证券代码：002956 证券简称：西麦食品

**桂林西麦食品股份有限公司投资者关系活动记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| **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  电话交流会 |
| **参与单位名称及人员** | 天风证券：刘畅、张东雪、朱怡静 中银基金：石婧、池文丽 英大保险：焦云中欧基金：冯汉杰 中意资产管理：臧怡 中科沃土基金：游彤煦  中视领成投资：李飞 永源安泰资产：汪洋 银华基金：王翔 幸福人寿：刘勇新华基金：蔡春红 相聚资本：赵现忠 顺沣资产：邓永明 上汽欣臻（上海）：钟功焕 前海云溪基金：程婷婷 益昶资产：申云祥 途灵资产：赵梓峰 七曜投资：谭琦 聚劲投资：张超 复胜资产：崔健 平安养老保险：朱丽丽坤易投资：郑婷 华银基金：符旭 华安基金：王旭冉 唐融投资：樊星 源乘投资：唐亚丹、李婷婷、刘建忠 华夏未来资本：官忠涛 国海证券：谢东红土创新基金：陈方圆 海富通基金：刘海啸 航天科工资产：姚伦  东证融汇资产：祝迪川 东亚前海证券：葛山 东方阿尔法基金：叶枭  锦悦恒瑞资产：巩庆金 财通基金：童若凡 永瑞财富投资：李宁宁  志开投资：吕斐斐 嘉怡财富投资：董莉 Neo-Criterion Capital：刘舒畅 沣沛投资：李爽 奥凯投资：王睿一 长昇投资：徐昳文 远策投资：刘英杰Hony/Goldstream Capital：杨奇、He Shuai 禾永投资：马哲峰 共52人 |
| **时间** | 2020年3月25日 10：30—12：00 |
| **地点** | 电话交流会 |
| **上市公司** **接待人员** | 董事、副总经理、董事会秘书：谢金菱 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | Q1：新产品招商情况？  A1：公司在保障热冲型产品优势地位的基础上，4、6月将积极发布冷食型、热冲型新品，冷食型新品兼具休闲零食性质，公司将参与春糖会招商，在品牌展现的同时开拓休闲零食领域较为专业的经销商，多维度进行招商。  Q2：一季度快接近尾声，疫情对公司影响情况？  A2：随着中国疫情得到有效控制，抗疫形势明显好转，公司近期销售业务在逐步恢复，物流和生产已基本恢复正常，疫情对公司春节期间礼盒产品销售影响较大，其他类目产品也受到了影响。公司特别加大了线下商超APP资源位投入，积极开展新零售渠道的拓展活动，对公司原有的营销渠道形成了有益补充。  Q3：传统型产品，如何产品创新以获取越来越多新的消费者，公司的规划及考虑？  A3：公司从以下三个角度来巩固热冲型燕麦片的优势地位：1、公司热冲型燕麦片拥有忠实的中老年消费群体，除提高中老年消费群体消费量外，重视年轻消费群体的消费需求，提高公司产品在年轻消费群体的知名度、美誉度，以形成新的销售增长点。2、借助KOL及各种线上社交平台进行推广，扩大品牌影响，树立在年轻消费群体的品牌形象。3、在原有零添加纯燕麦销售份额稳步增长的基础上，推出燕麦+产品，如上年末已推出的奇亚籽燕麦片、黑麦高纤燕麦片，在燕麦的基础上添加奇亚籽、黑麦和其他的一些谷物，营养更综合、全面。今年会再推出燕麦+产品，进一步丰富热冲型产品品项，给予消费者更多的选择。  Q4：经销商有没有拓展的规划？  A4：2019年，公司通过渠道下沉在渠道拓展方面取得一定的突破，公司建立了一个广覆盖、深渗透的多层次立体营销网络。在广度上，除港澳台，公司都有销售网点和经销商；在深度上，经销商已经覆盖到三四线城市的县城及重点城市的乡镇的门店。19年经销商的数量总体未发生较大变化，但通过对经销商实行优胜劣汰等举措，提升了经销商团队的综合实力。  2020年，在做精做细现有线下线上渠道的同时，积极拓展新零售渠道、线上分销商及冷食休闲新品经销商。冷食休闲新品对渠道的要求、经销商的匹配度与原有存在差异，因此今年会加大招商力度，秉承我们一贯的“专业的经销商做专业渠道”的精神，挑选冷食类更合适的经销商。  Q5：公司在健身、健康行业的拓展和线上的互动，抖音、快手有没有合作?  A5：公司的传播策略今年有较大改变，除保证线下与消费者的互动及终端形象店的打造计划外，传播重点在线上。综合利用KOL及各种线上社交平台，从内容营销、信息传播、品牌传播、产品评测等方面来做线上活动，  上周李佳琦的直播间推荐了公司产品-五色滋养轻盈早餐燕麦，产品迅速售罄。上周还与4000万粉丝的二驴的主播进行合作，进行了产品的推广。天猫旗舰店、京东直播，公司在持续进行当中并取得了不错的效果，吸引更多的年轻人群加入西麦的消费阵营。健身、减肥消费者群体是公司关注的消费群体，纯燕麦片、燕麦能量棒是健身人群比较好的选择，其富含可溶性膳食纤维，延缓碳水化合物的分解和吸收，饱腹感强。  Q6：客户画像  A6：线下公司产品的消费者主要以中老年人和年轻的妈妈为主。线上以天猫为代表，消费者群体年龄层在25岁左右的消费群占20%左右，客户70%为女性。公司在巩固中老年优势的基础上，在年轻消费者群体已有些突破，目前较多年轻人开始食用燕麦，公司会重视年轻消费群体的消费需求，以形成新的销售增长点。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-03-27 |