

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 2024-006

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>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	华鑫证券孙山山，工银瑞信袁辰昱，同犇投资刘慧萍、韩冰洁，青骊投资李卫，国投证券王玲瑶，中信建投高畅，角荣基金解睿，由榕资产王文沁，长江证券范晨昊，中金公司沈晷、武雨欣，瑞信致远吴晶欣，财通证券李茵琦，华西证券卢周伟、寇星，涌乐投资王雨晴，东证资管孟博，野村资管黄佳斌，博道基金陈磊，东海基金杨恒，长盛基金吕睿竞，天安人寿袁野，银华基金李爽，华宝基金贺喆、黄超杰，东海证券万静，万家基金王丁等机构人员。
时间	2024年04月26日

地点	公司总部
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>2023 年度报告及 2024 年一季报介绍：</p> <p>2023 年度，好想你在战略升级、大单品打造、渠道开拓、供应链优化、对外投资以及组织变革与激励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，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；第二曲线以大单品业务为主，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 枣等健康休闲食品矩阵，用品类创新引领健康食养新时代。2023 年公司大单品红小派系列产品营业收入突破 2 亿元。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，加速渠道布局，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，各渠道均取得了不错的增长。2023 年度公司实现营收 17.28 亿元，同比增长 23.40%。2024 年 Q1 实现营收 4.94 亿元，同比增长 19.05%；实现归母扣非净利润为 1,451.53 万元，同比增长 258.63%，战略升级成效显著，而且 2024 年开年增长势头良好。</p> <p>此外，公司在已实施股份回购的基础上，本年度拟向全体股东每 10 股派发现金股利 6.00 元（含税），预计合计派发现金股利金额为 2.65 亿元，积极回报广大投资者。</p> <p>投资者交流问答：</p> <p>1、公司在零食渠道的表现如何？以及今年在零食很忙、</p>

万辰系等渠道如何规划？

答：目前，公司已经进驻零食很忙、赵一鸣、好想来、零食有鸣、戴永红、奥特乐、恰货铺子等众多零食量贩和硬折扣系统，覆盖终端网点超 1.5 万家，已上市的零食渠道产品 SKU 数量 13 个。2023 年度公司在零食渠道收入 0.55 亿元，占比 3.21%，业绩仍属于爬坡阶段。2024 年，公司一方面将加深渠道的开拓力度，覆盖更多渠道网点，包括硬折扣系统和其他区域性零食量贩系统；另一方面将加速新产品上新速度，以很忙系、万辰系为标杆，加强合作，打造零食渠道枣类制品爆品梯队，发挥品牌优势、供应链优势，为消费者提供更多营养好吃、高性价比的健康休闲食品。

2、红小派今年的规划如何展望？

答：当前，消费者对于休闲食品的健康诉求日益凸显，成为行业发展的核心驱动力。红小派正是公司基于对市场需求的研判，以红枣+食药同源理念创新开发，并且在持续改进的产品。去年红小派全系列产品营收突破 2 亿，还荣获了国际 ITI 美味大奖，说明该产品具有较强的产品竞争力和市场影响力，拥有进一步发展的空间。因此，公司今年将继续延续双曲线战略，继续重点打造大单品红小派业务，保持核心品红小派、红枣芝麻丸持续增长，不断植入消费者心智。其次，公司还将通过口味延展、工艺创新实现产品迭代升级，例如去皮红小派、红枣花生派、椰枣核桃派以及芝麻味、香橙味、陈皮味等新产品，丰富红小派系列产品矩阵，满足消费者个性化、多样化的健康滋补需求，助推大单品业务的快速提升。

3、公司各产品、渠道表现情况能否拆解一下？

答：红枣是公司主业，以红枣为主要原材料开发的红枣制品 2023 年度营业收入实现 13.11 亿元，占比

75.86%，同比增长 48.62%，发展势头良好，毛利率 27.82%，同比去年也有所提升。分渠道看，线上收入 5.68 亿元，同比增长 8.32%，毛利率 30.81%；线下收入 11.06 亿元，同比增长 35.48%，毛利率 23.74%，公司线下专卖渠道稳健增长，借助商超、零食、流通等渠道开拓新市场，取得了一定成效。

4、公司今年如何规划费用投入？

答：首先公司会坚持围绕“高端红枣好想你”的品牌定位，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，提升品牌势能和美誉度。其次，作为健康食品企业，公司以红枣+食药同源理念，坚持持续研发投入，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。同时，公司还将继续打造战略大单品红小派，对红小派进行创新迭代，促进大单品继续高速发展，并孵化潜在爆品，借助抖音、视频号、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。此外，公司将会持续关注并评估各项费用的投入产出情况，寻求均衡发展。

5、公司今年在组织效率提升、人员激励等方面是否有新的思路？

答：目前，公司营销作战指挥中心下面涵盖三个产品事业部、七大销售战区以及品牌部、研发部等，组织管理更加扁平化。在渠道运营策略上，公司将通过兴趣电商直播开路，为公司快速筛选爆品；通过货架电商持续延伸，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。这样，公司各部门、各战区能力出一孔、利出一孔，建立高效的前

	<p>中后台沟通机制，将能更加发挥组织机制优势，助推公司第二曲线业务发展。</p> <p>在人员激励方面，公司在去年已经实施了 2023 年限制性股票激励计划，授予的股份暂未解锁。今年 2 月，公司还实施了股份回购，回购的股份用于未来拟推出的股权激励计划或员工持股计划，目前仍处于回购实施期。此外，公司还将继续优化前中后台绩效考核方案，根据产品分类设置差异化激励方案，对关键岗位设置超额激励，增加中后台对前台业务赋能的考核，充分激发全体员工的主动性、积极性和创新性，不断提升人均劳效，实现组织效益最大化。</p> <p>6、本年度公司分红力度较大，未来如何展望？</p> <p>答：截止 2023 年 12 月 31 日，公司可供分配利润 21.20 亿元，货币资金 14.39 亿元，现金充裕。在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司拟以总股本扣除回购专用账户中的股份数量为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 6 元，预计合计派发现金红利 2.65 亿元。未来，在充分考虑可持续发展的基础上，公司仍会坚持积极回馈股东，给予投资者合理、稳定的投资回报。</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。