

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：2021-009

|             |  |
|-------------|--|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）  |
| 参与单位名称及人员姓名 | 国金证券李茵琦；广发基金陈樱子、陈哲、王琪；华夏基金马华生；兴证全球基金吴悠；交银施罗德王丽婧；富国基金余驰、彭陈晨；嘉实基金鲍强、华莎；摩根士丹利华鑫基金苏香；鹏华基金孟博；华宝基金吴心怡；国联安基金林涿；新华基金张雷。  |
| 时间          | 2021年9月24日   |
| 地点          | 公司会议室  |
| 上市公司接待人员姓名  | 董事会秘书、副总经理陈俊；证券事务代表杜君。   |
|             | <p>主要内容：</p> <p><b>一、公司上半年开始的组织变革目前的情况如何？</b></p> <p>回答：公司组织变革从今年5月份开始，主要有两大变化：销售铁军分为国葵销售铁军和坚果销售铁军等；事业部改成了品类中心，有国葵品类中心、坚果品类中心、休闲品类中心等，公司将事业部权力下放至每个品类BU，品类BU负责人对产品线全渠道、全损益负责。架构调整后，加强了各部门之间的协同，品类BU与销售BU可以自由、充分合作，区域促销方案、品牌传播、定价的决策速度等会大大提升，能更加灵活、快速地响应渠道变化，提升效率。</p> <p><b>二、目前坚果礼盒的销售情况如何？</b></p> <p>回答：公司的坚果礼盒分成两部分，节庆时坚果以罐装、不同风味单罐组合的礼盒等为主；日常有每日坚果礼盒等，包括30日装、15日装+2罐坚果乳的产品组合等。今年公司新增加了每日坚果益生菌和燕麦片的礼盒，产品矩阵更加丰富。整体坚果礼盒销售上较上年同期有增长。</p> <p><b>三、每日坚果益生菌和燕麦片这类的产品的目前销量情况？</b></p> |

**投资者关系活动主要内容介绍**

回答：每日坚果益生菌和燕麦片是去年七月份发布上市的，今年上半年每个单品每月销量约 1000 万，希望今年均能突破一亿，挑战两亿。公司会对这两个产品进行进一步的推广，不断进行产品的升级和创新。

**四、坚果原料的采购模式如何？和国外农场的合作关系如何？**

回答：公司坚果除了核桃是国内采购，其他都是从国外采购。一般采购的周期是 3-4 个月一次，价格是随行就市。公司目前主要和产品品质较好、规模较大的海外农场和供应商建立稳固的战略合作关系，会根据市场情况进行一些原料储备。

**五、目前电商的运作情况如何？利润情况是否有改善，价格战的情况如何？**

回答：公司未来要扩大电商的市场份额，同时也要提升电商平台产品质量；对内公司会培养专业的人才，对外会加大合作，引进合作伙伴，包括咨询、运营等方面。公司线上产品现在回归主航道，线上同时推广线下主力的产品，同时会加强品牌的传播、消费者的活动运营和互动等。目前线上的利润略有所改善，但仍需要一个长期的过程，价格竞争的情况也有所减缓。

**六、对于一些新的电商渠道，公司有何投放计划？**

回答：公司在抖音直播等新渠道都有参与，但是由于该类平台费用较高，同时选品定价比较低，公司仍以品牌宣传和新品推广活动为主。公司会将一些新产品投放到适合的新渠道里，经典的产品仍以在公司旗舰店进行销售为主。

**七、公司目前终端信息化的情况如何？目前接入系统的主要是哪些性质的终端？**

回答：公司终端信息化从去年 11 月份开始，成立了渠道精耕项目，主要目的是为了应对线下渠道的分化，同时对经销商的数据进行收集，使终端信息更透明。该系统于今年 5 月份上线，在全部的 40 万个终端中，有 5-10 万家已经进入系统。该系统可以反映出业务员线下拜访的轨迹，包括商品动销、促销情况以及门店的维护沟通等情况。目前该系统在持续优化中，以期提升单店的产出。目前接入的系统中便利店、新增的母婴店、烟酒店、水果店等稍多，大卖场超市相对会少一点。

**八、公司的城市合伙人如何理解？**

回答：公司的城市合伙人主要和经销商签订合同，公司与经销商共同进行管理，公司会给城市合伙人一些补助等。城市合伙人主要进行终端门店的拜访，包括产品陈列、发货、对门店的维护沟通等工作。

**九、下半年渠道费用的投放政策会有什么变化？**

回答：下半年公司会增加分众的投放，如在中秋、国庆、元旦等旺季期间，但费用率总体希望保持稳定。葵花籽的品牌投入也会略有增加，包括与消费者互动营

|                             |   |
|-----------------------------|---|
|                             | <p>销等，也会加强对葵花籽的营养价值的传播以及瓜子文化的传播等。</p> <p><b>十、现在海运价格居高不下，对于成本是否有影响。</b></p> <p>回答：海运价格较高对公司有影响。由于疫情海外需求受到限制，原料价格下降，抵消了一定的运费上涨的压力，另外公司产品出口运费的增加是由公司和客户共同承担，总体来看公司海运费用的上升对成本影响不大。</p> <p><b>十一、目前对于全年的目标是否有调整？葵花子和坚果未来的增长率主要依靠哪些方面来提升？</b></p> <p>回答：公司全年总的目标没有调整。葵花子方面主要巩固公司在该品类的领导地位，提升弱势市场以及三四线城市的下沉，在覆盖率较高的城市，进行新产品的推广，同时加强对葵花籽营养价值的传播以及瓜子文化的传播，增加与消费者的互动营销等。坚果方面增加大卖场的布局，提升省会和地级城市的覆盖率，同时拓展新渠道，比如水果店、火车站、机场、与企业单位合作等；同时不断提升坚果的品质，不断丰富坚果的产品矩阵。</p> <p><b>十二、公司未来对于海外市场的规划如何？</b></p> <p>回答：公司近几年海外市场都保持较快增速，泰国工厂的新建对于东南亚以及美国等市场都是有促进作用。短期内，由于海外疫情的形势比较严峻，对公司有一定的影响。长期来看，公司仍希望在海外进一步提升市场渗透率，开发一些潜力和空白市场，同时培养海外消费者对瓜子的消费习惯等。公司未来可能利用当地比较好的果干资源，同时会将国内的其他休闲食品放在泰国或者东南亚其他国家生产。</p> <p><b>十三、未来当公司股价超过可转债转股价格的 130%后，公司对于强制赎回是怎样的考虑？</b></p> <p>回答：公司的可转债期限为 6 年，剩余时间较长。目前公司股价低于转股价，初始转股价为 60.83 元/股，后调整为 60.03 元/股。从发展的角度来看，在价格合适的时候，公司鼓励债券持有人转股。</p> |
| <p><b>附件清单<br/>(如有)</b></p> | <p>无。</p>   |
| <p><b>日期</b></p>            | <p>2021 年 9 月 24 日</p>  |