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** | 广发证券：王文丹 红筹投资：胡冰 中信建投基金：孙文 万家基金：王琴  彤源投资：杨霞 长城基金：艾抒浩 星泰投资：陈婷婷 领骥资本：尤加颖  万家基金：李黎亚 人保资产：郁琦 中信证券：张羽鹏 金友创智：范佳锴  光大保德信基金：王凯 前海华杉投资：段永强 交银康联人寿保险：郭昊  国寿安保基金：王韫涵 恒生前海基金：周磊 趣时资产：谢东、张燕  华美国际投资：齐全 嘉实基金：丁杰人 西部证券：郭亦骏 新华基金：付伟中天国富证券：冯昕宜 交通银行：郭敏 神农投资：赵晚嘉 民森投资：刘倩信达澳银基金：杨柯 圆信永丰基金：陈臣 格林施通资产：刘子政  建信基金：吴尚伟 博远基金：李慧杰  共32人 |
| **时间** | 2020年10月31日10：00—11：00 |
| **地点** | 电话交流会 |
| **上市公司** **接待人员** | 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** | 公司三季度情况简介后开始问答环节  Q1：目前公司渠道下沉到什么程度了？未来渠道进一步渗透的空间还有多大？  A1：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。目前公司的终端门店数量与大型食品制造企业相比差距较大，渠道拓宽和渗透率提升空间较大。但公司目前渠道建设的重点为做精做细现有线下线上渠道，积极拓展冷食燕麦新品经销商，进行冷食燕麦的铺货。未来一定的时间节点，可能会进一步加大拓展终端的力度。  Q2：现在冷食销售是不是比较少，才开始起步？  A2：从渠道来看，公司的冷食燕麦销售额大部分来自于线下，线上占比较小。公司的冷食燕麦新品在今年一季度末二季度初开始面向市场推广，所以仍处于起步阶段。公司的终端和渠道的开拓，分步骤、按节奏来进行，整体在推进过程中。  Q3：到了秋冬季节热食燕麦销量是否会增长？  A3：二三季度天气炎热，为热食燕麦传统销售淡季。现已进入秋冬季节，天气寒冷，加上中秋国庆等节庆因素和双11等电商大促节点的影响，为热食燕麦的销售旺季。冷食燕麦对于公司而言是新产品，其冬季的动销情况及季节影响有待观察。  Q4：目前公司燕麦片线上是经销商经营？  A4：西麦的天猫旗舰店为公司自营，公司也有线上经销商。之前公司西麦、西澳阳光天猫旗舰店完全独立运作，但近来考虑到西麦有庞大的消费者和粉丝群基础，需充分利用西麦的优势，近期调整为西麦的天猫旗舰店里同时销售西麦和西澳阳光产品。目前所取得的成效较好，西澳阳光是一个新的品牌，其的旗舰店是新店，取得较好的成效需要一定的时间。  Q5：咱们的原材料其实是一个上游的农产品，从最近来看，大宗商品包括农产品的价格有一定的上涨，燕麦价格是否有上涨？  A5：公司目前观察到的燕麦粒价格没有太多的变化，但目前已逐渐进入澳大利亚燕麦的收获季，澳大利亚原料产地的天气变化对新一季燕麦粒的价格会产生一定的影响。  Q6：冷食推广的时候涉及到哪些费用，哪些费用是属于初期一次性投入，哪些费用属于随量的？  A6：销售费用上有陈列费、进场费等。进场费是一次性费用，但若有新品仍会产生新的进场费用，但对于已经进场的产品而言，进场费就是一次性的。线下会产生陈列费，终端各项活动的促销费、宣传推广费等，是会持续性投入的费用。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-11-03 |