

### 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：2025-003

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	方正证券、南方基金、创金合信基金共3人
时间	2025年4月2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><b>1. 2024年公司整体经营情况？</b></p> <p>2024年公司营业收入为18.55亿元，同比下降3.53%，归属于上市公司股东的净利润为1.47亿元，同比下降47.06%。</p> <p>2024年公司椰子汁饮料产品完成营业收入9.64亿元，其占公司营业收入的51.95%。其中，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70.09%。公司水果罐头产品完成营业收入6.27亿元，水果罐头中前两大单品分别为橘子罐头和黄桃罐头，其中，橘子罐头完成营业收入1.79亿元；黄桃罐头完成营业收入2.80亿元。</p> <p><b>2. 公司椰子水产品的发展规划？</b></p> <p>椰子水作为含有天然电解质的饮品，受到消费者的</p>

	<p>喜爱。公司椰子水产品坚持高品质生产，近期也进行了椰子水产品品牌换新，但仍作为公司培育型的产品，对公司营业收入贡献有限。未来公司也会围绕椰子水产品研发新的产品品类，拓宽产品价格带，满足不同消费者的需求。</p> <p><b>3. 水果罐头产品未来的发展趋势？</b></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等不同配料的水果罐头，以满足不同消费者需求。同时，在包装形式上，除传统玻璃瓶包装外，还增加了果杯等更加多样的产品包装。</p> <p><b>4. 公司水果原料成本及采购情况？</b></p> <p>水果原料价格透明，采购价格随行就市。2024年由于黄桃产季丰收，采购单价同比下降超过30%，橘子产季的产量低于上年产季同期水平，因此橘子原材料的采购单价有一定幅度上升，但从采购单价的绝对金额来看，采购单价整体处于合理价格区间；受供需关系等因素影响，椰子类原材料的采购单价亦有一定幅度上升。</p> <p><b>5. 公司在零食专营渠道的进展情况？</b></p> <p>为顺应不同销售渠道和消费者需求的变化，公司进一步深化渠道多元化的战略布局，积极拥抱零食专营连锁等新兴渠道。2024年公司主要产品黄桃罐头、橘子罐头以及椰子汁饮料陆续进入部分头部零食专营连锁渠道，该渠道实现营业收入1.15亿元。2025年公司将继续拥抱该渠道，开拓中腰部零食专营系统。同时增加产品研发，推出更具个性化、附加值更高的产品。</p> <p><b>6. 公司主要的销售区域？</b></p> <p>截至2024年末，公司经销商数量为2,236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65.07%，同时上述三区域地区也是公司主要销售</p>
--	---

	<p>区域，2024年上述三个区域的营业收入合计12.25亿元，占公司营业收入的66.05%。</p> <p><b>7. 公司2025年销售策略和费用投入计划？</b></p> <p>2025年公司营销工作继续进行渠道精耕，根据不同市场情况制定不同的销售策略，结合公司战略及销售规划更有针对性地进行投入，在费用投放和费用结构上也会进行一定的优化和调整。</p> <p><b>8. 公司本次变更高级管理人员的原因？</b></p> <p>本次李兴先生因工作安排原因辞去了公司总裁职务，但仍担任公司董事长、董事会战略委员会委员（召集人），并继续发挥其专业优势和管理经验，为公司战略及业务发展贡献力量。公司副董事长、原副总裁李子豪先生应公司内部管理分工需要，担任公司总裁职务。</p> <p><b>其他情况说明：</b>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了交流、沟通，严格按照有关规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按照深交所有关规定要求来访人员签署调研《承诺书》</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年4月2日