

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 2022-004

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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	东亚前海证券崔晓雯、杨逸飞及其他机构投资者
时间	2022年5月26日（周四）15:00-16:00
地点	公司董事会秘书办公室
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：豆妍妍女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为了进一步加强与广大投资者的沟通交流，公司参与东亚前海证券举办的“大消费行业中期策略会”，本次会议采用线上语音交流形式与投资者就公司基本情况、业务发展以及未来规划等投资者关注的问题进行沟通。主要内容如下：</p> <p>问题 1：受疫情的影响，公司当前的销量和去年同期对比如何？针对疫情，公司有何应对策略？</p> <p>答：虽然受到疫情影响，但是公司今年一季</p>

度营业收入与去年同期相比仍取得了稳定增长。二季度，郑州、上海等地的疫情对公司线下门店、线上的物流运输带来了一定的影响。但疫情封控对门店的影响是短期的，公司通过产品创新以及对全渠道体系的不断完善，构建了门店+社区团的形式，为消费者提供在线下单、送货到家等增值服务，让消费者无论在什么时间、什么地点都能快速吃到方便即食、线上线下同品同质同价的健康食品。谢谢。

问题 2：疫情对公司线下业绩的影响程度？

答：疫情对公司线下业绩产生了一定的影响，但公司也在通过加大对新产品、新项目等增量业务的拓展力度，在确保存量业务不下滑的基础上，用增量业务来缓冲疫情的影响。目前公司尚无法准确预计疫情对二季度业绩的影响程度。谢谢。

问题 3：未来公司是否还有并购计划？

答：公司投资主要分为对内投资和对外投资，对内投资成效显著，比如说去年孵化的 MISS YOU 项目在两个月时间为公司贡献 1,000 多万元销售收入，红枣咖啡项目也为公司贡献了 1,000 多万元的销售收入，上述项目今年还将持续为公

司贡献可观的业绩。另外公司研发的预制餐新产品预计在下半年也会为公司贡献一定的销售业绩。未来公司将继续围绕主营业务发展加大内部项目的孵化力度。在对外投资方面，公司通过与头部创投机构（晨壹基金、美团龙珠资本等）开展合作投资，目前已经有一家实现上市，还有两家正在上市进程中，通过合作投资实现了公司资产的保值、增值。同时，公司也已经储备了一批具有良好发展潜力的优质标的，但项目尚处于调研阶段，今年公司将加大力度寻找与公司战略发展相吻合的优质标的，通过投资、兼并等方式实现产融结合，进一步壮大企业的实力。具体进展情况请投资者关注公司公告，以公告内容为准。谢谢。

问题 4：公司怎样看待其他休闲零食品牌涉足红枣产品而引起的行业竞争加剧问题？公司有哪些核心竞争力应对行业竞争？

答：首先来说，有更多的企业参与红枣市场竞争，大家共同努力把市场做大，其实是一件好事。同时也证明了红枣是有未来的，市场是有需求的。与其他休闲零食品牌相比，公司的竞争优势主要表现在以下几个方面：（1）公司聚焦红枣

产业已有 30 年，产业链非常完善；（2）在红枣选品方面，公司根据红枣的 7 好标准严选红枣 706 个品种中最好的灰枣品种；（3）在产地选择方面，因为新疆不同地区生产的红枣的品种、质量和价格差异较大，公司凭借多年对红枣种植培育的深入研究，与原产地的供应商建立了长期战略合作，实施标准化的种植及科学化管理，这样一方面提升了红枣的品质，另一方面因为长期合作，关系牢固，公司能获取比市场更加优惠的采购价格；（4）成熟季节我们严选头茬树冠枣，从新疆到新郑历经 72 小时路程，让红枣入住“五星级酒店”（万吨级高架立体冷库），进行低度恒温保鲜，最大限度地保留红枣原有的营养、口感、观感。公司的红枣冷库也是交易所指定的红枣期货交割库；（5）在生产加工方面，公司按医药行业 GMP 要求建了十万级净化车间，制定了 GMP 制度，生产过程采用全自动光影分选、微波灭菌和臭氧杀菌技术，做到生产过程零接触、无菌操作。以上是公司作为红枣行业龙头企业所独有的优势和竞争力。谢谢。

