

# 好想你健康食品股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

时 间	2019 年 5 月 10 日	地 点	杭州
事 项	好想你健康食品股份有限公司 2018 年度股东大会		
公司人员	公司董事、监事、高管、董秘和证代等		
参会机构	华创证券 国海证券 国信证券 招商证券 申万宏源 海通证券 中金公司 中信证券 国盛证券 华安证券 中欧基金 华宝基金 大象投资 澄金资管 青骊投资 国都基金 杭商资产 农银汇理 悟空投资		
<b>主要交流内容</b>			
<p><b>Q1: 为什么公司的利润主要集中在一季度?</b></p> <p><b>回复:</b> 休闲食品行业旺季集中在过年前的一到两个月, 二月份到十月份主要是积累新用户的过程, 双 11、双 12、年货节则是客户踊跃消费的时期。另外, 双 11、双 12、年货节期间毛利和日常差不多, 只是费用摊销比较低, 有很大的规模效应。</p> <p>从行业来看, 目前互联网渗透率还相对较低, 休闲零食市场规模很大, 线上休闲零食成长速度依然很快。数据来看, 国内网购人群 7 亿人左右, 买食品的有 2 亿人, 其中购买休闲食品的有 1.7 亿人, 线上渗透率非常低。互联网还有消费者教育的过程, 一方面把消费者从线下往线上引, 另一方面把线上客户引导去购买休闲零食, 所以线上企业很大一部分时间都用在积累客户上。</p>			
<p><b>Q2: 休闲零食电商未来的发展趋势?</b></p>			

**回复：**大家都在说大的电商红利结束了，但事实并非如此，因为线上总体的基数在增大，而休闲零食渗透率只有 19%，渗透率非常低。我们有 6000 多万用户，并且零食客户对品牌忠诚度很高，零食市场要求企业有丰富的品类，并保证上新速度很快，公司将在此领域始终保持竞争力。

**Q3：线上品牌开拓线下渠道具有哪些优势？**

**回复：**我们要感谢当前的数字时代和庞大的用户群体，用户布局和购买行为通过数据是可以看到的，我们以此做产品布局的调整，借助线上数据和物流网络，单店效率可以提升的更快。

**Q4：百草味线下模式介绍？**

**回复：**2018 年百草味线下增长非常迅速，也是百草味布局新零售渠道的良好体现，截止 2018 年底，百草味在阿里零售通全年累计动销店数达 70 万家，除阿里零售通外，百草味还与京东新通路、百世店加等更多新零售渠道达成了战略合作。

百草味线下目前分为两大业务模块，一块是分销体系，跟平台合作来完成业务拓展，今年预计能达到 6 亿左右，还有其他一些连锁系统都会进入；第二是门店，目前处于探索期，未来可能是顶级旗舰店和中小型门店组合去进行全国推广。

**Q5：好想你本部清菲菲在没有广告投入的情况下增长很快，未来营销方式会不会有一些变化？**

**回复：**2018 年清菲菲几乎是靠渠道正常铺货的力量达成销售目标的，其中消费者复购率达到 15%，表现比较理想。公司在

2019年下半年会继续发力清菲菲这个单品，利用公司的全渠道业务进行拓展，实现线上线下一体化推广，继续高度重视冻干产品的发展，针对清菲菲进行配套产品开发，丰富冻干产品线。

**Q6：红枣期货对公司影响怎样？**

**回复：**红枣期货的推出对于促进红枣行业规模化，标准化发展是非常有利的，对公司也有一定的影响。一是红枣期货上市后，期货所具备的价格发现功能会对红枣价格形成机制产生正面影响，有助于红枣价格回归理性；二是期货标准高于现货流通标准，现货市场逐渐向期货标准看齐，将有效解决标准混乱、价格不透明的问题，引导产业走向标准化、规范化的道路，提升红枣质量，实现优质优价。好想你未来将会以自有资金开展套期保值业务，对冲红枣价格波动对公司生产经营的影响，稳定经营利润，在此基础上可以扩大规模，巩固企业行业地位。

**Q7：年货节期间客单价提升的原因是什么？**

**回复：**通常年货节期间，高端礼盒、团购占比提升，此外因为坚果价格比较高，所以客单价有所提升。

**Q8：中美贸易战对公司成本影响怎样？**

**回复：**目前公司进口坚果占比10%左右，对公司利润影响不大。坚果并不是都来自美国，其中夏威夷果来自澳洲和南非，美国进口的坚果主要是开心果、碧根果、杏仁，其中量最大的是开心果，三个产品销售比重不是很高，贸易战对公司影响有限。

**Q9：清菲菲后续的营销规划？**

**回复：**清菲菲上市之后没有任何品牌端的宣传和推广，现在已经做到了线上行业第一，线下还有很大提升空间，复购率将近 15%。下半年我们将继续发力清菲菲单品，布局线上线下全渠道市场，预计 2019 年 Q3 进入推广期，届时会给投资者继续汇报产品推广的情况。