

证券代码：002557

证券简称：洽洽食品

洽洽食品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-006

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	现场参会股东、股东代表及嘉宾，现场参与机构单位名称及人员姓名见附件。
时间	2024年5月17日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理陈先保先生；副董事长、副总经理陈奇女士；董事陈冬梅女士；独立董事汪大联先生、王熹徽先生；董事、副总经理、董事会秘书陈俊先生；副总经理徐涛先生、杨煜坤先生；财务总监胡晓燕女士；监事会主席宋玉环女士；监事徐俊女士、张婷婷女士。
	<p>主要内容：</p> <p>一、2023年，公司的业绩出现下滑，对于公司来说未来如何将坚果品类做大做强？公司聚焦瓜子和坚果，未来5到10年，公司是否会成为一个多元化多品类的公司？公司未来是否会通过回购注销计划来进行市值管理，不断提升公司ROE水平？</p> <p>回答：2023年受春节跨期因素影响，是一个小年，而过年的年节销售量占公司日常销售总量的比例较大，所以影响蛮大。第二，2023年上半年葵花籽原料采购价格增长幅度较大，使公司营业利润受到不利影响。目前，坚果行业竞争比较激烈，国外的坚果休闲食品企业也没有做得很大的，但是原料市场有一些原料供应商规模较大。从全球人均坚果消费量上来看，中国人均坚果消费量还有较大的提升空间。坚果行业是一个绿色健康的行业，目前还需要通过宣传让消费者坚果品类富含营养的认知水平逐渐提升，同时随着居民人均收入的增加，相信在中国吃坚果的人会越来越多。未来坚果行业的集中度会提高的，未来是</p>

投资者关系活动主要内容介绍

打规模战、品牌战、品质战。

对于未来是否会多元化多品类，公司近期在规划未来 3-5 年的战略，公司也在寻找第三增长曲线，2025 年可能会适时启动，但这一定是有市场规模，至少是自身营业额中长期能达到 20 亿到 50 亿的一个品类。目前公司正在思考、准备和孵化中。

感谢您对公司资本运作的建议，未来公司在市值维护如回购、分红等方面会一如既往地考虑股东利益。

二、公司组织方面有什么样的变化？公司线上新渠道发展的规划如何？

回答：关于组织变革，线下销售组织公司将突出以省为单位的战区作为基本组织，进行业务规划、资源聚焦、提升和突破，以使组织更加扁平化。同时公司优化了顶层架构，新设了几个管理委员会，用集体商议、集中决策的方式优化决策和统筹资源。对于线上新渠道，公司今年会加大开放合作，跟外界更多达人合作拥抱新兴赛道，包括抖音、视频号等，同时积极引进人才。

三、公司在下沉市场和新渠道，如何应对白牌的竞争？

回答：目前市场竞争激烈，但对于头部品牌而言是机会，因为消费者对品牌认知还是很高的。零食量贩店早期发展可能需要白牌，随着规模的扩大，这些渠道更需要一些头部品牌提升品质。目前公司已经和各头部量贩零食店都开展了合作，2023 年零食量贩渠道营业收入含税近 2 亿元，今年会有更多增长。

下沉市场对公司来说是业绩增量蓝海，公司近几年的增长都是来自一二三线城市，业绩体量占比也主要来自这些城市。通过这两年的摸索，公司找出了一套打法，今年公司会大力发展下沉市场。公司在今年启动“千县万镇”工程，旨在进一步完善下沉市场布局，匹配专业经销商和渠道，推进下沉市场的深入开发。

四、如何考量每日坚果的单品生命周期？坚果产品在日常销售方面是否有新的战略变化？

回答：公司红袋香瓜子 20 多年还依然在增长，坚果在中国刚刚起步，消费者对坚果富含营养的认知仍有待提升，公司每日坚果品类目前线上、线下综合做到了第一，未来公司仍会聚焦每日坚果品类做到像瓜子品类一样遥遥领先。

