

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：2023-017

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员	西部证券 黄欣培、李雯；循远资产 王倩；北信瑞丰基金 石础；聚鸣投资 孟昕圆；中金公司 方云朋、陈文博；华安基金 袁少洲；海富通基金 陈涛；信达澳亚基金 张兆函；万和证券自营 范慧华
时间	2023年9月11日至2023年9月13日
地点	深圳市博今商务广场B座33层会议室/电话会议
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%。1.25L PET瓶装椰子汁主要面向餐饮和宴席渠道，245ml蓝彩铁罐装椰子汁主要面向礼品兼顾即饮渠道。

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%。

2. 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？

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。

3. 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，该全子

	<p>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。</p> <p>4. 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、规格等方面进行升级，同时考虑通过新兴渠道进行推广。</p> <p>5. 公司渠道多元化进展情况？</p> <p>公司已基本完成面向渠道多元化的团队搭建及业务架构构建，由品牌推广、市场、销售、研发等业务岗位组成，今年主要以平台搭建、渠道建设和产品研发测试为主。公司将根据业务实际情况，由公司直接与客户进行业务开拓或通过经销商与客户进行业务开拓和覆盖，目前业务拓展情况正常。</p> <p>6. 2023年上半年毛利率上涨的原因？</p> <p>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。</p> <p>7. 水果原料和生榨椰肉汁成本展望？</p> <p>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。</p> <p>公司椰子汁主要原料生榨椰肉汁主要来自东南亚国家，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>8. 公司经销商层级、结算方式和销售费用投入计划？</p> <p>公司采取“扁平化”和“下沉式”的销售渠道管理模式。</p>
--	---

	<p>式，减少经销层级，具有合理的毛利空间，目前主要是县级或地级市的经销商，同时公司保持对经销商的支持和服务，共同进行网点维护，同时加强公司信息化管理水平，增强对渠道的掌控力。</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>公司的产品通过买断方式直接销售给经销商，再由经销商销售给分销商或零售终端，最后由零售终端销售给消费者。结算方式以先款后货为主，给予少部分经销商一定的循环信用额度或临时信用额度。</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>9. 公司冰柜的投放规划</p> <p>公司目前对投放冰柜相对谨慎，在公司业务开拓较优势的地区进行有计划的投放，并根据市场反馈情况及时进行调整。</p> <p>10. 近期公司认购的基金主要投向是什么</p> <p>公司近期认购了南京无届深麓股权投资合伙企业（有限合伙）基金产品份额，该基金主要投资于消费品牌和消费连锁等消费领域具备成长潜力的公司。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年9月13日