

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 2023-006

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	国盛证券符蓉，交银基金邱华、张程，华安基金袁少州，财通资管林伟，创金合信刘毅恒，国投瑞银冯新月，海富通陈涛，华泰证券王可欣，东吴证券王颖洁，光大证券董博文，安信证券王玲瑶，东北证券李强、阚磊，广发证券方一苇，众安财险孙毓晨等。
时间	2023年5月19日（周五）
地点	好想你总部会议室
上市公司接待人员姓名	董事长石聚彬、董事石训、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	1、问：红枣成本方面今年怎么看？针对去年亏损的情况，今年利润端有何改善措施？ 答：因红枣为一年成熟一次，每年第四季度集中采购一次，当前还未到红枣成熟采购季，目前难以预判产量，也因此难以预判未来红枣采购成本。在利润改善方

面，公司今年已对产品结构进行优化调整，把红小派和豆菲菲作为公司今年重点增量业务产品，红小派打造为新一代健康零食，豆菲菲作为豆花品类的创新突破，开拓公司第二增长曲线，带动公司业绩实现稳健增长，持续改善经营状况。但考虑到市场不确定因素的存在以及在新品牌、新渠道端仍会有持续的费用投入，利润改善还存在一定的不确定性。

2、问：今年渠道布局有怎样的变化？如何看待渠道的碎片化？终端网点数量在不同渠道的分布是怎样的？

答：在产品端，公司今年会精简 SKU, 重点推广战略单品增量业务，形成线上、线下的产品矩阵及全渠道大单品。因此，在渠道布局方面，线下渠道借助商超、便利店、零食专营店等渠道，聚焦代餐消费场景、休闲零食，精准触达都市年轻消费群体，目前各渠道还在洽谈合作中。电商渠道在天猫、京东的基础上，重点布局抖音、快手等直播短视频平台，打造自播间，开设新店铺，通过大主播合作+店铺自播+素人口碑传播。好想你主品牌聚焦高端红枣，以 MISS YOU 为代表的子品牌，精准定位健康滋补，多品牌协同发展，多渠道促进公司业务取得较快增长。

3、问：今年账目上现金有何用途？有何投资规划？

答：公司账面资金主要用于生产经营业务，其余闲置资金会在股东大会授权范围内开展投资理财，以提高资金使用效率，实现资产的保值增值。在投资方面，公司一直秉承稳健投资的策略，正积极寻找与公司战略发展相吻合的优质标的。因投资存在较多不确定性，请各位投资者以公司公告信息为准。

4、问：红小派的目标收入体量以及渠道覆盖程度如何？

答：好枣出好派，红小派选用了枣中贵族新疆灰枣，

新疆灰枣有着更多的蛋白质以及人体生长所需要的 20 种氨基酸。在生产工艺上，红小派采用了“空气轻蒸，熟制冷压”创新工艺，通过“蒸”激发红枣的软糯香甜，且轻“蒸”过后的红枣更易消化，营养更易吸收。红小派目前是公司今年重点推广的全渠道大单品之一，是公司主要的增量业务产品，在公司现有渠道均有销售，其他各渠道及终端网点目前还在合作洽谈中。

5、问：今年消费情况有所修复，未来开店规划如何？是否会进入空白市场？另外是否考虑将门店迭代升级，门店是否有被零食专营店分走客流量？

答：专卖渠道作为公司核心渠道，通过“高品质、高价值、优服务”链接目标消费者，满足消费者“六维一体”的体验需求。而零食专营店主打性价比，其定位与公司门店有一定的差异。今年公司线下门店将以固基础、稳发展为经营目标，通过店面的关、移、升、开来持续优化，增加店铺客流量，提高店面坪效。省外店面以加盟为主，直营店为辅，在北京、上海、杭州等重点城市开设直营专卖店，打造标杆旗舰店。

6、问：增长委员会负责哪些工作？及运作模式？

答：增长委员会旨在整合公司资源优势，集中力量把红小派、豆菲菲打造为公司全渠道大单品，促进增量业务的发展。具体执行仍会分配至公司品牌、产品、营销、供应链等核心部门，并设置了考核指标及监督机制。

7、问：休闲零食同质化严重、价格战不可避免，经济环境变好后如何看待主流赛道的竞争？如何增强自身的优势？

答：在产业升级及消费升级的推动下，国民消费观念发生了较大改变，对食品的需求逐渐由温饱向个性化、多元化、休闲化、健康化方向转变。新一代的年轻

	<p>消费者以及中等收入群体愿意为健康饮食给予更高的溢价，低糖低卡、优质的原材料、健康的加工工艺、健康的功能性等要求，已成为主流需求推动着食品产业向着健康化发展。未来公司将继续围绕“十三大创新”，瞄准健康食品赛道，坚定创新驱动，与国内顶尖科研院所开展产学研合作，深入研发更具功能性产品。通过严选地道食材，以冻干锁鲜（FD）技术为核心，开发“专、精、特、新”高品质、高价值产品，丰富公司健康食品产品矩阵，不断提高公司核心竞争优势，促进公司在健康食品产业的快速发展。</p> <p>8、问：2023 放量的产品除了红小派、豆菲菲等，是否还存在其他产品？公司基于什么逻辑推广新品？</p> <p>答：产品方面还有维C枣、清菲菲、枣片等众多产品。公司始终坚持发展健康事业，推广健康理念，聚焦红枣主业和健康锁鲜食品，做健康食品，什么是健康食品？就是严选天然、安全、营养，富含优质蛋白、维生素、膳食纤维等成分的食材，科学配比、营养均衡，低糖、低油、低盐、少添加，采用先进生产工艺实现绿色生产，锁住营养、留下健康，这就叫健康食品。公司以国内知名科研院所的最新科研成果为基础，结合现代科学膳食营养理念和中国传统养生配方，进行反复试验论证，最大限度保证食品的营养价值和美味口感，以此创新开发新产品，从而满足不同消费群体的个性化消费需求。</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。