

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 2026-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<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</u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	国盛证券李梓语，国盛证券王玲瑶，东北证券吴兆峰，华鑫证券孙山山，华创证券范子盼，华创证券寸特彬，广发证券胡慧，国联民生刘景瑜，东方证券张玲玉，东方证券常昕，中信证券赵康，中信建投证券高畅，光大证券董博文，国泰海通张宇轩，财通证券黄欣培，国投瑞银基金张鸿，易方达生名扬，建信保险资管张旭菁，巨杉资产何川，光大证券刘勇，国泰海通陈力宇，国投证券刘亚洲，海南羊角私募基金解睿，尚诚资管黄向前，浙商证券隋牧含，东北证券张欢茹，宁泉资产浦嘉懿，创金合信基金张小郭，广发证券李国华，光大证券董博文，东方财富田然，天治基金王娟，源乐晟资产钱雨欣，东方财富证券秦一方，中邮基金李泽坤，嘉实基金宋振茹，兴全基金王志强，鸿运私募基金朱伟华，鹏扬基金黄旭。
<b>时间</b>	2026年4月29日(周三)下午 15:30-16:30
<b>地点</b>	线上会议
<b>上市公司接待</b>	副总经理、财务负责人、董事会秘书：豆妍妍 证券事务代表：王浩翔

人员姓名	
<p style="text-align: center;"><b>投资者关系活 动主要内容介 绍</b></p>	<p><b>公司经营情况介绍：</b></p> <p>2025 年，面对食品行业健康化、功能化、场景化加速演进的背景，公司紧紧围绕“两个健康双增长”和“十大经营战略”开展工作。</p> <p>2025 年，好想你营业收入 13.28 亿元，归母净利润 8.66 亿元。</p> <p>2026 年一季度，好想你营业收入 5.05 亿元，归母净利润 11.11 亿元。</p> <p>公司经营业绩的改善，主要通过产品清单管理、销售渠道拓展、红枣原料精准采购、生产精细化管理、费用管控、组织变革、股权激励等。</p> <p>产品方面，坚持聚焦高品质、高附加值发展路线，持续研发迭代健康功能性新品，精准匹配消费者日益升级的健康养生消费需求，重点发展去核枣、去皮去核枣、黑金枣等系列产品。</p> <p>渠道协同发展方面，公司坚持线上引领、线下协同的发展策略，全域触达各类消费群体，线上业务经营质量持续改善，依托四大平台协同优势，实现 24 小时 AI 直播，带动去皮去核枣、红枣芝麻丸等爆品增长，其中线上去皮去核枣稳居主流平台销量榜首。线下方面，公司持续优化河南直营门店网络布局，探索门店场景化改造与高端会员服务，提升情感联结与品牌体验；省外商超战区深化与山姆、开市客、天虹等标杆客户合作，推进差异化产品策略，代表性产品黑金枣成功跻身山姆养生滋补品类热门产品。通过实施深耕渠道发展战略，持续优化全渠道布局。</p> <p>品牌建设方面，夯实“红枣专家好想你”定位，根据世界品牌实验室发布的 2025 年《中国 500 最具价值品</p>

牌》排行榜，公司品牌价值达到 207.72 亿元；520 品牌日活动实现 1.6 亿次以上曝光，溯源短片《大地的礼物》荣获第十三届 TopDigital 创新营销奖商业短片金奖。未来公司将紧紧围绕十大经营战略稳步推进各项经营工作：品牌端持续夯实“红枣专家好想你”核心定位，通过创新营销策划、全媒体品牌传播、精细化会员运营等举措落地深耕，持续强化品牌渗透力、沉淀核心用户，赋能经营业绩稳步增长；

**投资者交流问答：**

**1、2025 年及 2026 年第一季度分渠道的表现情况？**

**答：**2025 年，公司实现营业收入 13.28 亿元，归母净利润有了大幅提升。从业务口径看，公司电商、专卖、商超渠道可以说是三足鼎立。2026 年一季度渠道结构保持稳定，未来公司将继续围绕年节礼赠、健康休闲、食药同源等消费场景，推动电商、专卖、商超等渠道协同提升，不断拓宽消费触点，提升市场渗透率，实现全渠道高质量发展。

