

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 2026-012

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☐业绩说明会 ☐路演活动 ☒其他 券商策略会
参与单位名称及人员姓名	珠海科技集团、浙商金汇信托、方正中期期货、方正证券
时间	2026 年 9 月 10 日
地点	杭州
上市公司接待人员姓名	投关经理：张艺鑫先生
投资者关系活动主要内容介绍	公司经营情况介绍： 2026 年，公司紧紧围绕“坚持四个不动摇”和“公司十大经营战略”开展工作。2026 年上半年，好想你实现营业收入 7.07 亿元，其中：产品销售收入 6.61 亿元，同比增长 6,725.50 万元，增幅 11.32%。公司业务结构优化，产品收入增长显著。 报告期内，公司确立“聚焦品质、深耕礼品”的战略导向，开展专项行动，从产品层面多个维度进行优化，呈现产品向新、结构向优、结果向好的发展态势。其中，高端枣系列、DIY 礼盒系列、黑金枣系列、去核枣系列均同比实现双位数增长，同时储备了一批新产

	品，为下半年业绩增长打下了坚实基础。 公司实现归属于上市公司股东的净利润 7.44 亿元，主要得益于鸣鸣很忙公允价值增加。剔除股权激励费用和上年同期包含鸣鸣很忙按照权益法核算确认投资收益影响后，公司扣非净利润-138.64 万元，同比增长 841.17 万元，增幅 85.85%。其中，主业经营利润（营业收入-营业成本-税金及附加-销售费用-管理费用-研发费用）为-341.91 万元，同比增长 764.71 万元，增幅 69.10%。公司主业经营利润显著改善，主要得益于以下几个方面： 一是礼品为主的战略转型成效显著。报告期内公司坚定推进“聚焦品质、深耕礼品”的战略转型。围绕战略落地，公司以门店场景重塑、大客户渠道深耕、产品适配礼品化调改、组织管理强化过程管控为四大核心抓手，系统性构建礼品消费全场景服务能力。2026 年上半年，礼品收入同比增长 13%。 二是高势能渠道快速突破。公司持续深化与山姆会员店、胖东来等高势能渠道的战略合作，2026 年上半年山姆渠道收入同比增长 47.73%；胖东来渠道收入同比增长 66.16%，已接近 2025 年全年水平。 三是专卖渠道门店升级效果显著。公司全面推进门店升级焕新，重塑终端体验新格局，2026 年计划升级直营门店 53 家，上半年已升级 23 家，升级后门店客单数与销售收入均实现同比增长。2026 年上半年，专卖渠道收入 1.88 亿元，同比增长 7.26%。 四是坚持供应链“三保一降一创新”战略。采购端通过主要原料集中采购、精准采购、源头采购，辅料和包装材料招标集采，有效降低采购成本；生产端通过持续推进设备技改、精益生产和自动化升级，提
--	---

	升生产效率,降低生产成本,公司毛利率同比提升 4.03 个百分点。 投资者交流问答: 1、公司聚焦礼品赛道的原因是什么? 下半年如何展望礼品业务发展? 答: 公司确立“聚焦品质、深耕礼品”的战略方向,把礼品赛道作为业务重心,是结合行业竞争格局、公司自身核心竞争力、历史经营复盘以及消费趋势变化综合做出的战略选择。 展望下半年,公司将围绕“四个坚持不动摇”和“公司十大经营战略”持续推进礼品业务工作。 产品层面,重点做强糯香枣(去皮去核枣)、三蒸三制枣、黑金枣等新质红枣品类,持续推进红枣产业新旧动能转换,以新质红枣引领礼赠市场供给升级; 同时持续优化产品清单管理,全员聚焦清单内核心创量、创利产品开展营销与渠道运营,逐步出清清单外亏损、低效SKU,持续优化产品结构,进一步改善礼品业务盈利水平。 多元渠道场景协同发力:持续推进线下门店升级改造,拓展客户定制业务,深度挖掘文旅、交通枢纽等增量消费场景,探索联盟商模式升级等,紧抓中秋、国庆、年货节礼赠关键窗口期,全力推动礼品业务实现收入与效益同步提升。 2、未来公司在山姆渠道的规划是怎样的? 答: 山姆自合作以来围绕红枣推出多款产品,目前已合作 7 款产品(1kg精选免洗红枣、2kg免洗去核红枣、900g黑金枣、六合滋养礼、臻品干货礼盒、本草韵藏干货礼盒、阿胶黑金枣),覆盖日常消费、滋补礼赠等多元消费场景;同时公司持续优化山姆渠道的终端运营体验,一是产品陈列由传统南北干货区调整至
--	--

