

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：2024-009

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	新华基金、开源证券共3人
时间	2024年4月30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><b>1. 2024年第一季度公司整体经营情况</b></p> <p>2024年第一季度，公司实现营业收入5.51亿元，比上年同期增长6.61%，归属于上市公司股东的净利润为8,208.63万元，比上年同期下降3.74%，主要是由于公司在传统渠道加大了人员对终端市场的开拓和维护力度，使得销售费用同比有所增加，但环比略有下降。公司整体产品毛利率为38.70%，同比增长1.84个百分点。</p> <p>2024年第一季度，公司椰子汁饮料产品完成营业收入2.67亿元，比上年同期增长25.96%；去年同期因受2022年末至2023年初黄桃罐头关注热潮的影响水果罐头产品收入出现了大幅增长，2024年第一季度受去年同期高基数影响，水果罐头产品完成营业收入2.08亿元，同比下降16.8%，其中黄桃罐头完成营业收入0.89亿元，比上年同</p>

期下降31.91%；橘子罐头完成营业收入0.62亿元，比上年同期增长5.29%。

## **2. 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. 公司在零食专营渠道的进展情况？**

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。

## **5. 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，线下通过赞助体育活动等方式，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。

椰子水的市场品类众多，对于椰子供应链的要求比较高，公司椰子水产品由100%椰子水制成，原料源自全球椰子黄金产地，三地三椰黄金配比调和，采用UHT瞬时杀

	<p>菌及世界领先的SIDEL无菌冷灌装工艺，具有一定产品特点。</p> <p><b>6. 公司对于水果罐头类产品的发展规划？</b></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><b>7. 公司椰子汁产品主要面向的渠道？</b></p> <p>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%。其中，在椰子汁饮料营业收入中，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%。其中1.25L PET瓶装椰子汁主要面向餐饮和宴席渠道，245ml蓝彩铁罐装椰子汁主要面向礼品兼顾即饮渠道。</p> <p><b>8. 公司椰子加工项目建设情况？</b></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><b>9. 公司椰子汁、椰子水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。</p> <p><b>10. 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>11. 公司主要销售区域及新网点开拓的区域规划？</b></p> <p>2023年末公司经销商数量为2,157家，其中华中地</p>
--	--

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。

## 12. 公司产能利用率水平和全资子公司固定资产投资情况？

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。

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，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（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）的《关于全资子公司固定资产投资的公告》（公告编号：2023-091）。

## 13. 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

	<p>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15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18,061,228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1,287,798股，合计占公司目前总股本的4.0360%。</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4月30日