

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：2025-007

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员	具体参与单位名称见附件
时间	2025年4月18日
地点	湛江市欢乐家大厦会议室
上市公司接待人员姓名	副董事长兼总裁 李子豪 董事兼副总裁 程松 副总裁 杨榕华 副总裁兼财务总监 翁苏闽 副总裁兼董事会秘书 范崇澜
投资者关系活动主要内容介绍	主要内容如下： 1. 公司对于水果罐头类产品、椰子汁类产品和椰子水产品的发展规划和产品定位？ 公司坚持以水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，以椰子汁和水果罐头产品为核心基础，围绕口感、健康、功能等方面，根据消费者的饮食习惯进行产品的开发和储备。 椰子水作为含有天然电解质的饮品，受到消费者的喜爱。椰子水产品可以较好的增加公司在即饮市场的产品品类。公司椰子水产品坚持高品质生产，近期也进行了椰子水品牌换新，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。 2. 公司在零食专营渠道的进展情况？ 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。 3. 水果罐头产品未来的发展趋势？ 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，推出了减糖版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。 4. 公司2025年销售策略和费用投入计划？ 2024年度，应网点渠道维护建设和产品推广销售需要，公司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，因此2024年销售费用同比上涨5,530.78万元。 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。 面对市场挑战，公司将以“主动求变”的姿态，聚焦水果罐头+椰基饮料赛道，持续创新，寻求新动能。加强品类创新，打造差异化产品矩阵，因地制宜拟定区域政策，提高产品在消费者面前的曝光度，促进产品销售。对
--	--

	于体现产品质价比的渠道，公司也会进行接触和开拓。 公司将根据营销业务情况和市场变化不断进行试点和优化，适时、适度的进行营销业务组织架构调整。 5. 公司主要的销售区域？ 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%。 6. 公司变更高级管理人员的原因？ 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。 7. 公司募集资金投资项目之信息系统升级建设项目情况 公司募集资金投资项目之信息系统升级建设项目主要用于数据中心场所建设、软硬件购置、项目开发支出及项目实施费用投入，通过本项目的建设，公司将建成以总部为管理中心，覆盖各地分公司及生产基地的完整的信息化体系，并实现业务、财务、人力资源、物流供应链等子系统的相互对接，实现公司信息系统的全面统一管理，提升公司的经营管理效率。 其他情况说明：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》。
附件清单（如有）	会议参与单位名称

日期	2025年4月18日
----	------------

附件：

会议参与单位名称

序号	单位名称	姓名
1	中邮证券	蔡雪昱
2	方正证券	谌保罗
3	信达证券	王雪骄
4	天风证券	何宇航
5	东吴证券	于思淼
6	上海和谐汇一资产管理有限公司	刘天雨