

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：2025-010

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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</p>
<p>参与单位名称及人员</p>	<p>国投瑞银基金、天风证券共2人</p>
<p>时间</p>	<p>2025年5月12日</p>
<p>地点</p>	<p>深圳市福田区博今商务广场会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>副总裁、董事会秘书 范崇澜 证券事务代表 孙嘉彤</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>主要内容如下：</p> <p>1. 公司在零食专营渠道的进展情况？</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年第一季度，公司在该渠道实现营业收入4,644.62万元，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>2. 公司近期聘任和调整高级管理人员的情况？</p> <p>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</p>

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。

公司董事会近期也聘任吕建亮先生为公司副总裁，全面负责公司的营销业务，吕建亮先生曾在多家快消品公司任职，具有丰富的实操和团队管理经验，他的加入将为公司营销体系精细化管理、渠道结构升级及品牌策略等方面带来新的推动力，但整体团队磨合仍需一定时间。

3. 公司水果罐头和椰子水产品的发展规划？

公司坚持高品质的罐头产品，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，同时随着公司多元化渠道的开拓，希望在该渠道巩固公司水果罐头产品优势，近期也推出了减糖版等不同配料的水果罐头产品，以满足不同消费者的需求。同时，在包装形式上，除传统玻璃瓶包装外，增加了果杯等多样化的产品包装。

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，也进行了椰子水品牌换新，目前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。

4. 公司在罐头行业做到领先地位的主要原因？

(1) 公司依靠罐头产品起家，布局较早，自2001年设立以来，依靠地区资源优势，一直从事生产销售罐头产品；(2) 水果罐头行业大多依托水果原料产地，形成不同地域的水果罐头特色，公司有全国性布局，在山东省临沂市、湖北省汉川市、湖北省宜昌市和广东省湛江市都设有工厂，综合了不同水果的季节特点，形成了南果北果的

综合型全品类的水果罐头企业；（3）水果罐头行业在水果原料产季时具有资金密集型的特点，公司凭借长期稳健的发展在资金方面有一定优势。

5. 公司2025年的重点工作？

2025年公司将重点围绕以下方面展开工作：（1）营销工作继续进行渠道精耕，保持终端网点开拓，对已有网点进行优化提升，重点加大餐饮渠道的开发力度，扩宽产品的消费场景，做好产品堆箱陈列布建，提高产品在消费者面前的曝光度；（2）拓展渠道多元化工作和品牌推广工作，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，同时进一步深化渠道多元化的战略布局，积极拥抱如零食专营连锁等新兴渠道，开拓中腰部零食专营系统，注重品牌的年轻化，增强品牌活力；（3）继续贯彻水果罐头和椰子汁双驱动的发展战略，有序推进椰子水系列产品；（4）继续有序推进公司越南椰子加工项目的具体实施工作，以加强公司核心产品的原料自身供应及在供应链方面的竞争力，同时开展生榨椰肉汁等原料的业务拓展工作，逐步形成原料的供应和销售体系；（5）加强供应链管理，提高供应链的高效响应能力。

6. 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%。

7. 公司水果及椰子原料成本及采购情况？

公司水果原料主要采自山东、湖北等地，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，

	<p>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。</p> <p>公司生榨椰肉汁、椰子水主要来自越南等东南亚国家，受供需关系等因素影响，2024年椰子类原材料的采购单价有一定幅度上升。</p> <p>8. 公司2025年销售策略和费用投入计划？</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>9. 公司股权激励计划？</p> <p>公司目前还没有推出股权激励计划。</p> <p>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》</p>
附件清单（如有）	无
日期	2025年5月12日