

证券代码：002582

证券简称：好想你

好想你健康食品股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号 2023-020

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 <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 <u>腾讯会议</u>
参与单位名称及人员姓名	中信建投高畅、人保养老徐椰香等人。
时间	2023年12月25日
地点	董事会秘书办公室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书豆妍妍、投关经理汪红冬
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者交流问答：</p> <p>1、问：公司近期各渠道业务表现如何？对明年是如何展望的？如何拆解？</p> <p>答：今年以来，为了应对渠道变革，满足消费者多元化、健康化的需求，公司制定并实施了双曲线发展策略，其中第一曲线是以礼品业务为主，通过专卖、传统电商提升业务规模，持续推广好想你高品质、高价值产品。公司会继续深化送礼场景和文化价值属性，丰富商务礼、</p>

伴手礼、福利礼、季节礼、DIY 礼盒产品等产品矩阵。针对年货节，公司已经上市了皇帝御枣礼盒、贡枣礼盒、生肖礼盒类产品、DIY 礼盒等新产品，还增加了一些红枣山药类、蜂蜜类等健康滋补产品。第二曲线以大单品业务为主，公司重点打造战略大单品红小派，开创新品类，通过兴趣电商、商超、零食等渠道，助推公司业绩提升。目前公司正在加速产品迭代及创新，近期上市了红枣黑芝麻丸、软枣糖以及去皮红小派、红枣夹花生派等新产品。通过线上引领，线下抢滩，线上线下协同赋能，步调一致，共同推动公司销售业绩的稳健增长。从整体来看，目前公司专卖渠道和传统电商处于稳健增长态势，收入占比仍然较高，以直播业务为主的新兴电商渠道快速发展，线下商超、便利店及零食渠道网点正在加速布局，业绩处于爬坡阶段，占比相对较低，但增长势头强劲。

根据 2023 年限制性股票激励计划，公司明年经营目标是 2024 年营业收入扣除后金额较 2022 年增长 30% 或 2024 年净利润不低于人民币 3000 万元。随着公司双曲线策略的深入推进，第一曲线业务稳健发展，第二曲线业务持续贡献新增量，新产品创新+新渠道开发形成共振，共同发力，销售业绩也将会不断提升，我们对公司未来发展充满信心。

2、问：公司目前在零食系统的销售情况？

答：在战略升级过程中，我们不仅看到了礼品的机会，也看到了零食的机会，因此，公司积极拥抱渠道变化，并以市场为导向，充分发挥供应链优势，不断为渠道赋能，提供品类更加丰富的健康食品。目前公司已进驻零食很忙、赵一鸣、零食有鸣、好想来、戴永红等众多零食渠道，覆盖终端网点超 1 万家。以零食渠道为突破点，逐渐成为公司线下业务增长的新引擎。

3、问：怎么看待零食渠道未来的发展？

答：零食门店品牌通过规模化直采和缩短流通环节费用重构价值链，为消费者提供了高质低价的休闲食品和良好的购物体验。消费呈现注重性价比的趋势日益明显。在这种趋势背景下，头部零食品牌跑马圈地，门店数量快速扩张，零食渠道业态迎来了重大发展机遇。而零食门店凭借极致性价比和优秀的单店模型，能够深入更加广阔的低线城市，与当地消费者建立紧密的联系，市场空间巨大，未来仍有较大增长潜力。许多休闲食品企业也在纷纷布局零食渠道。对于公司来说，把握好这一发展机遇，将有利于公司借助零食渠道提升销售规模，从而在激烈的市场竞争中占据有利地位，实现可持续的发展和增长。

4、问：公司与零食很忙后续有哪些协同合作？

答：零食很忙是零食行业的龙头企业，具有行业领先的经营规模和门店数量、扎实高效的供应链服务能力、丰富的渠道资源和市场经验以及行业一流的门店运营与管理能力。未来，公司将依托双方的战略合作关系，持续新增品类更加丰富的零食渠道产品，充分发挥公司供应链优势，为渠道赋能，为消费者提供更多健康好吃、高品质、高性价比的产品，助推公司第二曲线业务的快速发展。其次，借助零食很忙强大的线下渠道、客户基础等，能迅速收集市场调研信息和消费者反馈，能有效促进公司产品加速迭代升级和创新发展。

5、问：原材料端红枣价格的上涨对成本端的影响？

答：三十多年来，好想你牢记初心、坚守主业，建立了一二三产融合的全产业链体系，助力中国红枣产业高质量发展。特别是在一产方面，公司通过产业援疆、技术援疆，把优质红枣引入新疆，实现正宗基因遗传。得益于

当地优质的土壤、水源和气候条件，不仅提高了红枣的品质，还促生了新疆千万亩的红色经济，让沙漠变绿洲。在此基础上，公司与全球最优质的红枣主产区的枣农、枣商建立了长期紧密的合作关系，在每年采购季来临时通过外采形式收购当地新鲜品质好枣，有效保障了红枣的品质和合理价格。从短期来看，公司目前红枣库存仍然充足，红枣原材料的价格波动对公司毛利率影响不大。未来随着公司持续的产品创新研发、加速渠道布局和提升供应链效率等，即通过产品、渠道、供应链共同发力，促进收入快速增长，形成规模效益，实现降本增效，来提高渠道效益。

6、问：费用投放方面公司是如何规划的？

答：公司始终坚持坚持品牌文化与科技创新双引领发展不动摇；坚持红枣+健康锁鲜食品主业根基不动摇；坚持高品质、高价值、优服务行动理念不动摇；坚持做精做强，基业长青奋斗目标不动摇。首先公司会始终围绕“高端红枣好想你”的品牌定位，不断提升品牌势能，包括通过文化营销、圈层营销、内容影响、跨界营销等多方面进行费用投放，占领消费者心智货架，提升品牌知名度和美誉度。其次，公司作为健康食品企业，坚持围绕食药同源，创新驱动，不断开发食养、食疗、食补的健康食品，不断丰富“红枣+健康锁鲜食品”产品矩阵。相关新产品的创新开发更需要不断的研发费用投入。此外，公司还将会围绕大单品红小派及新产品创新进行持续的推广，促进战略大单品继续高速发展，并孵化潜在爆品，借助抖音、小红书等新媒体矩阵的宣传推广，赋能线下各渠道特别是新渠道业务的进一步开拓。因此，各项费用投入的侧重点会有所不同，但公司会持续关注并评估各项费用的投入产出比，寻求均衡发展，即公司仍会坚持

	线上引领，线下抢滩，线上线下协同赋能，提高整体费用投入转化效率，来不断提高公司业绩水平。
附件清单（如有）	

注：公司严格遵守信息披露相关、规则与投资者进行交流，如涉及公司战略规划、盈利预测等意向性目标，不能视为公司或管理层对公司业绩的保证或承诺，敬请广大投资者注意投资风险。