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 2026-014

投资者关系活动类别	☐特定对象调研　☐分析师会议 ☐媒体采访　☐业绩说明会 ☐新闻发布会　☐路演活动 ☐现场参观　☑其他 线上业绩交流会
参与单位名称及人员姓名	宁泉资产、华夏基金、富国基金、南方基金、汇添富基金、景顺长城基金、嘉实基金、华安基金、银华基金、平安基金、兴业基金、华宝基金、中银基金、建信基金、万家基金、创金合信基金、鑫元基金、国联基金、民生加银基金、国联安基金、安信基金、信达澳亚基金、融通基金、银河基金、睿远基金、德邦基金、摩根士丹利基金、嘉合基金、圆信永丰基金、长安基金、达诚基金、中国工商银行、农银理财、太平资产、安联资管、中意资产、海港人寿、恒安标准人寿、永安财险、Carrhae Capital、IDG 资本、大和资本市场香港、匀升投资、喜世润投资、展博投资、慧远投资、新思哲投资、景富投资、榕树投资、毅达资本、河清资本、泓铭资本、瑞华投资、由榕投资、金仕达投资、金光紫金创投、青骊投资、非马投资、临信资产、同德磐石资产、和君正德资产、宝隽资产、尚诚资产、常春藤资产、玖鹏资产、红思客资产、高毅资产、途灵资管、上海歌汝私募基金、银万资本、依脉数据科技、智联时空科技、檀越言企业管理、证券通投资资讯、狮城产业投资咨询、西安敦成私募基金、上海鑫垣私募基金、上海道衍私募基金、鸿运私募基金、中金资管、广发资管、财通资管、光证资管、东方红资管、华泰资管、国信资管、浙商资管、国投证券资管、东证融汇、国盛证券、华创证券、国泰海通证券、国联民生证券、东方证券、东方财富证券、中国银河证券、中金公司、光大证券、兴业证券、中泰证券、浙商证券、东兴证券、西部证券、信达证券、天风证券、国海证券、华源证券、山西证券、开源证券、野村东方国际证券。

时间	2026 年 10 月 30 日
地点	好想你总部
上市公司接待人员姓名	副总经理、财务负责人、董事会秘书：豆妍妍女士 总经理助理、证券事务代表：王浩翔先生
投资者关系活动主要内容介绍	**公司经营情况介绍：** 报告期内，公司围绕“四个坚持不动摇”、“十大经营战略”开展工作，持续推进产业新旧动能转换，聚焦产品结构升级、品类迭代创新，重点布局新质红枣系列产品，有效带动公司整体产品结构持续优化。 前三季度公司实现营业收入 10.25 亿元，其中产品销售收入 9.60 亿元，增幅约 7%，其中糯香枣项目（去皮去核枣、三蒸三制枣、黑金枣）实现销售收入 1.30 亿元，同比增长 0.47 亿元，增幅约 56%； 前三季度公司实现归属于上市公司股东的净利润 11.70 亿元，同比大幅增长，主要系公司持有鸣鸣很忙股权的公允价值大幅增加所致。剔除本期新增股权激励费用与上年同期净利润包含鸣鸣很忙按照权益法核算确认投资收益的影响后，公司扣非净利润-797.66 万元，同比增长 966.35 万元，增幅约 55%。 毛利率方面，前三季度公司毛利率同比提升 4.2 个百分点至 32.9%。毛利率的增长主要来自公司产品清单管理、原料精准采购、包材辅料集中招投标采购、生产智能化改造与设备升级、生产精细化管理等开源节流举措。 截至 2026 年 9 月末，公司总资产 73.87 亿元，较年初增加 17.39 亿元；净资产 49.13 亿元，较年初增加 9.19 亿元，资产结构稳健，企业经营基本盘持续夯实。

删除[Administrator]:

