关注。

**7. 上半年公司做了一些组织架构上的调整，对公司未来的发展会有
哪些变化？**

答:感谢您的关注！23年底到24上半年公司做了战略咨询的系统性
培训，积极推进以事业部经营制为导向的组织变革，对整体架构做
了比较大的调整，形成了符合公司发展方向的新组织架构。公司更
加注重“做大B端、做强C端”，发挥现有业务和产业链优势，引领
行业发展，做大B端业务；C端一直有所尝试，正在逐渐建立相应的
品牌、产品、渠道。通过品牌和产品触达消费者，整合线上线下渠
道，打造品牌知名度。

8. 咖啡业务的变化？

答:您好，随着新设备全自动烘焙机7月30日投产，我们在咖啡产品
方面会有更多的发展空间。之前在烘焙豆业务我们受限于设备，后
续在烘焙豆方面我们会持续开拓客户，同时也会逐步建立经销体
系，通过经销商去布局中小客户。

9. 近年来多家知名茶饮品牌都打出了“0植脂末”的标签，公司是怎么解读的？在最新其他资金使用计划提到持续扩大粉末油脂产品生产年产十二万吨植脂乳化制品项目（二期），这个计划是否会放弃，若继续实施，出于什么考量？

答:您好，现在茶饮行业推陈出新的速度非常的快，客户需要有不同品类的产品来满足菜单需求，包括现在使用液态类的产品也是原料的一大补充。粉末油脂有其便捷化、性价比高等特点，还是非常适合价廉质优的饮料原料需求的，同时公司也在发展液体类产品做为原料类的大力补充，后期我们将视市场的需求、品类发展情况再确定产能投放的节奏。感谢您对公司的关注。

10. 公司计划做咖啡的转型吗，后续的重心可能由B端转向C端？请公司详细介绍一下？

答:感谢您的关注！咖啡主要业务还是在B端。B端：针对现有咖啡连锁、工业类客户，支撑后期咖啡业务的发展，产品主要是烘焙咖啡豆、咖啡粉、咖啡液等。C端：着重“金猫咖啡”自有品牌建设，现在布局比较多的是咖啡液、咖啡粉类产品。后期也不排除会推出咖啡副品牌，或者和C端其他品牌做联名。渠道方面我们注重线上&线下相结合的方式，线上更多是做咖啡品牌培育、线下会与便利店、商超等进行合作。

11. 公司未来有没有考虑将咖啡业务打造成第一增长曲线，逐步降低减少或者退出粉末油脂业务？公司股价跌破发行价，公司在提振维稳股价方面有何措施？有没有考虑回购股票用于注销？

答:尊敬的投资者您好，目前粉末油脂仍是公司的主要业务，但咖啡业务的发展将是公司的重点。粉末油脂具有高性价比的特点，且公司也掌握了很多关键的技术，未来它的应用场景以及范围还是非常大的，故公司会根据市场需求来调整产品的应用及销售市场。公司会继续努力做好经营管理工作，股价受多种因素影响，公司将持续聚焦主业，提升核心竞争力，以良好的经营业绩回报全体股东，同时促进公司长期稳定发展。公司如有重大事项会及时履行信息披露义务，感谢您对公司的关注。

12. 24上半年销售费用率增长比较多，主要是因为C端的费用投放？如何衡量费用投放效果？

答:感谢您的关注! 主要是因为C端产品开拓和对应人员团队的增长, 包括公司宣传费等, 导致销售费用增长。下半年投流我们会进一步优化, 通过优化团队、减少非必要支出等, 以达到效果不变、费用率增长降速。

13. 现有茶饮客户的拓展情况?

答:感谢您的关注! 粉末油脂: 基于公司当下情况, 计划稳住茶饮客户份额, 1) 对头部茶饮客户推进健康类、符合市场需求的产品, 例如液体类产品; 2) 下半年会布局经销商渠道, 通过重振品牌形象, 让中小客户对我们的产品建立更强的信心。出口: 通过 1) 扩大销售队伍, 2) 在后期建立经销代理制去触达海外的中小客户, 3) 进入中东、非洲等新市场。工业: 在现制茶饮比较疲软的情况下, 性价比更高的工业产品预计会有比较好的发展, 我们认为后续会有比较好的前景, 我们也会持续开发工业客户。

14. 针对今年下游现制茶饮行业整体情况, 公司有什么看法?

