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 2026-016

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 券商策略会
参与单位名称及人员姓名	中期期货、方正期货、方正证券
时间	2026 年 11 月 19 日
地点	长沙
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：** 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，持续推进红枣产业新旧动能转换，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。 2026 年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。 **投资者交流问答：** **1、公司前三季度各渠道销售收入如何拆分？** **答：**前三季度公司公司产品销售收入 9.6 亿元，增幅约 7%。专卖店、商超、电商为主要销售渠道，三大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；电商渠道以线上内容种草引流，线上线下协同发展的策略，不断精进；源创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、公司前三季度毛利率提升的原因，以及四季度利润端有何展望？** **答：**2026 年前三季度，公司综合毛利率提升主要得益于“聚焦品质、深耕礼品”战略落地、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、生产精细化管理等措施： 一是公司严格执行产品清单管理，聚焦创利产品，搭建起“聚焦产品清单-过程管控-五好指标动态优化”的闭环管理体系，提升产品全生命周期管理； 二是公司围绕“聚焦品质、深耕礼品”战略，不断提升礼品收入比重，提高整体盈利水平，同时布局新质红枣产品矩阵，带动整体业绩增长； 三是公司持续推进供应链“三保一降一创新”发展战略，不断提升智能化生产水平和生产工艺，提高车间机械化、自动化、智能化、数据化、标准化、规模化水平，提高生产效率； 四是公司推行精准采购，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，为产品持续优化打下坚实基础；加强生产环节精细化管理，有效降低损耗与冗余费用；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；通过信息化方式强化水电等能耗管理，提升资源使用效率。 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，重点抓好年货节产销协同，聚焦礼品业务、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、公司今年重点围绕礼品业务布局，那么在原料端采取了哪些举措保障产品品质？** **答：**公司从精准采购、原产地溯源、源头基地建设、供应商管理、原料验收管控等多维度建立原料品质保障体系。 一是公司推行精准采购，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，为产品持续优化打下坚实基础； 二是搭建原产地溯源体系。2026 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。 三是公司在新疆若羌、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。 四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。 五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。 **4、公司在分红方面有如何规划？** **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。 **5、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风险管控。若后续有确定的投资、并购计划落地，公司会严格按照监管规则及时履行信息披露义务。 **6、如何展望 2026 年四季度情况？** **答：**四季度伴随礼赠旺季，公司将依托“四个坚持不动摇”和“十大经营战略”战略落地，抢抓年货节销售窗口，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。