问题 5：公司基于冻干锁鲜技术打造的清菲菲、简单枣面等系列产品的市场情况如何？未来在

冻干锁鲜系列产品方面的规划是怎么样子的？

答：在红枣方面，我们做到了行业第一。在冻干锁鲜方面，公司投入了4个亿左右的资金，目前，技术和规模在行业内是处于遥遥领先地位的，我们的目标也是要做到行业第一。我们通过冻干锁鲜技术把类似于红枣、银耳、百合、莲子、枸杞等食药同源的产品，通过科学的配比，精心的烹饪，不添加任何防腐剂或添加剂，锁住新鲜食材97%以上的营养成分，做成方便即食，深受消费者欢迎的健康食品。在产品方面我们有添加膳食纤维的，有添加益生菌的，有添加植物蛋白的，产品种类丰富，营养也更加全面。另外还有单体装、礼盒装、混合装等能满足不同消费者的消费需求，深受消费者欢迎。此外，在后疫情时代，大家更加关注健康，对健康食品的需求也在不断增加。因此，我们不断上市一些预制餐类新产品，为消费者提供代餐类产品的消费选择，从而满足消费者的刚性需求，市场潜力巨大。谢谢。

问题6：财报上反映公司今年坚果类产品收入下滑，是因为公司战略调整还是疫情影响呢？

答：2020年财报数据包含杭州郝姆斯(百草味)1-5月份数据，坚果类产品在百草味的业务

中占比较高，2021 年报表中不包含百草味的数据，因此报表显示的数据是下降的。但我们也有坚果类产品，公司去年投入了 3,000 多万建立了自己的生产加工车间，主打高端坚果，利用冻干锁鲜工艺，把坚果和红枣等组合起来，生产更加健康和高品质的健康食品，目前该产品市场需求比较广，销量也在不断上升。谢谢。

问题 7：请具体介绍一下公司的 B2B 业务以及和海底捞、东阿阿胶等企业的合作情况？

答：B2B 业务在公司属于 ODM 事业部的业务，向客户提供定制化产品或工业原料。例如为海底捞、东阿阿胶、同仁堂、扬子江药业等提供红枣原材料，红枣作为食药同源，可以加入到高汤、糕点、面包、酸奶等食品中食用，还可以作为药引子。此外，公司与学校、医院、企事业单位等机构建立了长期稳定合作关系，为其提供定制化产品。例如针对幼儿园三餐两点的需求，公司提供一些种类丰富、适合儿童食用的健康食品，深受小朋友们的喜爱。总的来看这些业务还是很有发展前景的，相应的销售业绩也在不断提升。谢谢。

问题 8：未来电商渠道的收入是否会继续提升？

目标是多少呢？疫情之后公司对电商渠道有怎样的布局？

答：我们认为电商渠道的销售是会持续增长的，这也是时代的需要。消费者通过电商渠道可以获得更加便捷、更加高效的消费体验。目前，传统的线上渠道包括天猫、京东、拼多多等渠道占线上收入比例 95%左右。但是公司近几年通过重点布局直播电商、社交电商、内容电商等社交网络，以短视频或网红直播的形式把公司的品牌形象、产品、文化等更好的触达各精准细分市场，根据公司内部数据统计显示抖音、快手、小红书等社交平台的增速比传统电商快。在线上线下融合方面，公司以新零售为载体，专卖店通过新零售拓展三大线上业务线（线上商城、外卖、社区团），构建以“人货场”多元消费场景，为客户提供多入口覆盖、互联互通、方便快捷的便利服务，赋能专卖店线上会员到店引流，全面推进线上线下同款同价，让消费者在天猫、京东、抖音、外卖平台、好想你官方微信小程序等各网络平台都能买到同质同价的线下专卖产品，同时实现新零售平台持续为线下门店引流的目的，这样能最

大限度的降低因疫情管控、封控对线下门店的影响。谢谢。

问题 9：公司各类产品的毛利率是什么情况？

答：礼盒类产品的毛利率相对较高，大众消费品、伴手礼类产品的毛利率相对较中性，家庭装、休闲类产品的毛利率相对较低。谢谢。

问题 10：公司今年在费用投放有什么规划？广告费用是否会增加？

答：公司近几年的品牌宣传力度一直在加大，例如在品牌代言人、电视剧植入、地铁楼宇等硬广、小红书种草、小视频推广、网红直播等方面以及 30 周年品牌庆典活动等都会增加费用支出，这样对公司的品牌成长、渠道建设以及产品宣传都是有利的，但这也是个长期建设的过程。另外一方面，公司在研发费用方面也在加大投入，因为红枣具有防癌、抗衰老、补血养气等功效，公司通过成立河南健康食品研究院以及联合各大科研院所做一些专业研究，把研究成果应用到产品中，开发一些功能性产品，提升产品的附加价值，从而更好的满足消费者的需求。谢谢。

问题 11：公司的新品研发只是针对红枣吗？是否包含一些其他的品类呢？

	<p>答：除了红枣以外，例如清菲菲、红枣咖啡、每日坚果以及未来将上市的新产品和星火计划相关的产品等等都是公司围绕着健康食品去做新品研发，目的是为了不断丰富消费者在后疫情时代对健康食品的需求选择，让懂健康、要健康、愿为健康付诸实际行动的人吃上健康的食品。谢谢。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022-5-27