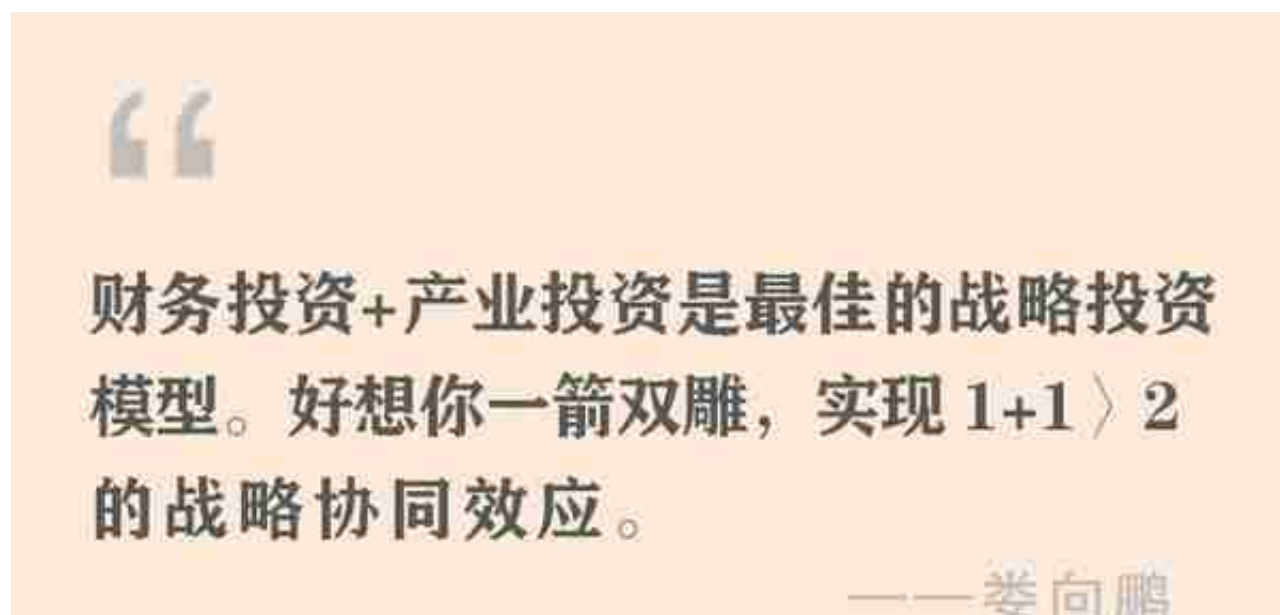


导语：近日，好想你宣布将旗下百草味100%股权以约49亿人民币现金出售至百事饮料公司，这为自己、为同行带来了哪些重要启示？神农岛首席顾问、福来战略品牌咨询机构董事长、中国人民大学品牌农业课题组组长姜向鹏认为，启示有三。

在全国战“疫”如火如荼之际，好想你（002582）突然宣布将旗下百草味100%股权以7.05亿美元（约合49.2亿元人民币）现金出售至百事饮料公司。



当年，好想你和百草味联姻是为了各取所需，好想你作为传统零食品牌寻求互联网转型发展，好想你9.6亿元收购百草味，成为零食行业与互联网品牌联姻的首个案例，同时百草味借助好想你，实现弯道上市，打响了互联网零食行业奔赴资本市场的第一枪。

