

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 2024-001

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>券商策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	方正证券王泽华、东吴证券罗頔影、汇添富田立、建信养老徐瑞、平安养老唐宋媛、平安资产李竹君、浦银安盛李俐璇、杭州白犀张富绅、太平资产孙宛、兴证资管邱思佳、浙商自营葛越、同犇投资刘慧萍、中庸资产叶智亮、长安基金朱施乐、山西证券资管李培玉、新余中道吴超、西部证券自营郭亦骏、东海证券资管刘迟到、银河基金于嘉馨、中庚基金王郁冰、长江资管刘舒畅、中泰资管郭祎姮等机构人员。
时间	2024年01月03日-05日
地点	上海浦东丽晶酒店、丽思卡尔顿酒店等地

<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>投关经理汪红冬</p>
<p>投资者关系活 动主要内容介 绍</p>	<p>公司经营情况介绍：</p> <p>为了应对市场变化，抓住消费者对健康性食品追求的机遇，从而大力发展健康食品产业。2023年，公司从业务调整、组织变革和人员激励等方面全面开启战略升级。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，因此制定了双曲线发展策略，第一曲线以礼品业务为主，通过专卖、电商提升业务规模，持续推广好想你高价值、高品质产品；第二曲线以大单品业务为主，公司重点打造了战略大单品“红小派”，开创新品类，通过兴趣电商、商超、零食，助推公司业绩提升。</p> <p>在组织变革方面，公司不仅实施了2023年限制性股票激励计划，还成立了营销协同赋能指挥中心，对组织进行横向拓宽，使组织扁平化。通过设立礼品、大单品、新品等三个产品事业部，巩固健康红枣礼品，打造红枣休闲大单品；通过设立四个一级战区及各下属二级战区，提升门店盈利能力，突破省外渠道网点数。</p> <p>2023年年底，公司及全资子公司以货币资金合计出资7亿元对零食很忙集团增资，增资完成后公司及全资子公司合计持有其6.64%股权。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。</p> <p>投资者交流问答：</p> <p>1、公司23年各渠道业务表现情况如何？24年如何展望？</p>

答：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，共同发力，销售业绩也将会不断提升。

2、春节期间公司动销情况如何？24 年是否有开店计划？

答：在春节销售旺季期间，公司会持续推动全员营销，结合品牌宣传、新品推广、买 A 赠 B、团购优惠等营销活动，加速推广好想你健康食品。同时，公司已经上市了皇帝御枣礼盒、贡枣礼盒、生肖礼盒、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，丰富了产品矩阵，为消费者提供更加多样化的选择，目前销售状况良好。

线下门店渠道是公司收入和利润的重要来源，现阶段依然是核心渠道。2024 年公司会着重提升专卖店的运营质量，继续深挖送礼场景和文化价值属性，丰富商务礼、伴手礼、福利礼、季节礼、DIY 礼等，不断新增滋补类产品，提升产品营养价值，丰富产品矩阵，提高门店转化效益。在新店规划方面，公司将适时在全国重点城市开设直营店，打造标杆旗舰店，着重发展优质加盟商，携手共赢。

3、怎么看待零食渠道？后期和零食很忙会有哪些合作？

答：零食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，而且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。公司能借助零食渠道快速提升销售规模，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。

零食很忙作为行业的头部品牌，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。公司通过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迭代升级和创新发展的加速，加速公司第二曲线业务的发展。

4、除了零食渠道还有哪些渠道会是 24 年重点发展渠道？

答：为了充分快速应对外部市场环境变化，全面发挥渠道、产品、品牌和供应链的协同作战优势，公司已成立了营销协同赋能指挥中心，建立了基于不同渠道运营模式的营销作战体系。2024 年，以专卖和传统电商等渠道要确保实现稳健增长；以直播业务为主的新兴电商渠道继续通过电商自播+达播的形式，不断提升品牌势能，打造大单品，孵化超级爆品，继续发挥线上引领作用；公司将加速推进在零食、商超、便利、特渠、团购等各渠道业务发展，实现新产品创新+新渠道开发形成共振，全面发力，实现线上引领，线下抢滩，线上线下协同赋能，助推公司整体销售业绩不断提升。

5、未来还是否有并购投资计划？

答：公司会一直秉承稳健投资的策略进行产业投资，

	<p>聚焦新消费、新渠道、大健康三大细分领域，仍会积极寻找与公司战略发展相吻合的优质标的，实现标的企业与公司 在产品、渠道、品牌、供应链等方面相互赋能，合作共赢，助力公司主业发展。</p>
<p>附件清单（如有）</p>	<p>无</p>

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。