



好想你健康食品股份有限公司
2023 年度董事会工作报告

2024 年 4 月

目 录

一、行业概述	1
（一）公司所处的行业	1
（二）行业政策情况	1
（三）行业发展趋势	1
二、2023 年董事会日常履职情况	2
（一）董事会会议召开及董事履职情况	2
（二）董事会各专门委员会召开及专门委员履职情况	3
三、2023 年度董事会重点经营工作	3
（一）品牌营销	3
（二）产品创新	3
（三）渠道拓展	4
（四）供应链优化	5
（五）组织变革	5
（六）投资赋能	5
四、2024 年度董事会重点经营规划	6
（一）坚持“四个不动摇”战略	6
（二）经营发展十大战略	6

一、行业概述

（一）公司所处的行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》的分类结果显示，公司所属行业为制造业中的农副食品加工业（分类代码：C13）。公司是一家专注于健康食品研发、生产与销售的现代化食品制造企业，旗下拥有“枣博士”、“健康情”系列锁鲜原枣、“红小派”枣仁派、“红枣芝麻丸”、“清菲菲”冻干红枣湘莲银耳羹等多品类健康食品。因此根据公司主要经营业务来看，公司属于食品加工行业。

（二）行业政策情况

近年来，中国休闲食品行业受到各级政府的高度重视和国家产业政策的重点支持。国家陆续出台了多项政策，鼓励休闲食品行业发展与创新。2022年4月出台《“十四五”国民健康规划》，实施国民营养计划和合理膳食行动。2022年12月出台《扩大内需战略规划纲要（2022-2035）》，倡导健康饮食结构，增加健康、营养农产品和食品供给。2023年3月出台《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》，部署了优质原料保障、产业集群建设、技术装备提升、质量安全保障、特色品牌培育、转变发展方式以及业态模式创新等7个方面工作20项任务。2023年7月出台《关于恢复和扩大消费的措施》，强调供给优化和需求扩大并重，围绕稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、扩展新型消费、完善消费设施、优化消费环境等六个方面，提出20条具体政策措施。一系列相关政策的陆续出台，有助于提升居民消费意愿、释放居民消费潜力，同时也为食品行业的蓬勃发展指明方向，充分释放产业发展潜力，营造良好的产业生态环境，引导相关企业深耕细分市场，做大做强专业领域产品和品牌，形成经济发展新动能，助力乡村振兴和共同富裕。

（三）行业发展趋势

随着社会经济的发展和消费渠道的演变，伴随着消费者对休闲食品需求的显著增长以及对健康饮食的日益关注，消费者对休闲食品的消费决策更趋理性。休闲食品作为一种能够满足娱乐需求并提供营养补充的物品，逐渐成为人们日

常饮食中的补充餐饮。随着食品行业不断进行创新和升级，休闲食品的种类也日益多样化，尤其是零添加且富含膳食纤维、维生素、蛋白质或其他营养物质的功能性食品受到广泛欢迎。休闲食品消费的核心诉求已转向个性化和健康化，高品质健康产品具备良好的品牌知名度和极致产品性价比，成为休闲食品行业消费的主要趋势。

红枣是中国独有的树种，在中国具有广泛的商业价值和发展前景。红枣作为传统的食材不仅应用于日常烹饪，还兼具药用属性，被国家列入首批食药同源类食材，拥有广泛的社会认知和发展潜力。通过红枣+食药同源的理念，开发健康休闲食品将成为红枣行业的发展重点。在供给端，从种植到深加工再到销售，红枣形成了庞大的产业体系，红枣产业链的完善进一步促进了其商业价值的提升，而农民通过红枣的种植和销售获得稳定的收入，进一步推动了农村经济发展。在销售端，红枣的消费需求也在持续增长，不仅用于传统的食材和食品制造，还广泛应用于保健品和天然食品的制造，满足了消费者对健康和营养的需求。红枣的国际市场潜力也不可忽视，中国红枣凭借独特的品质和口感，逐渐赢得了国际消费者的青睐，在全球市场具备竞争力。

二、2023 年董事会日常履职情况

（一）董事会会议召开及董事履职情况

报告期内，公司以现场及通讯方式召开董事会会议 8 次，共计审议通过 41 项议案；董事会作为召集人，共召开股东大会 4 次，其中 1 次年度股东大会，3 次临时股东大会，审议通过 20 项议案。

