

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 2024-003

<p>投资者关系活 动类别</p>	<p><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>券商策略会</u></p>
<p>参与单位名称 及人员姓名</p>	<p>长江证券董思远、国联证券陈梦瑶、民生证券张玲玉、财通证券吴文德、德邦证券李欣欣、国泰君安李耀、高毅资本方振、同犇投资韩冰洁、人保养老徐椰香、华安基金金拓、东海资管万静、野村东方黄佳斌、金鹰基金李敏晗、理成资管林丽芬、华能信托王炜、富安达基金李雨桐、惠通基金刘利钊、国信资管杨凡、星泰投资贾雨朦、中银资管胡晓航、长江资管丰一凯、东方证券自营邢凯、汇安基金王苏煦、万家基金王琴、远希基金周文强、汇华理财游彤煦、苓茏投资鲁艳妮、安联基金赵耀、华富基金王叶、中金公司项洪波、众安保险孙毓晨、招商基金候杰等机构人员。</p>

时间	2024 年 2 月 28 日至 3 月 1 日
地点	上海、无锡等地。
上市公司接待 人员姓名	投关经理汪红冬
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p><b>公司经营情况介绍：</b></p> <p>2023 年，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，持续推广好想你高品质、高价值的产品，通过专卖、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、流通等渠道实现业绩的快速增长。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。</p> <p><b>投资者交流问答：</b></p> <p><b>1、公司零食渠道的开发情况？有多少个 SKU？24 年有何规划？</b></p> <p>答：2023 年在零食渠道快速发展的背景下，公司紧抓渠道变革机遇，顺势而为，借助与零食渠道的合作，不断为渠道赋能，为消费者提供品类更加丰富的健康休闲食品。目前，公司已进驻的零食渠道有零食很忙、赵一鸣、好想来、零食有鸣、戴永红、恰货铺子等众多渠道，覆盖终端网点超 1.5 万家，已上市的零食渠道产品 SKU</p>

数量合计超过 10 个。2024 年公司将深度推进与零食渠道的合作，持续开拓新的渠道网点，不断增加产品 SKU 数量，促进渠道业绩快速增长。

**2、公司投资零食很忙后，和零食很忙的合作是如何规划的？**

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、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。

**3、大单品红小派去年表现情况如何？以及今年如何规划？**

答：2023 年大单品红小派业务通过兴趣电商、线下商超、便利店、零食、流通等渠道实现了业绩的快速增长，红小派系列产品在全国铺货网点突破 3 万家，营业收入突破 2 亿元。今年公司将深度推进大单品业务发展，产品加速创新迭代，在红枣核桃派基础上，口味延展、工艺创新，开发上市去皮红小派、红枣芝麻派、红枣花生派、红枣五红派、桑葚五黑派等新产品，构建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。

**4、公司营销体系目前的组织架构请介绍一下？**

答：目前公司营销中心下设三个产品事业部，分别为礼品事业部、大单品事业部和品类创新部，目的是巩固红枣健康礼品，打造红枣休闲化大单品；下设七大销售事业部，分别为兴趣电商战区、传统电商战区、河南门店战区、省外商超战区、零食渠道战区、大客户战区和新

模式战区，目的是提升门店盈利能力，突破省外渠道网点数；下设品牌管理部、销售管理部、研发部、综合赋能部等职能部门，目的是提高跨部门沟通效率和效果。

**5、公司 23 年各渠道业务表现情况如何？2024 年渠道策略是怎样的？**

答：2023 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，以直播业务为主的兴趣电商渠道快速发展，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；通过传统电商搜索引流，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；通过商超和零食渠道实现线下网点的快速覆盖，即线上引领，线下扎根，协同作战，共创佳绩！

**6、公司明年如何规划？**

答：针对 2024 年度经营发展规划，公司制定了十大战略，包括深入实施“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。同时，公司还将深入实施品牌文化因果逻辑、深入实施科技创新持续改进发展战略、深入实施红枣纵深可持续发展战略、深入实施健康锁鲜食品引领发展战略、深入实施产品层级优化再造发展战略、深入实施深耕渠道发展战略、深入实施供应链三保一降一创新发展战略、深入实施系统数据化赋能发展战略、深入实施组织人才体制机制发展战略等。

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，产品创新和渠

	道开发形成共振，共同发力，助力公司经营业绩不断提升，以更好的业绩回报广大投资者。
附件清单（如有）	无

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。