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** | 开源证券：张宇光 嘉实基金:左勇、华莎、吴越、李峻峰 银河基金:施文琪  前海开源基金:毕建强 交银施罗德基金:张程 海富通:黄强 长城基金:余欢 信达澳银基金:杨珂 新华基金:夏旭 申万资管:裴慧宇 国投瑞银基金:王方  华夏未来:官忠涛 华商基金:黄灿 红阳资本:徐达文  共17人 |
| **时间** | 2020年10月30日15：00—16：00 |
| **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** | Q1：2020年三季度经营情况介绍  A1：公司第三季度单季实现营收2.78亿元，同比增长14.90%，三季度单季净利润0.32亿元，同比下滑31.14%。2020年累计营收7.14亿元，同比增长约4%，累计净利润1.11亿元，同比下滑8.58%。  三季度单季营业收入的增长，主要来自于冷食休闲燕麦的销售增长。  净利润下滑主要原因：公司为扩大冷食休闲燕麦的销售规模，抢占市场份额，在三季度加大宣传推广力度，增加市场营销支持和宣传推广费用投入。  Q2：公司冷食休闲燕麦明年的销售规划？  A2：公司内部规划冷食休闲燕麦明年实现销售翻番。  Q3：公司今年在冷食方面推出了哪些新品？  A3：1、基于水果燕麦趋势，通过丰富水果和坚果的比例搭配，推出了86%水果坚果燕麦，同时基于燕麦脆口味的创新推出了多肉水果燕麦系列。公司还推出了一些针对便利店渠道的产品，比如90克酸奶燕麦及90克50%水果坚果燕麦。2、基于酸奶燕麦的趋势，打造酸奶水果烘焙燕麦片，针对酸奶块的数量、酸奶与水果与燕麦的结合做了深度研发创新，推出酸奶水果燕麦系列。3、新品主要在口味衍生、配料变化、酸奶块搭配组合、燕麦脆口味等方面做出调整。  Q4：如何展望全年销售费用？  A4：1、上半年受制于疫情，活动没有及时开展，为实现全年的销售任务目标，公司会持续加大投入，包括品宣投入和销售端的投入。2、冷食燕麦行业格局尚未固化，各厂商均期望争取更多市场份额，因此公司的促销力度会较大。3、春节在2021年2月，相对较晚，但部分前置性费用需在四季度投入。  Q5：预计今年冷食麦片的行业规模会有多大？行业空间有多大？  A5：参照国外成熟市场及近两年国内冷食燕麦行业的发展情况，冷食燕麦已被越来越多的消费者接受，冷食燕麦行业有光明的前景和未来。  Q6：目前热食燕麦行业处于什么发展阶段？  A6：目前热食燕麦行业还处于发展阶段。热食燕麦目前处于自然增长状态，主力消费人群为对健康有明显需求的人群，粘性较高。随着经济发展到一定阶段，人民生活水平提高，消费者健康意识的觉醒和增强，预计热食燕麦行业会进入快速增长阶段。  Q7：从品类扩张看，热食燕麦是否有新的规划？  A7：燕麦蛋白质高，维生素丰富、富含膳食纤维饱腹感强，天然具备代餐属性。热食燕麦应用场景丰富，可以作为早餐、午餐、晚餐或者是下午茶。公司推出燕麦+系列产品，在燕麦的基础上添加其他的一些健康谷物，如红、白、黑三色藜麦、小麦胚芽、高纤黑麦等，营养更综合、全面。此外，燕麦麸皮在市场较受欢迎，其膳食纤维和β-葡聚糖含量更高，公司也推出了高纤燕麦麸产品。  Q8：B2B业务的规划？  A8：1、公司对B2B业务期望较以往稍高，但B2B业务基数小，未来随着新增产能逐步到位，B2B业务较有潜力。2、公司冷食燕麦和热食燕麦并重，B2B业务在产能充足的情况下形成有益补充。  Q9：公司的产能计划？  A9：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。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-11-03 |