公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规、规范性文件以及《公司章程》、《董事会议事规则》等规定规范运作，涉及关联交易事项、定期报告、股权激励、对外投资等重大事项，在公司董事会召开前，均与公司独立董事充分沟通并取得独立董事事前认可后才提交公司董事会审议。董事会和股东大会在审议关联交易事项时关联董事、关联股东按有关规定回避表决。各次董事会的会议上，与会董事均能认真审议各项议案，并按《公司章程》规定的权限作出了有效的表决。独立董事关注公司运作及公司的独立性，积极出席相关会议，认真审议各项议案，对公司日常经营决策等方面提出专业性的意见，充分发挥“参与

决策、监督制衡、专业把关”职责，切实维护公司和中小股东的利益。

（二）董事会各专门委员会召开及专门委员履职情况

董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会 4 个专门委员会。各专门委员会委员在报告期内恪尽职守，诚实守信地履行职责，积极参加董事会和股东大会会议，对公司经营管理、品牌建设、内控建设等方面提出了诸多宝贵的建议，发挥了各自的专业特长、技能和经验，切实维护了公司及股东特别是中小投资者的权益。报告期内，董事会各专门委员会共召开了 12 次会议，其中战略委员会召开 3 次，提名委员会召开 1 次，薪酬与考核委员会召开 3 次，审计委员会召开 5 次。

三、2023 年度董事会重点经营工作

2023年度，公司从战略升级、大单品打造、渠道拓展、供应链优化以及组织变革等方面开启业务突破，制定了双曲线发展战略。第一曲线以礼品业务为主，升级黄帝御枣、开发贡枣等高品质、高价值的产品，通过专卖、货架电商等优势渠道实现业绩的稳健增长；第二曲线以大单品业务为主，重点打造了大单品红小派，通过兴趣电商、线下商超、便利店、零食等渠道实现业绩的快速增长。2023年度公司大单品红小派系列产品营业收入突破2亿元。

2023年度，公司实现营业收入17.28亿元，同比增长23.40%，实现归属于上市公司股东的净利润-5,189.19万元,同比增长72.60%。截至2023年12月31日，公司总资产56.22亿元，净资产41.01亿元。

2023 年度，主要工作包括以下几个方面：

（一）品牌营销

报告期内，为了引领国民健康食养新时代，公司以《食药同源、名家推荐》为主题，持续推广红枣健康食养文化。通过互动创意H5《这就是中国好枣》以及溯源视频《寻枣记》，挖掘好想你高品质密码，持续提升好想你高品质、高价值的品牌文化内涵；通过结合线下高端会议、运动赛事、行业论坛以及酒店、机场、高铁等高端场所，精准触达高端人群，提升公司品牌势能，强化“高端红枣好想你”品牌心智；通过

品质、品名、场景、好评、功效等产品营销五部曲以图、文、影多样化的形式精准触达更多消费群体，不断提升了品牌广度。特别是在三八节、520、端午节、中秋节、年货节等重要节日期间在抖音、微博、微信、小红书持续种草，借势+造势双管齐下，出现了#国货愈显国际范儿，海外实力圈粉#、#轩辕哥哥送御枣#、#这个中秋节好味十足,代表月亮好想你#、#今年过节不送礼、送礼就送好想你#等多个热点话题，实现全年品牌曝光9.2亿人次。2023年公司还荣获“2023品牌女性喜爱的品牌50强”、“2023福布斯中国国潮创新品牌”等多项荣誉，公司品牌知名度和美誉度进一步提升。

（二）产品创新

为了迎合消费者日益增长且细分的健康需求，公司坚持在创新中求生存，在创新中谋发展。在研发创新方面，公司一直坚持自主研发和合作研发相结合的模式，充分发挥各自优势，先后在红枣健康营养、红枣精深加工、品质控制等多方面开展了重点课题研究，而《红枣营养健康食品加工关键技术开发与应用》项目在2023年11月荣获“中国食品工业协会科学技术特等奖”。在产品创新方面，公司建立了一套完善的健康食品开发机制，创造性的基于传统食药同源原材料，开发出众多深受消费者喜爱的食养、食疗、食补健康食品，2023年公司研发新产品172个，配方确认94个。2023年公司不断丰富了“红枣+健康锁鲜食品”产品矩阵，包括高端红枣系列、健康锁鲜系列、高端滋补系列、轻养休食系列等。

