

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 2024-002

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	国金证券陈宇君、中银基金杨庆运、国寿养老高媛媛、东海证券资管刘迟到、浙商证券资管黄薇、玖鹏资产王语加、泰信基金戴隽、野村东方黄佳斌、国投瑞银冯新月、光大自营苏晓珺、阿巴马资管林梓帆、中财资本冯淑荣、德邦资管孔祥国、远希基金王培、程渝基金杨周义、毅行资本王凯旋等机构人员。
时间	2024年01月11日-12日
地点	上海浦东文华东方大酒店等地
上市公司接待人员姓名	投关经理汪红冬
投资者关系活	公司经营情况介绍： 2023年，公司为了应对渠道变革，抓住消费者对健

动主要内容介 绍

康性食品追求的机遇，从而大力发展健康食品产业。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。在这期间，我们不仅看到了礼品的机会，也看到了零食的机会，制定了双曲线发展策略，其中第一曲线以礼品业务为主，通过专卖、电商等渠道持续提升业务规模，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，孵化爆品红枣黑芝麻丸、软枣糖等，开创新品类，通过兴趣电商、商超、零食等，实现全渠道发展，助推公司业绩提升。

2023年，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。

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，公司将会持续新增品类更加丰富的零食渠道产品，为渠道赋能，助推公司第二曲线业务的快速发展。

2024年，公司仍会继续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、优服务行动纲领不动摇；坚持做精做强，基业长青奋斗目标不动摇。公司将会顺应消费者需求，不断驱动产品创新，加速推进全渠道业务发展，充分发挥供应链优势，为国民提供品类更加丰富的红枣+健康锁鲜食品，深入践行“让懂健康、要健康、愿为健康付诸实际行动的人吃上健康食品”的企业使命。

投资者交流问答：

1、春节期间公司动销情况如何？

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，公司已经上市了姓氏枣礼盒、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，目前整体销售状况良好。

2、公司 23 年各渠道收入表现情况如何？各渠道业务 24 年是如何规划的？

答：23 年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。

2024 年，公司会着重提升专卖和传统电商渠道运营质量，会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，丰富产品矩阵，并提高线下品在线上占比，提高渠道盈利能力。以直播业务为主的兴趣电商渠道将会继续通过自播+达播的形式，不断提升品牌知名度，打造大单品，孵化爆品，继续发挥线上引领作用；此外，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，新产品创新+新渠道开发形成共振。通过全渠道深耕，取得规模效应，助推公司整体销售业绩不断提升。

3、和零食很忙后期合作如何规划？

答：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、

	<p>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。公司将加速推进产品研发创新，新增品类更加丰富的零食渠道产品，包括红枣及相关类和健康锁鲜类的产品，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>4、公司目前的产能利用率情况如何？未来是否有大的扩建计划？</p> <p>答：随着公司销售收入的不断增长，公司 2023 年整体产能利用率有所提升。特别是在年货消费旺季期间，公司供应链已通过引入先进生产设备，优化工艺流程，招募扩充生产人员等方面提高生产效率，确保满足销售旺季的需求。</p> <p>随着公司第二曲线业务的深入发展，公司在现有产能分布的基础上，结合产品创新、渠道开发，不断调整产线布局，优化产能结构，提高产能利用率。其次，通过自动化导入、精益生产以及产销协调等方面着手改善，全面提高供应链整体效能，实现降本增效，为消费者创造更多价值，为企业带来更大利润。</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。