本次出售百草味交易为好想你成功的产业投资，通过本次交易可以获取丰厚的财务回报以及支持未来发展的充裕资金。

本次交易在上市公司合并报表层面体现的投资收益为358,981.21万元，对净利润的贡献为266,220.13万元；

本次交易后，2019年末上市公司在偿还全部短期借款及长期借款的情况下，账面货币资金余额为354,592.39万元。

好想你一下子做大了体量，也增加了利润，还积累了新零售经验，打通线上线下，培养了新零售人才，弥补了自己的短板。百草味创始团队也“完美”套现离场。

相比大北农收购圣牧、汇源收购旭日升、三元收购三鹿，好想你战略眼光高超的多。

启示二：因势而变，该出手时就出手。

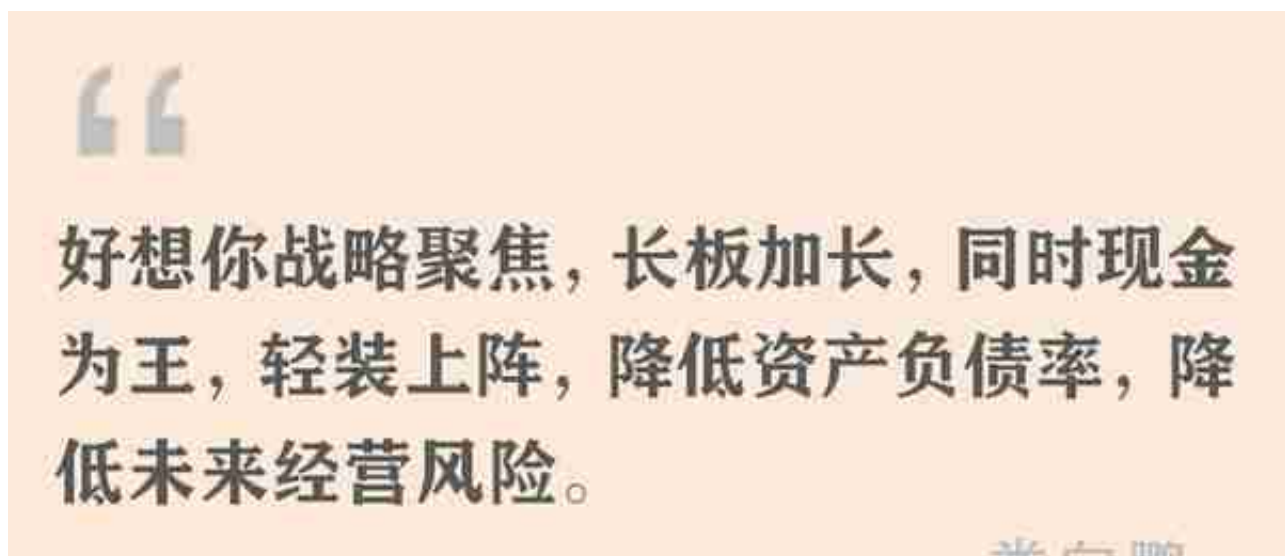
2月24日，良品铺子正式登陆上交所在前方等待它的，是早就上市的三只松鼠、盐津铺子、来伊份、好想你（百草味），这四家品牌与良品铺子一道，正是中国零食市场里被屡屡提及的“3+2”组合。

随着几大零食品牌齐聚资本市场，尤其是随着最有潜力角逐“龙头”地位的良品铺子正式登陆资本市场，让原本就陷入激烈竞争的零食品牌们未来将以此为起点，开始新一轮的角逐。在资本助力下，与此前相比，这一轮的角逐注定将更激烈，也更惨烈。

百草味面临三重竞争

：以三只松鼠和良品铺子为代表的强势同行，并且已经完成证券化；以洽洽、卫龙等为代表的细分品类专家品牌；以盒马鲜生、京东京造为代表的大平台自有品牌。1+1不再大于2。如果固守，需要投入更多资源，特别是新零售领域，需要投入大额资本性支出。

竞争生态变了，行业竞争加剧，原来的市场叠加与互补效应递减。好想你该出手时就出手，值得点赞。



好想你作为中国红枣行业的龙头企业，在品牌、产品、渠道、技术、资源等方面都

有着较强的竞争优势。公司近年以来积极拓展新品类、新渠道，目前已取得了一定成果，未来发展方向明确。

交易完成后，好想你将聚焦原有的红枣相关业务，充分发挥红枣行业龙头优势，以“高端红枣好想你”为品牌定位，整合公司品牌、产品、渠道、技术、供应链、资本、管理等资源优势，借助红枣期货套期保值的行业机遇，进一步提高公司在红枣市场的占有率，夯实好想你在全球枣产业龙头地位。

同时，好想你披露，将把握时代契机，紧跟国家政策导向，充分利用公司在“一二三产融合发展”的宝贵经验，通过“星火计划项目”升级公司商业模式，依托好想你的品牌、产品、渠道、技术，联合各地优质的特色农产品龙头企业及当地政府，围绕延伸产业链、提升价值链、打造供应链做文章，实现“乡村振兴、多方共赢”。

本次交易是好想你进一步明晰发展战略之举，有利于集中资源聚焦发展健康食品细分领域。“让懂健康、要健康的人吃上健康食品”。因此，公司也由“好想你枣业股份有限公司”更名为“好想你健康食品股份有限公司”。

专和强，有时候比大更重要。

未来上市公司必将投入更多的资金进一步丰富公司的产品品类，做大做强公司主业，或者寻求与健康食品相关的投资和产业布局机会，助推公司向健康食品领域扩张。本次交易完成后，公司将回收充裕现金，为公司向健康食品领域扩张打下基础。

聚焦主业不动摇，从老大到伟大，在新的起点上做更好的“世界枣王”和“健康零售引领者”。这是更稳健也更具竞争力的战略选择。红枣是中国特产，千年的养生文化传承和庞大的目标用户基础。有巨大的市场空间和想象空间。尤其是在后疫情时代，品质第一、健康第一、消费升级，这是巨大的战略机遇。