2023年，好想你战略再升级，全面开启双曲线发展策略，第一曲线是以礼品业务为主，继续深化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礼盒产品等产品矩阵。第二曲线是重点打造战略大单品红小派业务，同时构建红枣芝麻丸、软枣糖、维C枣等休闲健康食品矩阵，用品类创新引领健康食养新时代。红小派创新的形态、清洁的配料和休食化的食养方式，成功荣获了被誉为“食品界的奥斯卡”的ITI国际美味奖，说明其特色和风味得到了国际社会的认可。2023年度红小派系列产品营业收入突破2亿元，成为公司第二曲线业务增长的主要推动力。

（三）渠道拓展

2023年度，公司通过双曲线协同发展，丰富产品品类的同时，聚焦核心大单品，全面启动全渠道布局，在稳固线下专卖、货架电商等渠道的基础上，重点发展兴趣电

商、零食、商超等新渠道，实现线上引领，直播开路，线下扎根，网点建设，协同作战，共创佳绩的良好局面。以抖音为主的兴趣电商渠道通过自播+达播的形式，不断提升品牌知名度，打造大单品红小派，孵化爆品红枣芝麻丸，发挥线上引领作用；在线下渠道，公司成功签约进驻了包括全家、711、麦德龙、华润万家、罗森、美宜佳、永辉、零食很忙、赵一鸣、好想来等各类优质渠道网点 2 万家，并以零食渠道为突破点，成为线下业务增长新引擎。

（四）供应链优化

公司供应链积极优化产能布局，通过引入自动化设备，完善标准化体系建设，保障食品安全，实现精益化生产，通过数据化分析构建良好的产销协调机制，全面提高供应链整体效能。其次，通过以红小派为主的多品类健康休闲食品在全渠道发力，借助增量渠道，实现收入快速增长，拉动公司整体产能利用率，形成规模效益，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。

（五）组织变革

为了全面发挥渠道、产品、品牌和供应链的协同作战优势，建立“面向客户”的“业务导向型组织”，公司成立了营销作战指挥中心，对组织进行横向拓宽改革，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；通过设立各销售渠道战区，提升门店盈利能力，突破省外渠道网点数。其次，公司还通过优化绩效考核制度，全面打通前中后台绩效考核路径，实施了2023年限制性股票激励计划，合计激励177名员工，共计授予公司股份1002万股，授予价格3.93元/股。股权激励的实施激发了组织活力，完善了公司长效激励机制，使员工与公司风险共担、利益共享，圆梦创富。

（六）投资赋能

2023年12月18日，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。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，公司将会依托双方战略合作关系，加速产品创新研发，持续新增品类更加丰富的休闲健康食品，充分

发挥供应链优势，为渠道赋能，助推公司第二曲线业务的快速发展。

四、2024 年度董事会重点经营规划

（一）坚持“四个不动摇”战略

- （1）坚持品牌文化与科技创新双引领发展不动摇；
- （2）坚持红枣+健康锁鲜食品主业根基不动摇；
- （3）坚持高品质、高价值、优服务的行动纲领不动摇；
- （4）坚持做精做强，基业长青奋斗目标不动摇。

（二）经营发展十大战略

2024 年，是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，也是深入实施“十四五”规划的攻坚之年。作为健康中国战略的践行者，好想你本年度会继续以市场为导向，抓住消费升级、产业升级的机遇，以创新应对挑战，以品质构建企业护城河，将深度落实培育产业新质生产力，从食品制造企业向食品智造企业转型，并坚定实施双曲线发展战略，助推公司业绩继续保持稳健增长。

1、深入实施“两个健康双增长”战略

“两个健康双增长”战略，即企业健康发展：实现销售收入增长，利润增长；员工健康成长：实现知识能力成长，薪资增长。

2、深入实施品牌文化因果逻辑战略

公司将持续推进 1+N 品牌矩阵战略，通过品类创新，推出具有差异化、创新化、高质量的子品牌，打造第二增长曲线。同时，借助微信、微博、抖音、淘宝、天猫、京东、小红书等流量平台，进行品牌软文、短视频、直播等多形式的传播，实现品牌营销传播和渠道销售相结合展开，形成从营销到销售再到消费的闭环。

