

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：2021-006

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	现场调研参与单位名称及人员姓名： 瑞银证券洪天丰、刘思莹；摩根资管胡昀昀；安本标准资管李衍亮；上海保银李墨；一瓢资本王士彦；和谐汇一资管陈阳；富国基金徐斌；兴证资管刘刚。 电话会议参与单位名称及人员姓名： 鹏华基金孟博、孟昊、黄奕松、陈卿云、杜亮、赵强、陈璇淼；安信证券徐哲琪。
时间	2021年6月30日、2021年7月1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；财务总监李小璐；董事会秘书、副总经理陈俊；证券事务代表杜君。
投资者关系活动主要内容介绍	主要内容： 一、公司组织架构变动情况 回答：公司在五月份对组织架构进行了调整。目前公司组织架构中将前期的事业部调整为品类中心，有国葵品类中心、坚果品类中心、休闲品类中心等，将事业部权力下放至每个品类BU，品类BU负责人是产品全渠道、全损益的负责人。销售司令部调整为销售铁军，分为国葵销售铁军、坚果销售铁军等。海外业务独立，成立海外事业部。架构调整后，品类BU与销售BU可以自由、充分合作，少一点计划经济，少一点把控，引入市场化机制。公司希望通过组织架构的调整，使业务部门聚焦“增长”，明确责任主体，提升组织效率，加强部门间协同；

同时也使业务部门组织进一步打开，拉开赛道，激发业务 BU 潜能，提升组织活力；对组织中涌现出的优秀人才，多提供平台和机会；加强中后台专业职能对业务前台的赋能。

二、公司瓜子、坚果的未来市场空间有多大？

回答：目前瓜子品类仍有很多消费场景未开发，像餐饮渠道，另外还有包装、口味等的升级，还是有很多可以拓展的空间。坚果的发展和牛奶相似，前期需要时间进行消费者教育，目前中国坚果人均消费水平远低于欧美发达国家，而坚果的营养价值很高，主要需要解决坚果宣传问题。坚果行业规模保守估计 1200 亿，公司重点发展每日坚果、益生菌、每日坚果燕麦片。坚果乳会考虑今年投放，但预计早期起势会比较慢，植物基饮料是一个趋势。

三、公司未来的营销规划情况？

回答：公司营销费用主要是下半年重点投放，品牌投入会加大。公司希望把每日坚果品牌做出来，之前和分众合作效果较好，公司会持续投入。公司会加大对坚果品类的宣传，采用更多新的营销形式。

四、公司如何设置激励的方案？

回答：公司目前激励的力度较前期大很多。未来公司会将中短期激励结合起来，长期加大股权激励，激励的人员也会扩大覆盖到一级部门骨干。

五、公司的成本情况如何？

回答：公司成本主要看下半年原料的情况。葵花籽主要看下半年种植情况，目前坚果供给较平稳。目前一些大宗物资价格上涨，公司产品的包材、棕榈油、白糖等占成本比例较小，总体影响不大。

六、新渠道分流，传统渠道流量减少，公司如何应对？

回答：公司通过搭建数字化平台终端，推进渠道精耕战略，用 3-5 年打造百万终端，开拓渠道合伙人，对经销商渠道进行数字化管理，为

	<p>经销商赋能。同时也积极拓展便利店、O2O 餐饮、社区团购等新渠道，通过组织的变革，不断提升组织效率和活力。</p> <p>七、公司在品类规划和渠道方面的规划如何？</p> <p>回答：坚果品类公司重点聚焦“3+1”，“3”即小黄袋每日坚果、小蓝袋益生菌每日坚果以及每日坚果燕麦片，“1”即坚果礼盒，未来 2-3 年，把每日坚果品类做到第一，同时推出坚果+、风味产品。品牌定位宣传重点会突出营养以及掌握关键保鲜技术，会加大品牌以及营销投入。葵花子品类巩固领导地位，线上传播高端瓜子葵珍、蓝袋新品藤椒等，香瓜子产品力提升，不断推出新口味以及不断提升葵花籽原料品质。渠道方面，推进渠道精耕，打造百万终端，目前已开始推行数字化平台，同时实现线上渠道以及新渠道等同步拓展。</p> <p>八、电商未来发展的战略与策略是什么？</p> <p>回答：电商的发展主要回归主航道，线上线下融合，线下主推的产品线上也做主要的推广。线上聚焦坚果专家的形象，定位更加明确。希望聚焦差异化，做好品质。</p> <p>九、公司的未来展望是什么？</p> <p>回答：公司未来 2-3 年销售收入突破 100 亿，葵花子全产业链全球第一。公司在坚果里面首先锁定每日坚果品类，将这个品类做透、做大、做强，再加上其他坚果产品，五年内做到中国坚果全产业链第一。推进渠道精耕，未来 3-5 年实现 100 万个终端，实现数字化管理。公司将持续打造组织，使组织始终保持有活力。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2021 年 6 月 30 日、2021 年 7 月 1 日</p>