

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：2021-004

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姓名	具体参与单位名称及人员姓名见附件
时间	2021年4月22日、2021年4月23日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书陈俊，证券事务代表杜君
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容：</p> <p>一、简单介绍公司一季度经营情况。</p> <p>回答：公司一季度收入同期增长 20.22%，毛利率提升，净利润同期增长 32.70%。分品类看，瓜子实现 10%以上增长，蓝袋增速较传统红袋瓜子快速。今年提倡就地过年，坚果年货消费比较旺盛，新品藤椒瓜子、燕麦片、益生菌销售情况较好。</p> <p>二、一季度合同负债同比下滑的原因？</p> <p>回答：公司一般采取款到发货的方式，根据销售的淡旺季，会有些波动和变化，但总体是比较正常的。</p> <p>三、如何展望第二季度的情况？</p> <p>回答：去年二季度由于疫情影响公司的增长比较快，目前消费回到正常的态势，对今年二季度瓜子的销售会有些影响。今年一季度坚果的增长较快，希望二季度坚果仍然有一个良好的表现。</p> <p>四、公司对益生菌、燕麦片及风味瓜子等新品的规划？</p>

回答：瓜子新品中主要有两个，藤椒瓜子消费者比较喜欢，未来是新的增长点；火锅瓜子、番茄、樱花白桃风味瓜子也在线上推广，希望扩大消费场景；重点打造葵珍，在线上有专门的旗舰店，做好高端瓜子的品牌传播和粉丝运营；渠道方面，也在做餐饮渠道等新渠道的拓展。坚果方面，除了每日坚果、益生菌、坚果燕麦片，也有其他的新品在储备，但没有大规模上市，目前在线上做试销。

五、在去年高基数下，今年一季度利润率继续提升的原因？今年对毛利率和销售费用率的展望？

回答：今年一季度毛利率有所提高，主要受去年下半年葵花籽采购季的原料价格稳中有降，坚果受全球疫情影响，需求端受挫供给端稳步提升，所以部分采购成本也有所下降。总体来讲，一季度公司加大了销售费用，如品牌传播端、促销、渠道精耕方面的投入。今年会在保持一定盈利水平的情况下，进行费用投放，比如坚果备考季、葵花节、新媒体投放和品牌传播等活动，期间会根据具体情况进行调整，希望达到比较好的效果。

六、原材料库存储备周期？

回答：公司存货相比去年同期提升，主要为公司加大了原料的战略储备，瓜子原料储备预计可以满足 5-6 个月，坚果 3-4 月。

七、公司百亿规划中，坚果需要达到年化 30%增长，去年受到了一定阻碍，如何展望未来的坚果市场？

回答：去年坚果受到了疫情的影响，目前看认可度得到了提升，特别是益生菌和燕麦片的新品受到消费者喜爱。公司把坚果定位为日常营养必需品，和牛奶、酸奶等营养性品类做联名促销，放到相同区域进行陈列，以加大消费者的认知。公司也通过店中店、终端自动贩卖机、定制/团购、特通渠道等加大渗透，长期看，坚果依然是比较快的增长态势。

八、如何看待三只松鼠在线下的发展和竞争？

回答：目前行业全渠道融合是趋势，公司在传统线下渠道具有优势，海外的布局较早，公司也在积极发展线上。现代连锁方式也在积极探索，用数字化、信息化手段打造形象店，此外，公司也在探索 O2O、新零售、社区团购等渠道。公司的品类聚焦在瓜子和坚果，渠道越深越宽是有利于公司，但也会平衡各渠道的产品

和定价，契合消费者对公司产品不同消费场景需求。

九、2020年每日坚果的铺货情况及2021年目标？

回答：每日坚果小黄袋过去聚焦于一线省会城市和部分地级市进行打造，线下扩大城市的覆盖力度，但相比于传统红袋瓜子，每日坚果的渗透率在30%左右，部分地级市/县级消费力也在提升，未来还是有比较大成长的空间。公司主要建立坚果在消费者的心智地位，坚持品牌传播、营养价值宣传等动作，来实现品牌势能的突破，争取做到坚果品类第一；产品上，公司也在做坚果品类的扩充，益生菌、燕麦片等，后期会持续扩大销售城市，同时实现坚果+产品的突破。

十、坚果目前的盈利水平如何？

回答：坚果的盈利主要和上游的采购价格相关，对毛利率影响比较大，以及下游的竞争和价格战的力度。这两个方面也不完全取决于公司，公司也在提升自己的竞争力，实现盈利的提升。