	投资者交流问答： **1、公司前三季度各渠道经营情况如何？** **答：**前三季度公司公司产品销售收入 9.6 亿元，增幅约 7%。各渠道采取差异化运营策略，专卖店通过门店升级焕新，加大试吃体验，持续提升客单数、销售收入；商超渠道持续提升，山姆、胖东来等高势能商超渠道通过产品创新和渠道共创，实现了业绩的增长；电商渠道侧重以线上内容种草引流，线上线下协同发展的策略，不断精进；食品工业原料与出口渠道作为补充增量稳步推进。公司将继续坚持全渠道深耕战略，全域触达广大消费群体。 **2、公司四季度有哪些利润端的抓手？** 答：第四季度，公司会持续围绕“四个坚持不动摇”、“十大经营战略”开展工作，持续推进产业新旧动能转换，聚焦产品结构升级、品类迭代创新，重点布局新质红枣系列产品，有效带动公司整体产品结构持续优化，重点抓好年货节产销协同，聚焦礼品业务、深耕新质红枣产品矩阵，优化产品结构，同时发挥专卖门店、商超及电商渠道的协同效应，强化费用管控、提升经营效率，实现业绩改善。 **3、公司自去年以来严格执行产品清单管理，目前执行效果如何？对利润端和收入端有哪些影响？** 答：2026 年，公司严格落实产品清单管理，聚焦公司核心产品，重点发展新质产品，加快淘汰低效产品，推动产品结构优化。前三季度，公司产品销售收入 9.60 亿元，增幅约 7%，其中糯香枣项目（去皮去核枣、三蒸三制枣、黑金枣）实现销售收入 1.30 亿元，同比增长 0.47 亿元，增幅约 56%。前三季度毛利率同比增长 4.2 个百分点。

	未来公司将持续优化产品结构，重点培育糯香枣、黑金枣、阿胶黑金枣、三蒸三制枣、三蒸三制玫瑰糯香枣等新质红枣，以实现经营业绩增长。 **4、公司对门店升级的核心变化是什么？** **答：**公司积极探索门店创新模式，持续布局城市旗舰店、清明上河园文旅店、郑州高铁站门店等新场景，推动门店由产品销售向“礼赠场景体验中心”转型，升级后的门店新增礼品定制、茶空间、会议功能，消费者在这里既可选购礼赠礼盒、品鉴枣食茶点，也可参与手作体验、会客小憩，实现门店形象、产品结构、消费体验和运营效率的全面提升。 变化主要来自三个方面：一是场景升级，通过礼品陈列、试吃体验提升客流转化；二是产品升级，以糯香枣、黑金枣及健康礼赠产品提高客单价值；三是运营升级，通过本地直播引流、会员复购及精细化管理提升经营效率。近两年门店经营稳中向好，具备较强韧性，核心依托品牌长期积淀、节庆礼赠刚性需求、持续的会员精细化运营，同时通过优化店内产品结构、强化到店试吃体验、配套本地直播引流等方式，持续提升到店客流转化与用户复购水平。 2026 年，公司将围绕全年 53 家门店升级目标稳步推进门店拓展工作，持续丰富门店场景形态、强化礼赠体验能力，夯实线下渠道基本盘。 **5、公司围绕礼盒及新质红枣进行战略升级，在当前大环境下，如何看待中远期增长空间和受众群体覆盖度？** 答：公司始终关注市场消费情况推进战略升级，顺应食饮消费健康化、滋补化趋势，持续优化产品结构。公司一是依托创新工艺开发新质红枣及食药同源类精深加工产品，提升产品质价比，2026 年推出的高

	端滋补、坚果、冻干锁鲜类产品，在产品高品质的情况下，合理定价吸引优质客群。二是公司持续完善礼盒矩阵，搭建多层次价格带，兼顾价值提升与受众拓展，打开中长期增长空间。 **6、公司未来在分红方面有如何考虑？** **答：**公司已制定《未来三年（2026-2028 年）股东分红回报规划》及“质量回报双提升”行动方案，积极践行对股东的回报承诺。依据规划，未来三年在满足现金分红条件、保障公司持续经营与长远发展的基础上，公司原则上每年安排一次现金分红。 公司始终重视股东合理回报，上市以来已累计实施 15 次现金分红，累计现金分红约 19 亿元；2026 年已落地 2025 年度分红方案，每股派发现金红利 0.6 元，分红总额 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。 **7、公司未来投资的方向？** **答：**公司对外投资始终围绕公司主业进行，坚持投资赋能主业，协同发展，重点筛选能够在产品、渠道、品牌、供应链上形成协同效应的标的，探索第二增长可能性，不会脱离自身能力圈盲目跨界扩张。 未来公司将保持审慎的投资节奏，兼顾产业协同价值与财务回报，严格执行项目尽调，做好投前评估与投后整合的风险管控。若后续有确定的投资、并购落地计划，公司会严格按照监管规则及时履行信息披露义务。 **8、如何展望 2026 年四季度情况？** **答：**四季度伴随礼赠旺季，双十一、双十二、春节集中，公司将依托“四个坚持不动摇”和“十大经

	营战略”战略落地，通过“聚焦品质、深耕礼品”、门店体验升级与运营能力提升、高势能渠道拓展、联盟商模式升级等措施，努力推动主业经营改善，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。