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** | 长江证券：董思远 中加基金：王梁、李宁宁 中科沃土基金：游彤煦诺安基金：蔡宇滨 招商自营：徐叶 中英人寿：汪凯成 华美投资：齐全 东方资管：朱伯胜 聚鸣投资：杜塞骥 神农投资：赵晚嘉 长城基金：余欢 初九投资：王亦悠 东海基金：胡德军 恒生前海：周磊 东吴基金：朱冰兵 华富基金：卞美莹 新华基金：蔡春红 海富通基金：黄强 天风资管：吴鸿霖 兴银基金：蔡国亮 财通资管：林伟 华泰资管：俞天甲 中海基金：刘俊 国寿安保基金：王韫涵 彤源投资：杨霞 中银资管：陆莎莎 广发资管：高峰 广发基金：陈樱子 人保养老：王艳 湘财基金：林健敏 浦发银行：朱梦颉 石锋资产：王刚 太平养老：赵莹 光大永明：王申璐 汇丰晋信：王凯 兴业基金：张诗悦 人保基金：钱旖昕 中国银行：邓安捷 华泰资管：逯海燕 金鹰基金：潘李剑 中信资管：史册 东海基金：黄佳斌 中信自营：鲍明明 恒生前海：江俊晨 光大保德信基金：马鹏飞 中信资管：王卫、厉多伊 广发基金（上海）：苗宇 德邦基金：王立晟 诺德基金：张昳泓 中银基金：陈哲 共52人 |
| **时间** | 2020年5月11日 15：30—16：30 |
| **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：江苏生产基地的投产，未来对市场布局的规划？A1：公司目前有三个生产基地，分别在广西、河北、江苏。江苏生产基地的投产将进一步提升公司产能，为公司销售规模不断扩大提供支持，形成规模经济效应；缩短物流半径，增强公司盈利能力和持续发展能力。公司计划在江苏生产基地增设电商仓，降低线上物流成本，提高配送效率。Q2：现在我们推的新品中有没有看到趋势相对比较好的一些单品？ A2：公司在分步骤进行新品推广：2019年10月新品投产，精选燕麦脆在线下、线上推广，线上线下产品包装设计和规格不同，目前市场反应良好。线下推广方面公司挑选部分重点城市、终端进行铺货及销售活动，年初新冠疫情爆发，冷食的推广、销售受到了影响。公司在3月多地疫情有所缓解的情况下，做了大量的推广活动，取得一定成效。公司还推出了酸奶果粒烘焙燕麦片、50%水果坚果烘焙燕麦片、燕麦能量棒等冷食燕麦产品以及燕麦+系列热食产品，后期将陆续推出其他新品。Q3：目前一些中小企业以更低的价格进入市场，我们如何来保证竞争优势？ A3：在热食领域，公司竞争优势明显。1、先发优势，公司近20年来专业专注于燕麦产品的研发、生产和销售，在消费者心目中是专业的谷物提供商，绿色、营养、健康的品牌形象深入人心。2、渠道优势：公司建立了一个广覆盖、深渗透的多层次立体营销网络，打造了一支稳定的、高效的营销团队，在管理和服务好经销商的同时，主导终端卖场陈列的维护、推广活动的谈判和执行，与终端卖场建立了良好的合作关系，确保了公司产品在全国范围内良好的呈现和销售。3、品牌优势：品牌认可度高，“西麦”品牌已在全国许多区域的消费者心目中获得了较高的认可度，拥有众多忠实、稳定的消费者。4、质量优势，公司产品基本由自建工厂生产，公司从原材料选择到成品验收入库，实行全程的食品安全质量管理，建立了从采购、生产、控制、检验、运输、销售到服务的全过程的操作控制标准与要求。在冷食领域，市场竞争激烈，公司创新发展以休闲冷食燕麦为主的西澳阳光子品牌，依托公司人员充足、经验丰富的营销团队，能紧密进入到多类型的销售渠道当中，使得消费者对公司产品有着较高的熟悉度，能够便利、迅速地体验和购买到公司的产品。三月下旬以来，借助公司品牌优势、产品优势、渠道优势，冷食燕麦销售表现良好。Q4：冷食这块我们的营销的或者定位是怎样的？ A4：冷食产品的消费者从线上数据来看偏年轻化，与现有热食产品的消费人群重叠较少。 公司会通过各种营销活动扩大消费群体，拓展新消费者，同时也会充分利用我们现有良好的消费者基础，挖掘现有消费群体的冷食消费潜力， 增加燕麦消费场景，提高消费频次。Q5：现在在线上渠道是怎么做的？ A5：公司从2013年开始布局线上销售，目前已进驻线上各大主流电商平台，公司设有线上事业部，电商平台的经营模式为公司自营和线上经销商。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-05-13 |