十一、商超渠道瓜子等休闲零食的品类增速是否在下降？

回答：目前来看，公司观察到大型KA超市卖场的人流量有所下降，线上线下趋于融合。终端来看，公司的线下卖场渠道占40-50%，便利店渠道增速较快，公司在传统批发渠道有较高的市占率，社区团购及新零售也在渗透。公司目前40万个终端，希望利用三年时间打造百万终端计划，形成良好的生态体系，利用信息化、数字化手段做终端业务人员的访销、订货、运营等操作，希望做到终端无处不有、无处不在。

十二、未来三年公司对瓜子的增速规划？

回答：未来希望传统瓜子有10%以上的增长，蓝袋系列新品瓜子增速会较传统瓜子高，葵珍也会重点打造，实现增长。

十三、销售费用率相比于去年是提升还是平稳？

回答：销售费用率总体提升些，但幅度不会很大，相对平稳。线下做聚焦，电商也会做调整，提升线上毛利率。两个渠道方法不一样，用不同的操作思路去做。

十四、公司下沉已经做的比较好了，是否还有百万终端的拓展空间？

回答：公司瓜子做的比较好，尤其在强势市场，但公司仍有弱势区域，三四线、县乡市场的服务力度仍然不够，随着消费水平的提升，未来会是比较大的成长机

会。

十五、坚果是否继续受益于自动化率提升的空间？

回答：这主要是分阶段的，效率提升不是一蹴而就的，是持续提升的过程。2019年受自动化率提升的带动效应比较明显，未来两年提升幅度不会像过去那么大。坚果的毛利率主要受采购价格影响，目前国际采购价格比较平稳，公司通过直采以及和上游供应商进行战略合作等方式，不断提升采购议价能力。

十六、原料低价成本红利对毛利率影响的周期？

回答：原料成本对下半年会有影响，公司会积极加大订单农业比例，对播种情况做调查，总体希望全年情况较稳定。

十七、如何展望坚果的价格战趋势？

回答：公司主张不打价格战，希望用优质的原料，确定合理的销售价格，希望电商毛利率提升，减少价格战对行业的长期健康发展是有益的。

十八、礼盒装坚果一季度的占比和未来的空间？毛利率如何？

回答：礼盒装坚果目前以节庆、季节性为主，一季度占 20-30%，公司希望可以把部分礼盒打造成常规礼盒，实现全年的日常销售，这是公司的努力方向。礼盒装坚果毛利率比常规的坚果高。

十九、瓜子海外的销售规划？东南亚和中东是否会有本地的瓜子品牌？

回答：公司积极拓展海外市场，目前主要为东南亚等华人多的区域销售，公司也在培育欧美消费者吃带壳瓜子的消费习惯。公司品牌端在海外较好，在泰国市场占有率比同行领先，优势比较明显，以及在印尼、美国等也较好，未来希望在中东等市场做拓展。

二十、公开资料看到葵花籽赤峰价格走势在飙升，和公司采购价格趋势不一样的原因如何看？

回答：有些市场价格不具有代表性，瓜子没有期货市场，没有统一报价机制，有些报价可能是油葵品种。目前大宗商品价格在上升，不排除下半年有成本压力，目前看公司采购成本都较平稳。

二十一、公司坚果制定的目标，看起来不是特别高，如何理解？

回答：公司沟通中制定的目标相对中性，希望实际达成能超预期，目前看线上价

	<p>格战以及小品牌做坚果的情况也比较多，公司持续在产品、渠道端进行发力，希望品牌势能在将来某一段时间会有所爆发。</p> <p>二十二、瓜子如何实现稳健的增长？</p> <p>回答：瓜子主要进行渠道下沉，蓝袋铺市率的提升。新品藤椒有较大成长机会；原香口味提升后，成长势头较好；椰香瓜子在海外销售情况较好；高端打造葵珍，中高端打造红袋和蓝袋。公司也会考虑用不同的包装结合去做不同的渠道，线下布局高性价比产品，未来 3-4 年的长期趋势较好。</p> <p>二十三、公司目前 40 万个终端，友商用 2-3 年达到了这样的效果，如何看待公司发展较慢的情况？</p> <p>回答：公司目前线下 40 万个终端，未来确实有比较大的提升潜力，包括弱势城市提升及三四线城市、县乡的提升等。</p> <p>二十四、公司成立了新消费投资公司，请您介绍一下洽洽成立这个公司的战略目标是什么？</p> <p>回答：公司计划成立新消费投资公司，主要目的是拓展休闲食品领域新品类、新品牌、新技术、新模式的机会，分享以上行业的发展红利，拓展未来发展空间。</p> <p>二十五、未来公司是否有外延并购的计划？如果有，会主要投哪样的标的？</p> <p>回答：公司一直致力于内生增长的同时积极进行外延扩张的探索，目标是在坚果产业链上游和休闲食品领域寻找战略合作和并购机会。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>电话会议、现场调研参与单位名称及人员姓名</p>
<p>日期</p>	<p>2021 年 4 月 22 日 2021 年 4 月 23 日</p>

