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：叶松霖 嘉实基金：胡宇飞、华莎 博时基金:李佳 方正富邦：夏旭  德邦基金：徐一阳、王立晟 国联安基金：徐椰香 中信保诚基金：管嘉琪  富国基金：武明戈 湘财基金：林健敏 银华基金：张萍 中加基金：李宁宁  共13人 |
| **时间** | 2020年12月9日14：30—15：30 |
| **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：请介绍燕麦行业的竞争态势  A1：燕麦行业竞争激烈，尤其是冷食燕麦和线上。冷食燕麦市场前景广阔，目前处于行业快速发展阶段，未来会呈现竞争加剧的态势：  （1）线上：线上的竞争格局复杂、竞争非常激烈。  （2）线下：热食燕麦竞争格局相对稳定，没有发生重大变化。冷食燕麦竞争态势也比较激烈，线下渠道一直是公司的核心竞争优势，公司在线下有一定的优势地位。  Q2：明年销售增长动力来自哪些方面？  A2：燕麦行业目前处于快速扩张阶段，明年销售增长驱动力主要来自于：  1、冷食燕麦，今年公司冷食燕麦动销情况良好，冷食燕麦会作为公司重要的第二个销售增长曲线，期望明年公司冷食燕麦的销售增速能高于冷食燕麦市场平均增速。  2、 线上，随着电商团队组织构架的调整完毕，期待明年能带来更亮眼的表现。  3、线下，随着消费者健康意识的提高，以及公司新零售渠道的开拓和扩张，销售量有望在今年的基础上进一步提升。  Q3：2020第四季度和2021年费用率的趋势？  A3：费用投入会加大：1、公司为快速扩大营收规模，增加市场份额，会持续加大宣传推广和市场营销方面的投入。2、冷食燕麦行业竞争激烈，行业格局尚未固化，各厂商均期望争取更多市场份额，在费用投入方面均较高，因此公司的促销力度会较大。  Q5：公司渠道下沉的程度？未来进一步渗透的空间有多大？  A5：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。公司会权衡渠道拓展与资源投入的关系，未来一定的时间节点，可能会进一步加大拓展终端的力度。  Q6：公司的核心竞争力有哪些？  A6：1、品牌优势：品牌认可度高，“西麦”品牌创立已有20年，在全国许多区域的消费者心目中获得了较高的认可度，绿色、营养、健康的品牌形象深入人心，拥有众多忠实、稳定的消费者。未来公司会持续进行品牌建设，进一步提高知名度和美誉度。  2、线下渠道优势：目前线下的门槛高，进入线下需要一定量级的资源投入和决心，还要与卖场良好沟通和维护，一定量级促销员的日常维护与拉新、持续的促销活动等，渠道一直是公司的核心竞争优势。线下渠道还有较大的提升空间，公司会继续挖掘潜力。  3、产品优势：公司拥有先进的生产设备，严格把控产品质量，注重食品安全，产品口感较好。  Q7：公司自有工厂的建设情况是怎么样的？  A7：1、河北燕麦食品产业化项目按计划进行。2、考虑到冷食燕麦规模增长，公司正在实施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。  Q8：公司冷食和热食的长期战略是什么？  A8：巩固和提升西麦热食冲调燕麦片消费群体优势地位，创新发展西澳阳光冷食休闲燕麦，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。目前公司采取两翼齐飞的战略，五年内冷食燕麦会作为公司重要的第二个销售增长曲线，热食冷食并重，各占半壁江山。  Q9：对2021年成本趋势的展望？  A9：国家之间外交关系无法预测，目前来看进口主要原料价格较为稳定。 |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020-12-11 |