

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：2023-015

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 王泽华、孙思茹；华鑫证券 孙山山；天弘基金 雷茜茜；信达澳亚基金 张剑滔；宝盈基金 张若伦；混沌投资 李婧鑫；招商基金 虞秀兰
时间	2023年8月28日、2023年8月30日
地点	深圳市博今商务广场B座33层会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理 程松 副总经理、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	主要内容如下： 1. 公司基本情况及主要产品特点？ 公司设立于2001年，从事水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售。 水果罐头是公司比较稳定的业务，制作工艺相对成熟，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，综合了不同水果的季节特点，成为生产南果北果综合型全品类的水果罐头企业。 公司于2014年进入植物蛋白饮品行业，推出“欢乐家生榨系列”产品，其中椰子汁上市后，依托原有的水果罐头销售渠道使得椰子汁产品迅速成为公司的支柱产品。

公司主要单品之一是1.25L PET瓶装椰子汁，主要面向餐饮、宴席渠道，有一定渠道的差异化。公司的PET瓶装椰子汁产品使用法国西得乐无菌冷灌装设备，采用双线法的方式将果肉与椰子汁分开处理，定制化的瞬时高温处理工艺在确保品质安全的前提下最大化的保留了内容物的新鲜度及营养价值，成功实现了在中性植物蛋白饮料中添加果粒成分的工艺创新，用PET瓶无菌冷灌装线生产带果肉的中性植物蛋白饮料，属国内首创。

2. 公司椰子汁和水果罐头产品经营情况？

2023年上半年公司椰子汁饮料产品完成营业收入4.06亿元，比上年同期增长23.89%，其占公司营业收入的44.47%。其中，在椰子汁饮料营业收入中，1.25L PET瓶装椰子汁产品营业收入比上年同期增长20.74%，其在椰子汁饮料营业收入占比为55.04%，245ml蓝彩铁罐装椰子汁产品营业收入比上年同期增长44.18%，其在椰子汁饮料营业收入占比为14.68%。

公司水果罐头产品完成营业收入3.99亿元，比上年同期增长41.51%，其占公司营业收入的43.76%。橘子罐头完成营业收入1.05亿元，比上年同期增长17.67%，其在水果罐头的营业收入占比为26.29%，黄桃罐头完成营业收入1.76亿元，比上年同期增长101.71%，其在水果罐头的营业收入占比为44.07%。

3. 公司罐头产品发展空间？

2022年年末的黄桃罐头关注热潮给水果罐头行业带来了难得的销售和宣传机遇，公司凭借在供应链、产品布局、市场终端等方面的长足积累，迅速抓住市场机会，承接市场流量，满足消费者的需求，有利于消费者留下品牌形象，同时结合中国罐头工业协会的《中国罐头行业品牌打造三年专项行动计划（2021-2023）》，对整个罐头产

	<p>品市场的发展和消费者的培育起到了重要作用。</p> <p>本次“桃风”除了利于罐头行业产品销售之外，重点在于让更多消费者接触和了解了桃罐头及其他水果罐头，并通过各传播渠道科普了水果罐头无需添加防腐剂即可实现长期贮存又能最大限度保持水果的营养成分。</p> <p>“桃风”之后，行业内各企业与罐头工业协会共同继续深入进行行业宣传，更好的挖掘行业潜力，以持续留住消费者。</p> <p>4. 公司未来对于水果罐头类产品和椰子汁类产品的发展规划？</p> <p>公司将坚持水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，面向消费者，推动产品研发和供应链建设，探索多元化渠道。一方面对于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，增加罐头产品应用场景，针对年轻消费群体研发休闲化的产品是其发展趋势，另一方面公司将持续进行增网点、扩渠道的营销工作，持续开拓终端网点。随着现制咖啡茶饮市场的兴起，对于椰子类调配和水果应用方面有了更多创新空间。</p> <p>5. 公司产品销售是否有季节性变化？</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，在春节、中秋节等传统节日期间市场需求较大，对公司而言，节前到节日期间一般为公司产品的销售旺季，公司的经营业绩有比较明显的季节性波动。</p> <p>6. 公司椰子水产品进展情况？</p> <p>目前公司对椰子水产品包装、配方等方面进行升级，同时考虑通过新兴渠道进行推广。</p> <p>7. 公司有使用代糖类的产品吗？</p> <p>公司有部分产品使用了赤藓糖醇或赤藓糖醇+白砂糖的配方，但大部分产品使用的是白砂糖。</p>
--	--

8. 2023年上半年毛利率上涨的原因？是否还有提价计划？

一是公司于去年7月和10月分别对黄桃罐头和橘子罐头产品进行了提价，整体提价幅度为8%-12%；二是大宗商品在上半年的价格有所回落；三是今年上半年产品销量有所增加，因此使得毛利率上涨。

目前没有提价计划。

9. 公司在越南建设椰子加工项目的原因、进展情况及主要生产的产品？

公司椰子汁饮料产品的主要原料生榨椰肉汁目前主要采购自越南，对其需求规模也在增加。本次投资有利于公司向产品原料端的延伸，有助于公司完善产业链上游布局，搭建公司自身的产品原料供应体系，提高公司原料供应的稳定性和安全性，同时也有利于促进公司在椰子汁及相关产品多元化、渠道市场多元化的开拓力度，分享未来市场上对于生榨椰肉汁原料及椰子相关加工品的需求增长而带来的经营成果。

本次公司在越南建设的椰子加工项目总投资不超过1,835.61万美元，目前该项目已获得发改委、商务厅相关部门批准手续，公司在香港设立了全资子公司，该全资子公司已在越南设立了全资子公司。但椰子加工项目后续尚涉及土地、设备、厂房等方面工作，还需要一定的建设周期。项目建成后将主要生产椰子类相关产品，包括椰子水、生榨椰肉汁以及椰蓉等。

10. 水果原料和生榨椰肉汁成本展望？

公司水果罐头主要原料黄桃、橘子等水果产品市场采购价格相对透明，橘子的产季为11月至次年1月，目前采购价格情况暂无法判断。

公司椰子汁主要原料生榨椰肉汁主要来自东南亚国

	<p>家，当地椰子产业比较发达，市场供应量比较稳定，受供需关系的影响，采购价格会呈现一定的波动，但目前整体波动幅度有限。</p> <p>11. 公司经销商情况和销售费用投入计划？</p> <p>2023年上半年，按照产生实际业务往来的口径的经销商数量为1,804家，其中华中地区、西南地区和华东地区的经销商数量占比约65.35%。</p> <p>公司会加大人员投入与经销商共同开拓网点，增加与经销商的紧密度。公司的费用投入会和公司战略规划、业务发展相匹配。</p> <p>12. 公司股份回购情况？</p> <p>截至2023年7月31日，公司以自有资金通过股份回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份4,757,500股，占公司目前总股本的1.0572%，最高成交价为13.00元/股，最低成交价为11.61元/股，成交总金额为59,738,262.04元（不含交易佣金等交易费用）。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年8月30日