附件：

4月22日电话会议参与单位名称及人员姓名：

机构名称	姓名	机构名称	姓名
申万宏源研究所	吕昌、王铄、周缘、孙妍、 申有儒、石凌宇、赵玥	国投瑞银	宋璐
APG Asset Management	许苏文	国海富兰克林	赵钦
Invesco	Jean Rao	国金	代林玲
jiashijijin	baoqiang	圆信永丰	陈彦辛
Kenrich Partners	Jinde	天弘	马雪薇
Millennium Capital	Ruochen Lu	天治基金	王漪昆
MSIM	Xijuan	太平基金	项韬
NEUBERGER INVESTMENT MANAGEMENT ASIA	Lily Li、颜言	太平资产	孙宛
Schroders	Candice Chen、张晓东	安信基金	林焜
上海光大证券资产	王燕	富国基金	徐斌
上海同犇投资	刘慧萍	工银瑞信	齐欢
上海域秀资产	张志遂	广发证券资管	石颖
上海崇山投资	秦新	建信保险	严迪超
上海汇利资产	朱远峰	建信养老	谢天龙
上海泊通投资	田野	建信基金	付竹云
上海高毅资产	张珈玮	彤源投资	庄琰、杨霞
上银基金	李天豪	徐扬升（坤易 H）	郑婷
东吴基金	江耀堃、郑蔚宇	恒安标准人寿	汪涵
东方基金	吕燕晨	慎知资产	张海涛
东方自营	邢恺	招商基金	章鸽武
东方阿尔法基金	孙振波	拾贝投资	罗越文
东莞证券	张强	摩根资产管理	胡昀昀
东证自营	李珂文、杨春燕	敦和资产	丁宁、汤晨晨
国寿资产	戴梦、李鹰鹏	新加坡大华投资	韩冬伟
鹏华	孟博、孟昊	景林资产	雨晨
中信保诚资管	万力	正心谷	李安宁
中信自营	张羽鹏	民生加银	李德宝
中信证券	鲍明明	汇丰晋信基金	是星涛
中加基金	赵岩	汇华理财	王刚
中国人保资产	钱旖昕	汇安	王明、许之捷
中国人寿养老	徐昊	汇添富基金	田立、翁强
中意资产	臧怡	泉上投资	王郑
中欧基金	李波	泰康	王成
中科沃土基金	游彤煦	泰达宏利	周少博
中邮基金	马姝丽	浙商证券	王婧
中金公司	陈文博	鹏扬	王亦沁
中银国际	刘航	淡水泉	林盛蓝
中银基金	池文丽	深圳中睿合银投资	杨坤山

九泰基金	卢凯	淳厚基金	王晓明
交银施罗德基金	张程	渤海人寿	金凤
从容投资	乔华国	源乘投资	唐亚丹
信达澳银	张剑滔	爱建证券	章孝林
光大自营	苏晓珺	申万宏源资产管理	孙毓晨
创金合信基金	胡尧盛	美银	朱劲吉
前海人寿	冯新月	融通基金	吴书
北京泓澄投资	项洪波	西部利得	温震宇
华夏	王世佳、罗浩	观富资产	万定山、唐天
华安证券	王治	诺德基金	郭纪婷
华泰保险	万静茹	财通证券	毕晓静
华泰柏瑞基金	王欣然	银华基金	郭思捷、苏静然
南京证券	宋芳	长城基金	余欢
南土资产	范自彬	长城财富	侯文杰、杨海达
博时	于玥	长江养老	李卉
中信产业投资	张喆	长盛基金	郭堃
嘉合基金	张丽荣	陆家嘴国泰	何蓉
嘉实基金	鲍强、左勇	高盛高华	戴晔
四川巨星企业	王依		张喆、邱思佳、黄子寒
国任保险	谢运心		

4月23日现场调研参与单位名称及人员姓名：

机构名称	姓名
大家资管	高大亮、钱怡
长江证券	张伟欣
华安证券	余璇
安信自营	唐朝
浙商证券	王婧
浦银安盛	李俐璇
温氏资本	吕哲