3、深入实施科技创新持续改进发展战略

产品将加速创新迭代和品类创新突破。2024 年公司将通过科技创新盘活存量、培育增量、提升质量。一方面通过用好内功创新，围绕十三大创新方法论，在降本增效的基础上，持续提升产品品质和价值属性；另一方面通过借助外力创新，借助行业技术专家的智慧 and 科研平台优势，开展多项重点课题合作，强化食品健康营养功效，

满足消费者健康食养需求。

4、深入实施红枣纵深可持续发展战略

公司将深入推进双曲线战略，第一曲线以礼品业务为主，继续深化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 礼盒产品等产品矩阵。第二曲线继续推动大单品红小派业务发展，通过口味延展、工艺创新实现产品迭代升级，继续打造红枣+派系列、丸系列产品，例如红枣芝麻丸、去皮红小派、红枣花生派等，构建红小派系列产品矩阵。公司将不断探索具有良好功效的“红枣+”系列产品，结合枸杞、阿胶、人参等受众广泛且营养物质丰富的食药同源食材进行搭配，开发出富含天然矿物质、天然植物基为主要食材的健康休闲食品，满足消费者个性化、多样化的健康滋补需求，助力第二曲线发展。

5、深入实施健康锁鲜食品引领发展战略

面对市场消费者多样化、健康化、便捷化消费需求的巨大机遇，公司将继续依托冻干锁鲜技术，开发更多餐桌化、休食化的健康锁鲜食品，例如冻干水果蔬菜、冻干滋补汤粥面类等富含蛋白质、维生素、膳食纤维的健康食品。健康锁鲜食品营养价值保留成分高、物流成本更低，能让消费者更加省时、省力、省心、省钱。

6、深入实施产品层级优化再造发展战略

根据消费场景、渠道类型、销售量级、产品属性、产品成长性等不同角度对产品进行层次分类，丰富公司产品矩阵，实现全方位覆盖以及差异化营销。

7、深入实施深耕渠道发展战略

2024 年公司在渠道发展上遵循行稳致远，稳中求进的策略，实现线上引领，直播开路，线下扎根，协同作战，共创佳绩。公司将通过兴趣电商直播开路，打造爆品做先锋，实现为公司快速筛选爆品功能；通过货架电商搜索引流，持续延伸，抢占份额；通过专卖渠道塑造好品牌形象，做好中高端客户体验式营销服务；重点是加速推进商超、零食等增量渠道的拓展，实现线下网点的快速覆盖，助推第二曲线业务发展。

8、深入实施供应链三保一降一创新发展战略

公司将深度实施供应链“三保一降一创新”发展战略，即（1）保安全：严保食品安全，牢记生产安全；（2）保质量：严格管控生产工艺流程，严控原料进口关和产品出口质量关；（3）保供应：有效利用产销协同机制，充分发挥采产计划部和产销计划部的职能作用，提前谋划布局，满足市场供应；（4）降成本：在采购、生产、

仓储、物流等环节要细算成本、严管成本、优化成本，实现精益生产，节降成本；（5）创新：通过生产创新和采购模式创新等全面提高供应链整体效能，从生产端为消费者创造更多价值，为企业创造更大利润。

9、深入实施系统数据化赋能发展战略

通过建立健全切实可行的数据化信息中心，实现数据的采集、储存、输送、分析与应用，一切业务数据化。通过数字化技术，帮助企业优化管理效率，降低成本，增加利润，提升公司管理价值链，其次，通过数字化转型，辅助公司新产品高效研发，打造优质服务，提高客户满意度，并构建企业新的竞争优势，助推公司战略转型升级。

10、深入实施组织人才体制机制发展战略

人才是公司第一生产力，是企业基业长青的基石。公司将完善人才梯队培养、选拔、考核和聘用等相关机制建设，同时优化组织架构，精简中后台职能部门，建立高效的中后台沟通机制，提高人均劳效，赋能公司业务发展，实现组织效益最大化。

好想你健康食品股份有限公司董事会

2024年4月26日