

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	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 网上集体接待日
参与单位名称及人员	参与“2021年广西地区上市公司投资者网上集体接待日活动”的投资者
时间	2021年05月21日 15:20—17:00
地点	全景·路演天下 ( <a href="http://rs.p5w.net">http://rs.p5w.net</a> )
上市公司接待人员	董事会秘书：谢金菱 财务总监：张志雄 证券事务代表：何剑萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1: 请问公司在海外业务今年有何规划?</p> <p>A1: 公司专注于燕麦产品的研发、生产、经营，主要精耕国内市场。</p> <p>Q2: 对于主业的行业前景公司怎么看，未来行业发展趋势在哪儿?</p> <p>A2: 燕麦在中国市场的发展历史并不悠久，但目前已有近百亿的规模。近两年来，在热食燕麦蓬勃发展的基础上，随着冷食休闲燕麦的兴起，整个燕麦行业迎来了新的增长点，同样也给公司带来销售增长的契机。首先，燕麦是健康的谷物食品，具有较高的营养价值和良好的保健功效。燕麦是十大健康食品之一，富含可溶性膳食纤维，维持肠内菌群的动态平衡。燕麦中所含的β-葡聚糖已被证实可以降低胆固醇，具有良好的降血脂效应。燕麦还有丰富的维生素和高蛋白质，可增强人体免疫力。其次，得益于消费者健康意识的觉醒和增强，未来纯燕麦的消费人群和人均消费量有望持续增长。同时，新冠疫情也触发了消费者对提高免疫力、提高整体健康水平的需求。再次，中老年消费群体较倾向于热食燕麦，食用燕麦对肠胃较好。冷食燕麦具有高颜值、高营养、方便性、口味多样化的特点，消费场景多的特点，符合年轻消费群体消费需求。所以预计未来行业整体仍会保持较快增长。</p>

Q3: 公告减持就必须按时间减持吗?

A3: 减持计划是股东或董监高对未来一定时间内减持的预计或计划, 没有规定必须要按计划减持完毕。

Q4: 今年以来公司接待专业机构调研情况是什么样的, 对于市值管理持怎样态度?

A4: 公司积极与投资者进行沟通交流, 接待多场专业机构的调研, 具体调研情况请参见公司公告。

Q5: 目前公司的研发重点方向在哪, 在研项目中最有市场前景的细分领域是什么?

A5: 公司以市场需求为导向, 加大新产品研发力度, 通过新产品提升企业竞争力。不断完善和强化全程一体化的全产业链优势, 守护好燕麦标准。根据不同消费群体的消费特征, 在对现有产品持续升级的同时为消费者提供满足不同场景需求, 更健康, 更丰富多彩的燕麦产品。

Q6: 目前公司订单与产能匹配情况如何, 业绩预期是怎样的?

A6: 公司产能富余, 可以满足订单需求, 目前公司生产经营正常。

Q7: 年轻人的麦片有哪些?

A7: 公司的主要产品为以燕麦为主的谷物健康食品, 产品按类别分主要包括纯燕系列燕麦片、复合系列燕麦片、冷食系列燕麦片。其中纯燕系列燕麦片主要包括绿色燕麦片系列、有机燕麦片系列和燕麦+燕麦片系列; 复合系列燕麦片主要包括西澳阳光牛奶燕麦片系列, 平衡滋养燕麦片系列, 中老年营养燕麦片系列等; 冷食系列燕麦片主要包括麦脆果萃系列、烘焙燕麦片系列、燕麦脆系列等。上述产品均适合年轻人食用, 其中冷食系列燕麦片具有高颜值、高营养、方便性、口味多样化, 消费场景多的特点, 深受年轻消费者喜爱。

Q8: OATLY燕麦奶, 公司有这种产品吗? 未来是否会重点推进研发这种产品?