	高流量区域，同步新增现场烤枣试吃体验，通过香气吸引消费者形成排队效应，并辅以产品堆头，方便消费者购买，提高转化效率；二是公司加强小红书等内容平台营销力度，精准触达会员店核心消费群体，线上种草反哺线下到店动销。 未来公司将持续把握会员商超消费红利，一方面迭代打磨现有成熟SKU，持续做大核心大单品，巩固渠道基本盘；另一方面结合山姆会员家庭消费、节日礼赠的用户特点，丰富高价值新品供给，兼顾规模放量与盈利提升。运营端延续精细化运营思路，优化陈列、试吃体验与线上内容营销协同，推动山姆渠道收入实现持续稳健增长。 3、公司上半年毛利率优化的主要原因是什么 答：公司上半年毛利率改善主要源于以下三个方面： 产品端，公司通过聚焦产品清单管理，将资源集中于贡献 80%以上收入和 90%以上利润的核心产品，实现资源高效配置；公司围绕“聚焦品质、深耕礼品”战略，不断提升礼品收入比重，增强整体盈利水平，上半年礼品业务收入同比增长 13%，毛利率同比增长 4.03 个百分点，产品结构持续优化。 采购端，公司推行精准采购，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；对辅料和包材实施集中招投标采购，凭借规模优势换取议价能力，进一步压缩采购成本； 生产端，公司持续推进车间设备技改、精益生产及自动化升级，有效降低损耗与冗余费用，通过信息化手段强化水电等能耗管理，提升资源使用效率，降低单位制造成本。
--	---

	4、原料端上半年公司开展了哪些工作？ 答：公司从原产地溯源、源头基地建设、供应商管理、原料验收管控多维度建立原料品质保障体系。 一是搭建原产地溯源体系。上半年，公司完成了覆盖 3 个国家、13 个省份、15 个品类的生产原料原产地溯源，对每一批进厂原料落实检验检测，实现原料来源可追溯。 二是公司在新疆若羌、尉犁等地推进红枣基地建设，积极探索智慧农业模式，落地全营养精准土肥水管理技术，依托标准化种植管护体系赋能源头种养，牢牢把控上游原料品质稳定性与合规性，农残检验标准向欧盟标准靠拢，进一步夯实优质原料供给根基，赋能产业规模化发展。 三是严格供应商准入与持续管理。建立 6S 供应商评价体系开展综合打分，以品质为核心考核导向，依据年度评价结果落实优胜劣汰，从源头把控原料供给主体质量。 四是强化原料验收管控。以高标准检测为核心，建立产地预检、风险分级相结合的验收流程，确保不合格原料零入库。 5、公司未来在分红方面有如何考虑？ 答：公司始终高度重视股东回报，利润分配严格遵循《公司章程》及相关法律法规，兼顾公司可持续发展与股东合理回报。 自上市以来，公司累计分红 15 次，累计现金分红约 19 亿元。2026 年实施 2025 年度分红方案，每股分 0.6 元，共计分红 2.65 亿元。 未来，公司将结合当年实际盈利情况、现金流状况、未来投资需求等，平衡股东的合理投资回报和公司的长远发展，保持利润分配政策的连续性和稳定性。
--	---

	6、如何展望公司 2026 年全年发展？ 答：下半年传统礼赠旺季，中秋、国庆、春节集中，公司将依托礼品战略落地、高势能渠道拓展、核心大单品放量、联盟商模式升级等，努力推动主营营收与扣非经营利润改善。全年我们将全力以赴达成 2026 年度股权激励考核目标，以更好的经营回报回馈广大投资者的信任与支持。
附件清单（如有）	

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。