

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 2026-003

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>券商策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	国联民生张馨予、诺德基金曾文宏、中金基金闫鑫、中银基金池文丽、德邦基金刘敏、东方证券郭哲。
时间	2026年5月28日(周四)下午12:00-13:00
地点	上海
上市公司接待人员姓名	投关经理：张艺鑫
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司经营情况介绍：</p> <p>2025年，公司紧紧围绕“坚持四个不动摇”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>公司主业经营业绩的改善，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、股权激励等措施来实现。</p>

产品端，公司坚持“高品质、高价值、优服务”的行动纲领，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，同时聚焦产品清单管理，重点发展去核枣、去皮去核枣、黑金枣、三蒸三制枣、红枣芝麻丸等核心品类，大单品推广成效显著。

渠道端，公司坚持“线上引领、直播开路、线下收割”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，带动去核枣、去皮去核枣等核心产品增长，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。

品牌端，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。公司通过创新营销策划、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、增强“东方枣礼 中原情意”的品牌认知，赋能经营业绩稳步增长。

供应链端，公司坚持“三保一降一创新”发展战略，通过以奖促降调整管理机制推动供应链优化，例如组织结构优化，资源向一线倾斜，优化干部队伍；考核体系升级，KPI聚焦品质与降本优化为以奖促降的绩效导向

激励机制；采购模式实施“集中采购+精准采购+源头采购”；车间技改项目取得显著成效，生产效率与质量双重提升等措施持续推动供应链工作。

投资者交流问答：

1、2025 年及 2026 年一季度毛利率提升的因素？

答：毛利率提升系公司“开源节流”效果显著，即一方面通过优化产品清单管理，聚焦核心产品，将资源投入创利、创量产品，优化产品结构；另一方面供应链贯彻“三保一降一创新”战略，推行红枣原料精准采购，严格依据产品需求锁定特定产地和等级的原料，替代以往混级采购模式，从源头保障品质与成本优化；同时实施集中招投标采购，凭借规模优势换取议价能力，进一步压缩原料和包材的采购成本；加强生产环节精细化管理，积极进行数智化转型，通过不断开发各类业务数据看板、车间技改有效降低损耗与冗余费用，优化人员配置、提升生产效率，同时红枣原料成本有所下降，从而实现毛利率提升。

2、今年红枣成本如何展望？

答：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，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，保障重点产品稳定供应，提升资金使用效率，为公司稳健经营提供有力支撑。

3、公司未来在产品创新如何展望？

答：产品端公司始终坚持红枣+健康锁鲜食品主业不动摇，在深耕红枣全产业链的同时，持续丰富健康锁鲜产品矩阵。未来公司将围绕功能性、滋补性、场景化进

行产品创新，围绕黑金枣、三蒸三制枣、去皮去核枣、红枣芝麻丸、黄精抱枣等战略单品，以及红枣八宝茶、人参酸枣仁膏、红枣山药粉等多元产品形态，强化低糖、低负担、高纤维、轻滋补、便捷食用等产品表达，不断满足消费者更深层次的健康饮食需求。

4、公司渠道端未来有何规划？

答：渠道方面，公司坚持“线上引领，直播开路、线下收割”发展战略：围绕“专卖+电商+省外商超”三大主渠道，持续推进全渠道高质量增长。在线上，公司将坚持“一平台一策、一产品一策”，强化直播引流、内容转化、微信小店运营和重点项目打造，提升平台差异化经营能力；在线下，持续推进门店形象升级、文化展示、体验服务和超级体验店建设，增强终端转化和品牌温度。与此同时，加强与山姆、胖东来、开市客、天虹等高势能客户合作，积极布局增量渠道，推动各渠道从单点拓展走向协同发力。

5、品牌端今年有何重要战略？

答：品牌端围绕“红枣专家好想你”和“有温度的企业”两条主线，持续完善品牌文化因果逻辑体系，推动品牌表达从单点传播走向系统化运营。公司将加快建设“红枣专家库”，围绕灰枣来源、免洗枣标准确立、去核枣设备升级、去皮去核枣优势、三蒸三制枣与黑金枣加工技术等内容，系统讲好红枣故事、产品故事、用户故事和文化故事，并通过短视频、直播、社媒内容和终端展示提升传播效率。与此同时，进一步强化品牌 LOGO 规范管理、品牌分层使用和行业研究发布机制，持续提升品牌认知、品牌信任和品牌成交转化能力。

6、公司未来投资计划有何展望？

答：公司对外投资始终围绕公司红枣主业进行，未

	来将持续关注食品饮料行业的投资机遇，坚持投资赋能主业，协同发展。未来公司始终聚焦红枣主业发展，战略清晰、方向坚定，将继续深耕红枣产业，不断提升核心竞争力与内在价值，以扎实经营回报广大投资者。
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。