答:您好, 茶饮行业经历快速增长后, 整体市场正逐渐从增量转向存量, 今年很多餐饮品牌在打价格战, 整个行业在回归理性、价格回归, 并且存量博弈。在这个情况下, 我们觉得未来粉末油脂的下滑趋势会放缓, 粉末油脂的性价比和物流成本更有优势。

15. 上半年公司烘焙豆、速溶、咖啡液分别的增速? 未来增长的重点的侧重点?

答:感谢您的关注! 上半年在咖啡大类里面, 焙炒咖啡豆、冷萃液增速较快, 速溶粉基本保持一致。

16. 请问公司24年上半年推出了哪些创新产品?

答:感谢您的关注! 创新食品是公司产品多元化的重要补充, 以满足客户一站式采购的需求。24年上半年, 公司洞察到客户的差异化需求, 积极推新, 包括卡丽玛原味酸奶、卡丽玛牛乳茶等创新产品。

17. 牛乳茶现在的表现?

答:感谢您的关注! 牛乳茶现在面向市场的时间还比较短, 还没有大规模铺开, 公司上半年在门店进行了牛乳茶的广宣品陈列, 初步了解到牛乳茶现在的销售情况比较乐观, 客户的反馈也比较好。

18. 未来公司对股东回报的规划?

答:感谢您的关注! 公司一直非常注重股东权益, 年度分红在按照法规的要求执行, 今年年初我们也采取了回购的动作, 仍在持续推进中。

19. 今年咖啡、粉末油脂原料价格有不同程度的上涨, 当前主要原料的采购情况, 全年原料成本展望?

答:感谢您的关注! 粉末油脂的原材料主要有油脂、淀粉和乳粉, 其中淀粉和乳粉价格较稳定。目前9月份油脂价格同比去年9月涨幅超过40%, 后期会相应价格有价格上涨的调价机制。咖啡豆价格上涨幅度60%, 高于油脂。采购机制方面, 咖啡豆按单采购, 因为不同客户对咖啡豆的品种、产区有不同需求。签订合同时保证咖啡能保持良好发展的毛利率, 由于现在价格处于高位, 保证一个季度内的合同量来维持生产的正常运行, 新客户签单时会启动调价机制, 以保证后期采购。油脂类产品价格会传导到客户端, 毛利率变化不会大。目前油脂行情处于高位, 公司没有签订太远期的油脂合同。

20. 今年初调整的定增项目, 5月发布延长相关授权有效期公告, 目前的推进情况?

答:感谢您的关注! 该定增项目经股东会授权董事会开展, 经董事会审议通过, 公司将本次发行的股东大会决议有效期及股东大会授权有效期自原有效期届满之日起延长12个月。目前项目正常推进中。

21. 关于发展经销渠道, 未来有没有具体的打法?

答:感谢您的关注! 我们将继续深耕经销体系。考虑到茶饮连锁化率较高, 经销商市场可能会出现一些变化, 我们将不断开拓新的经销商, 并将重点放在拓展到其他应用场景, 而不仅仅局限于茶饮客户, 比如餐饮客户等。经销商整体贡献的现金流和毛利率通常较高, 这也是我们发展经销渠道的重要动力。

22. 可否请公司具体详细介绍下海外的发展战略, 例如目标区域等?

答:感谢您的关注! 我们在海外的发展战略主要以新加坡为基地展开, 新加坡不仅是我们的基地, 也是我们海外市场拓展的重要起点。目前, 我们主要的出口区域集中在东南亚地区, 特别是在咖啡市场上, 我们的粉末油脂产品是主要出口到这些地区的。未来, 我

	<p>们将更加重视非洲市场，因为非洲许多国家的经济发展速度非常迅速，对于咖啡和奶茶等饮品的需求也在持续增加。此外，中东和俄罗斯也是我们关注的重点市场，我们计划通过内陆方式拓展到这些地区。总的来说，我们的海外发展战略将侧重于亚洲、非洲和欧洲地区，以确保我们的产品能够覆盖到全球范围内不断增长的需求。</p> <p>23. 请问公司下半年销售费用投放规划？</p> <p>答:您好，公司下半年的销售费用还是会继续投放在扩编C端人员和品牌渠道拓展上，另外也要结合公司营收的情况，整体把控费用的投放节奏。</p> <p>注：相关活动如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2024年09月10日</p>