

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：2024-010

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	银华基金、信达证券共4人
时间	2024年5月9日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总裁 程松 副总裁、董事会秘书 范崇澜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>1. 公司对于水果罐头类产品和椰子汁类产品的发展规划和产品定位？</p> <p>公司坚持以水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，持续提升公司核心产品欢乐家水果罐头（尤以橘子罐头和黄桃罐头为代表）和椰子汁的市场竞争力和产品知名度，在当前人们对健康更加注重的背景下，具有低热量、低脂肪、高膳食纤维等特点的植物蛋白饮料将受到更多关注，公司将重点围绕公司核心产品椰子汁饮料打造“椰汁+”的植物基产品矩阵。</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>策略上水果罐头是稳健型品种，椰子汁是增长型品</p>

种。

2. 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%。

3. 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。

4. 公司B端业务的规划展望？

公司从2023年开始逐步向原料端布局，可以提供多种加工的产品，B端客户对于原料端的需求较高，也更加个性化和多元化，对公司研发能力提出更高要求，也会促进公司供应链的提升，2023年公司在产品、研发、供应链等方面不断优化提升，越南的椰子加工项目也能帮助公司更好的应对市场需求。

5. 2024年第一季度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。

6. 公司主要销售区域？

2023年末公司经销商数量为2,157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

	<p>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%。</p> <p>7. 公司椰子水产品的战略规划？</p> <p>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，线下通过体育赛事推广等方式，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。</p> <p>8. 公司网点建设情况？</p> <p>截止2023年末，公司有效终端网点约为70万个，2024年公司将继续通过增网点、扩渠道、铺陈列的方式，充分发挥经销商贴近终端市场的服务优势及市场资源，持续开拓终端网点，2024年末力争实现100万家网点。</p> <p>9. 公司椰子汁、椰子水主要原料来源和成本情况？</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>10. 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>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月10日