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 中意资产：臧怡 中信建投：朱福建 中国银河证券：刘兰程长盛基金：何思璇 长城基金：赵波 拾贝投资：林轩宇 太平资产：袁银泉 诺德基金：罗世锋 华安基金：陈媛、康平 信达澳银：杨珂 新华基金：张欢 首创证券：高玮 兴业基金：陈旭 华夏未来资本：官忠涛 国泰基金：陆静 东方基金：王芳玲、曲华锋 Parantoux Capital：Eda He、Gloria Lu  国寿安保基金：王韫涵 光大永明资产：杨岚 北京泓澄投资：项洪波 安邦资产：陈炫如 华美国际投资：齐全 上海崇山投资：覃欣 安信基金：陈嵩昆 成泉资本：王雯珺 共29人 |
| **时间** | 2020年5月7日 15：00—16：00 |
| **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  投资总监：李骥  证券业务代表：何剑萍 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | Q1：一季度销量下降的原因？  A1：1、受到疫情影响，商超客流量急剧下降，消费者在商超逗留时间大幅缩减，消费者在商超的消费集中在刚需的肉制品、蔬菜、米、面、速冻食品等。2、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影响。  Q2：目前销售恢复状况？  A2：公司在疫情期间加大新零售渠道的推广，新零售业务同比增长较好，会形成未来新的增长点。公司还开展了社群、微信的营销，对公司原有的营销渠道形成有益补充。面对疫情，公司反复研究对策，制定相应的销售计划，抓住市场复苏的机会，4月份销售表现良好。  Q3：公司全年的规划是否有变化，后续的新品的规划是否有变化？  A3：公司未改变年初制订的销售目标。公司会按原定计划逐步推出热食和冷食燕麦新品，加大冷食燕麦营销推广力度，并已制订相应的推广计划，新品销售的增长对力争全年目标的达成会有帮助。  Q4：江苏工厂投产，今年的产能怎么样，主要是集中在哪些品类的产品？  A4：江苏宿迁生产基地生产的主要产品为以燕麦为主的谷物健康食品，包括旗下以热食冲调燕麦产品为主的西麦品牌产品和冷食休闲燕麦产品为主的西澳阳光子品牌产品。经过一定时间的磨合，不排除全品类覆盖的可能性。  Q5：公司比较偏向于家族企业，怎么管理才能比较有竞争力？公司未来治理大致是什么方向？  A5：家族股份占比较大，但公司运营中各核心业务部门由专业的职业经理人管理，各司其职。谢总是董事长，与公司的战略委员会成员制订公司战略，重大事项提交董事会审议。同时是公司总经理，全面负责公司整体的生产经营。按照公司各项制度规定，赋予职业经理人相应的责权利，职业经理人根据职权范围行使职权。公司建立了有效的激励机制，薪酬制度合理，公司还进行了股权激励，不排除未来采用各种有效的激励机制的可能性。  Q6：今年年内的成本展望，毛利率是否会受到成本的影响？  A6：以进口燕麦粒为基础进行测算，剔除汇率变动因素，成本会呈小幅波动状态。目前国内原材料的价格波动不大，但需持续观察后续情况。公司会通过加强内部管理、提高工作效率等措施尽可能降低成本波动的影响。  Q7:关于冷食和热食麦片未来的发展空间和发展态势，从公司的角度是如何看待？  A7: 得益于消费者健康意识的觉醒和增强，未来燕麦的消费人群和人均消费量有望持续增长。同时，新冠疫情也触发了消费者对提高免疫力、提高整体健康水平的需求。热冲型燕麦方面，公司在原有零添加纯燕麦销售规模稳步增长的基础上，推出燕麦+产品，如已推出的奇亚籽谷物燕麦片、高纤黑麦燕麦片、小麦胚芽燕麦片等，在燕麦的基础上添加奇亚籽、黑麦和其他的一些谷物等，营养更综合、全面。公司将进一步丰富热冲型产品品项，给予消费者更多的选择。冷食燕麦方面，市场整体增长较快，公司会加大对冷食燕麦的投入。公司加强线上推广力度，充分全面的利用各种线上社交平台，提高品牌知名度。通过休闲燕麦新品发布、精细化管理及运营等措施提升销量。目前公司采取两翼齐飞的战略，热食冷食并重，打造双增长极。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-05-09 |