**2、从产品角度来看，2026 一季度增长核心贡献在哪些品类？**

**答：**2026 一季度增长的核心贡献主要来自去核枣、去皮去核枣、三蒸三制枣、黑金枣、红枣芝麻丸等品类。公司后续产品开发将继续聚焦红枣精深加工、功能化、健康化方向推进产品研发与迭代。公司将持续孵化打造爆款大单品，带动整体收入稳健增长。

**3、2026 年利润如何预期？在主业和投资两端分别有怎样的目标和规划？**

**答：**根据 2025 年员工持股计划行权目标，2026 年公司净利润（剔除鸣鸣很忙的投资收益及股份支付费用影响）不低于 2000 万元。从 2026 年一季度看，公司营

业收入和扣非净利润同比均实现增长，主业向好趋势积极。主业端，公司将继续聚焦红枣+健康锁鲜食品，推动去核枣、去皮去核枣、黑金枣等核心大单品；深化全渠道布局，提升渠道运营效率；推进供应链降本和费用效率提升；投资端，公司会审慎管理参股项目和金融资产，鸣鸣很忙等投资收益存在公允价值波动，公司更强调主业持续造血与投资价值管理的平衡，确保整体经营稳健、风险可控。

**4、山姆的表现一直都非常优秀，能够持续达成多品项合作的原因？后续的推新是怎样的思路？**

**答：**山姆是公司重点深耕的高势能渠道之一，公司能够持续推进多品项合作，核心在于双方消费人群和选品标准较为匹配：山姆会员更关注品质稳定、健康属性、家庭场景和供应链可靠性，而公司长期聚焦红枣专家定位，具备红枣原料、加工工艺、质量管控和规模交付能力；同时，公司已通过 BRCGS 等质量体系认证，并围绕免洗枣、去核枣、去皮去核枣、低 GI 黑金枣等持续做产品迭代。后续推新会坚持渠道需求+消费场景+技术储备结合，围绕家庭健康、轻滋补、低负担、便捷食用等方向，打造更适合会员店的高品质、大单品和差异化产品，巩固渠道优势。

**5、公司在零食量贩渠道发展情况如何？如何展望2026年量贩渠道的 sku 及月销体量？**

**答：**在零食量贩渠道，公司正在持续优化产品结构，包括加大深加工、高技术壁垒产品的供给，进一步提升渠道盈利水平，最终实现“有量有质”的健康增长。量贩零食渠道是重要增量渠道和消费者触达场景。公司将围绕红枣休闲化、轻滋补、办公室零食、家庭分享装等方向，以核心单品带动结构优化，提升动销质量和渠道

复购。

#### **6、后续分红如何规划？**

**答：**公司始终重视股东回报和经营发展的平衡，坚持以多种方式分享经营成果。2025 年度利润分配预案为以扣除回购专用账户股份后的股本为基数，每 10 股派发现金红利 6 元，现金分红金额约 2.65 亿元；2024 年度公司也已实施每 10 股派发现金红利 10 元的方案，体现了较强的回报意识。未来公司会严格按照法律法规与监管要求，结合盈利水平、现金流状况、主业发展、投资安排和监管要求，保持分红政策的连续性、稳定性和可持续性。

#### **7、胖东来的选品及月销情况？**

**答：**胖东来渠道方面，总体看，公司在该类高势能商超的选品逻辑，围绕“红枣专家”定位，匹配高品质、健康化、家庭化和礼赠化消费场景，重点选择原枣、去核枣、去皮去核枣、黑金枣、红枣芝麻丸等更能体现品质和差异化的产品。

**8、2025 年公司执行了重点产品清单，聚焦了高毛利产品，2025 年和 2026 年一季度主业的利润表现是怎样的？在聚焦高毛利产品的同时，如何兼顾量贩等性价比渠道的拓展？**

**答：**2025 年归母净利润 8.66 亿元，主要受参股公司公允价值变动等非经常性因素影响；2026 年一季度，公司营业收入同比增长 23%，扣非归母净利润 3420 万元，同比增长 17%，主业向好趋势更加明确。产品端，公司将继续聚焦免洗枣、去核枣、去皮去核枣、黑金枣、红枣芝麻丸等高价值产品；在量贩等性价比渠道，则通过渠道专供规格、高周转单品、供应链降本和差异化定价匹配渠道需求，避免简单低价竞争，实现全渠道健康发

	<p>展。</p> <p><b>9、当前的红枣成本处于怎样的水平，未来红枣成本如何展望？公司当前的库存水平和采购策略是怎样的？</b></p> <p><b>答：</b>总体看，当前红枣原料市场仍呈现以质论价、优果优价的特点，整个行业看，近年来产季受结转库存、供需结构和天气变化影响，价格整体存在波动但供应相对充足。公司会坚持保安全、保质量、保供应、降成本、创新升级的三保一降一创新供应链策略，结合年度销售计划、渠道订单和产品结构动态采购，重点锁定高品质核心原料，同时控制库存周转和资金效率，保障高端枣、去核枣、黑金枣等重点产品稳定供应，提升资金使用效率，通过规模化采购、精益化管理持续降低综合成本，为公司稳健经营提供有力支撑。</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></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。