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    |
| **参与单位名称及人员** | 中泰证券：赵雯 东方证券资产管理：朱伯胜 中泰证券资产管理：郑日 光大证券自营：孙湘绪 光大保德信基金：王凯 嘉实基金：谢泽林、陈涛北京金百鎔投资：孟博 长城基金：余欢 国信自营：章耀 华商基金：黄灿华泰证券：冯潇、刘鑫 万家基金：王琴 国信证券：章耀 国投瑞银：袁野银河基金：卢轶乔 中银基金：池文丽 华安基金：王旭冉 华泰证券：李艳南图资产：范自彬 大象资产：巫丹妮 平安基金：区少萍 坤易投资：郑婷招商基金：余秀兰 源乘投资：刘建中 红阳资本：徐达文 彤源投资：杨霞财达证券：陈晓言 汇添富：郑慧莲 西部利得：林静 雷钧资产：张雅茹长盛基金郝征 长江证券：邓莹共34人 |
| **时间** | 2020年9月22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：谢金菱证券业务代表：何剑萍 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | Q1：请介绍冷食燕麦的发展，公司认为冷食休闲燕麦前景如何？A1：冷食燕麦产品最早来自于欧美国家，已有一百多年的历史。西方国家冷食产品范围更广，称为冷食谷物早餐，其在早餐占比非常大，未来的市场空间广阔。冷食休闲燕麦可以直接食用，也可以用冷牛奶冲泡或与酸奶搭配食用。近两年线上的网红品牌，借助了燕麦的健康概念，对产品进行改良，掀起了一股冷食休闲燕麦的热潮。网红企业的出现对于公司既是压力，更是动力。网红品牌的出现，让中国消费者对于燕麦的认知大幅提高，拉动了年轻消费者对于燕麦的关注。希望更多品牌一起把市场做得更大，吸引更多的消费人群加入。随着中国人健康意识的不断提升，热食燕麦和冷食休闲燕麦发展前景广阔。Q2：公司冷食休闲燕麦渠道情况？A2：燕麦富含可溶性膳食纤维、β-葡聚糖、丰富的维生素和高蛋白质，营养价值较高。燕麦应用场景丰富，可以作为早餐、下午茶或者是零食、晚餐，减肥人士搭配酸奶或者牛奶食用。线下渠道优势：一是线下依托于广覆盖、深渗透的多层次立体营销网络和一定规模的营销推广团队，以及卖场良好的合作关系，能够直接带动卖场对于公司产品的认可。二季度线下销售情况符合公司预定目标。二是原有消费者扩充了消费场景，提高了消费频次，带动了家人食用燕麦产品。三是通过线下堆头、陈列活动、试吃活动吸引首次尝试燕麦产品的消费者。四是公司拥有自己的生产线，在产品质量把控、快速作出产品调整方面具有优势。线上渠道：公司目前已进驻线上各大主流电商平台，在天猫单设了西澳阳光旗舰店，拓展了一些线上分销商。Q3：公司燕麦产品产能是多少？冷食休闲燕麦产能的规划？？A3：随着今年五月宿迁工厂的投产，公司未来几年在热食领域的产能充足。冷食领域产能布局，公司已有河北休闲生产车间，另准备在宿迁启动江苏西麦燕麦食品创新工厂项目，其中包括冷食项目和热食项目，公司提前布局冷食燕麦产能，保障冷食产品供给。Q4：如何展望全年销售费用？未来销售费用率会下行么？A4：公司整体会加大投入，包括品宣投入和销售端的投入。上半年受制于疫情，活动没有及时开展。下半年，公司加大整体投入，销售费用投放规模会较往年有所上升。Q5：西麦对主品牌和西澳阳光品牌的考核方式？A5：公司目前分线上和线下两个团队在运营：1、线下，公司用原有销售团队销售与推广冷食燕麦新品，制定了相应的考核目标，热食和冷食都有相应的目标。2、线上，上半年对组织架构进行了调整，近期调整了西澳阳光旗舰店的运营方式，由互联网线上中心统一管理，有共用团队也有细分管理责任人。每个团队有自己的销售目标的考核。Q6：公司对于燕麦饮料规划？A6：公司有燕麦奶项目的研发储备。目前，热食、冷食燕麦等冲调领域还有非常大的发展空间，液体饮料类产品与公司现有产品区别较大，公司目前尚不具备相应生产能力。后期具体推出计划根据市场而定。Q7：未来的公司长期的发展目标？市占率目标？A7：始终坚持燕麦为主的谷物健康食品，巩固和提升“西麦”品牌热食冲调燕麦片优势地位，创新发展“西澳阳光”子品牌冷食休闲燕麦。拓展年轻消费人群，构建以燕麦为主的谷物食品，全品类、全渠道、新营销的竞争优势。未来，公司希望冷食与热食同等规模，具体销售规模尚需时间展望。总体的目标是线上线下、冷食热食都做到市场第一。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-09-24 |