公司未来会发展壳坚果、坚果礼盒、风味坚果，在对消费者的宣传方面，公司会和营养师、高校等合作进行宣传。

五、公司对于消费分级和渠道多样化的变化情况如何应对？

	<p>回答：关于年轻消费者，公司也会做一些洞察研究。目前一方面有消费分级，一方面也存在下沉市场的升级。当前渠道呈现分散化，流量呈现碎片化，场景呈现多元化，公司的终极目标是希望能够全场景全渠道的去做，只要能卖瓜子和坚果等休闲食品的地方都要有洽洽。公司积极开展渠道精耕、进行经销商分级，积极拓展新渠道包括餐饮渠道、小酒馆等。公司会在不同场景配置不同产品组合，未来会通过细分场景差异化的产品来服务消费者。</p> <p>六、公司海外的发展规划如何？</p> <p>回答：公司在东南亚市场表现不错，已经进入泰国当地主流渠道，公司在韩国也有突破。同时，印尼、中东也是潜力较大的市场，未来公司会进一步深耕东南亚市场，印尼市场重点突破，在成熟区域进行本土化布局。海外发展策略是一国一策，先易后难，同时加快海外人才引进。</p> <p>七、公司未来是否可以通过供应链优化，降低成本让利消费者？</p> <p>回答：在成本管控方面，公司主要的成本来自原料和包辅材。去年由于葵花籽原料采购价格上升导致成本提升。公司去年尝试了与农户进行深度合作以及和种子公司合作推广优势品种，同时也和新疆皮山县政府开展合作，希望通过这些举措提升公司上游供应链管控能力，以降低成本并让利消费者。坚果成本方面，公司与巴旦木、开心果、夏威夷果等头部农场都有合作，中间链条短，采购价格总体较稳定。在制造端，公司有十来个工厂，公司会利用自动化、数字化驱动带来制造效率的提升。</p> <p>八、渠道精耕方面，公司数字化系统接入终端数和终端销售情况如何？</p> <p>回答：目前公司渠道数字化平台掌控终端网点数量有 30 多万家，通过数字化系统分析出渠道的金店银店以及了解哪些产品适合什么样的终端。公司会利用数字化系统进行渠道精耕，总结出好的打法，不断提升单店效益。</p> <p>九、公司如何看待坚果激烈的市场竞争以及友商的价格战？</p> <p>回复：公司的生存逻辑是做品类之王，只要瓜子和坚果这两个品类在，公司就要争做第一，这是公司发展的基础。坚果行业的市场很大，目前竞争很激烈。我相信，穿越周期的一定是那些不变的东西，长期的东西，那就是品质和品牌。有一种力量叫相信相信的力量，公司就是要聚焦做，持续做，相信从长远来看，市场和消费者一定会给公司很好的回报。</p>
附件清单 (如有)	现场参与机构单位名称及人员姓名
日期	2024 年 5 月 17 日

附件：

现场参与机构单位名称及人员姓名：

序号	机构名称	姓名	序号	机构名称	姓名
1	安信餐饮	王玲瑶	22	辉普投资	任磊
2	财通证券	李茵琦	23	景顺长城	肖峰
3	德邦证券	韦香怡	24	民生餐饮	张玲玉
4	东北证券	周建伟	25	摩根士丹利	夏奕聪
5	东海证券	陈涛、刘迟到	26	瑞银国际	刘思莹
6	东吴证券	罗嶝影	27	申万宏源	吕昌、熊智超
7	东兴证券	王洁婷、孟斯硕	28	天风证券	胡世炜
8	方正富邦	庄英杰	29	西南餐饮	夏霁
9	方正证券	毛学东	30	信达食品	程丽丽
10	工银瑞信基金	齐欢	31	长江证券	董思远、万牧原
11	光大证券	董博文	32	中金公司	沈旸
12	国金证券	陈宇君	33	中泰证券	晏诗雨
13	国金资管	陈珠	34	中信建投证券	余璇
14	国联证券	杨逸文、刘景瑜	35	中信证券	汤学章、姜淑曼、郝晴
15	华创餐饮	范子盼	36	中银证券	周源
16	华金证券	王颖	37	朱雀投资	赵耀
17	华泰证券	龚源月	38	国泰君安	李梓语
18	华泰资产	董懿夫	39	Dodge & Cox	张瑜
19	华西证券	卢周伟	40	国信餐饮	杨苑
20	华夏久盈	张宇	41	国海证券	黄诗汶、秦一方
21	华源证券	杜见平			