

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：2024-019

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	财通证券、国投证券、信达澳亚、大华信安共4人
时间	2024年11月5日
地点	深圳市博今商务广场会议室
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>1. 2024年前三季度公司整体经营情况介绍</p> <p>2024年前三季度公司实现营业收入13.40亿元，同比增长2.61%，归属于上市公司股东的净利润为0.84亿元，同比下降52.34%，公司毛利率为34.22%，同比下降3.43个百分点。主要原因是：（1）公司产品结构变化以及开拓了零食专营连锁渠道，同时在原料销售等业务中亦有一定进展，上述渠道及业务的毛利率相对较低，收入增幅大于利润增幅，导致整体利润变动与收入变动不同步；（2）应网点渠道维护建设和产品推广销售需要，增加了理货员等一线工作人员和新零售团队人员，以及加大了业务宣传及线上平台推广力度，从而使得销售费用比上年同期有所增加。</p> <p>2. 水果罐头产品未来的发展趋势？</p>

	<p>公司对水果罐头产品研发思路主要是在便携、休闲化和配料多元化的小包装罐头产品，推出了如以浓缩梨汁为基底的果汁水果罐头，以满足不同消费者需求。</p> <p>3. 公司主要销售渠道及网点建设情况？</p> <p>公司销售模式以经销为主，也通过直营、代销或零食专营连锁等新兴渠道进行销售。2024年1-9月，公司经销模式销售收入占营业收入的81.31%，占绝对主导地位。</p> <p>公司针对终端网点进行有效梳理和维护，提质增效，提高有效网点的质量和有效产出。</p> <p>4. 公司主要原料成本情况？</p> <p>水果原料市场价格透明，采购价格随行就市。受市场对椰子类产品的需求有所增加，同时公司对于椰子类原材料品质要求提升，上半年公司椰子汁、椰子水主要原料生榨椰肉汁、椰子水的原料单价有所上涨。公司生榨椰肉汁、椰子水主要来自越南等东南亚国家，公司也将根据业务需要储备更多原料供应地及供应来源。</p> <p>5. 公司在零食专营渠道的业务进展情况及毛利率情况？</p> <p>2024年1-9月，公司在零食专营连锁渠道实现营业收入7,464.94万元，除黄桃罐头、橘子罐头等水果罐头外，公司已陆续推进了部分饮料产品进入该渠道，饮料产品在该渠道的营业收入占比环比已有一定幅度提升。未来希望采用多种陈列方式在该渠道进行产品销售。公司也会结合实际情况提供定制化产品。</p> <p>零食专营连锁渠道整体毛利率相对较低，但符合该渠道的行业特点和实际情况。开拓零食专营连锁渠道对于公司产品能力、供应链能力和品牌影响力有积极帮助。</p> <p>6. 公司椰子加工项目进展情况？</p> <p>公司的椰子加工项目由全资子公司越南欢乐家具体推进实施，目前已开展了原料贸易业务，也在同步寻找合</p>
--	---

	<p>适的厂房土地，如有新的进展将及时履行信息披露义务。</p> <p>7. 公司椰子水产品B端业务进展情况？</p> <p>椰子水产品处于充分竞争的行业，公司椰子水产品尚处于培育期。目前公司B端客户主要通过经销商与客户进行业务开拓和覆盖，椰子水产品和B端业务目前对公司营业收入贡献有限。多元化的原料供应体系，有助于公司在B端业务和原料销售等业务的开拓。</p> <p>8. 公司产能利用率水平？</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>9. 深圳欢乐家投资公司的投资情况？</p> <p>公司2022年上半年以自有资金1亿元出资设立了深圳市欢乐家投资有限公司，已于2022年4月28日完成注册登记。目前主要以与专业投资机构合作，参与认购基金份额的方式进行对外投资，整体投资金额较小。具体内容可参见公司相关对外投资公告。</p> <p>10. 公司产品销售是否有季节性变化以及第四季度展望？</p> <p>由于水果罐头、植物蛋白饮料产品具有一定的礼品属性，在传统节日期间的市场需求较大，对公司而言，节前到节日期间一般为公司产品的销售旺季。</p> <p>第四季度，公司将借助年底节日销售旺季，做好相关产品堆箱陈列布建，渠道拓展，网点维护等工作，积极抢占春节市场，利用餐饮、宴席等渠道的消费者培育和品牌认知，促进第四季度礼品市场的转化和销售工作，销售费用投入会和公司战略规划、业务需求相匹配。</p>
附件清单（如有）	无

日期	2024年11月5日
----	------------