A8: 公司持续关注行业内的新动向, 并注意到近期相关品类增速较快。公司在燕麦及其相关产品领域有较多技术和产品储备, 并会根据专业的市场调研结果决定产品推出的节奏。

Q9: 未来有无引入战略投资者或者同行业并购的可能, 大股东相关持股比例有无稀释可能?

A9: 公司坚持生产以燕麦为主的谷物健康食品, 未来会考虑与主业相契合领域的投资。

Q10: 公司接受订单及账期回款是否存在季节性变化, 主要规律是什么?

A10: 公司订单没有明显的季度性变化, 回款账期不存在季节性变化。

Q11: 在 ESG 层面目前做了哪些工作, 取得哪些阶段性成绩?

A11: (一) 环境方面 公司在建设与生产过程中严格执行国家以及当地地方法律法规, 并严格执行项目环境评价、环境管理制度、环境质量标准。公司积极推行节能减排, 降低消耗, 倡导全体员工节约资源。公司利用现代信息技术手段, 减低了办公对纸张、墨盒等消耗品的依赖性。(二) 社会公益事业 1、通过向红十字会、民政局、医院等渠道进行捐赠, 捐赠物资市场价值 200 多万元, 为抗击新冠疫情提供助力。2、公司向江苏省慈善总会捐款 10 万元, 为助困、大病救助、助学等事业奉献力量。3、公司对贺州工会老人进行慰问, 发放慰问礼品, 以实际行动表达企业传递温暖回报社会的关爱之情。4、携手桂林市象山区人民政府共建“漓江生态西麦樱桃园”, 为保护漓江生态环境做出贡献。

Q12: 今年在控制成本方面会有哪些具体措施?

A12: 公司积极采取提高生产效率、提前锁定部分原材料价格、降低损耗等方式, 努力降低原辅料价格上涨带来的成本波动。

Q13: 公司连续两年的分红实行转送股, 公司扩大总股本是基于什么考虑?

A13: 公司的总股本较小, 而净资产规模较大。通过转增有利于扩大公司股本

规模,优化公司股本结构,增强公司股票流动性,有利于更多中小投资者投资、共同分享公司成长的经营成果,符合公司未来发展规划的需要。

Q14: 公司的 B 端业务具体模式是怎样?是直接出售原材料燕麦片还是深加工?请简单介绍一下。

A14: 公司直接向 B 端客户出售各类产品。

Q15: 公司主要产品目前最大差异化的亮点在哪,如何增强差异化产品规划有良好市场反馈?

A15: 公司是中国燕麦行业唯一一家全产业链的上市公司,从燕麦的育种和种植开始介入,研发、生产、销售,全程参与从田间到餐桌的各个环节,拥有较强掌控力,具备长久的发展后劲。

Q16: 公司 2020 年分配方案大约什么时候实施?

A16: 敬请关注公司后期的公告。

Q17: 资本很看好美国燕麦奶公司 oatly,当前已经超过 120 亿美元估值,股价还在上涨。请问贵公司有没有推出燕麦奶的计划?

A17: 公司持续关注行业内的新动向,公司在燕麦及其相关产品领域有较多技术和产品储备,并会根据专业的市场调研结果决定产品推出的节奏。

Q18: 请问谢董,我在上海,如何能成为贵司的销售代理?另外,2020 年使用澳大利亚燕麦多少吨,整个燕麦又购入多少吨,谢谢!

A18: 您可以将您的相关信息发送到公司邮箱 [ximai@seamild.com.cn](mailto:ximai@seamild.com.cn),我们会转给相关部门进行评估。

Q19: 目前公司生产用的燕麦是全部进口澳洲吗?有无自有生产基地,有的话自给率能有多少?

A19: 公司拥有广西、河北、江苏三大生产基地。

Q20: 公司在成都糖酒会上推的新品何时能上架京东天猫等平台? 公司产品在抖音等平台的定价方面, 有直播活动时与日常的定价差异巨大, 是基于什么考虑?

A20: 公司会在抖音不定期的开展销售活动, 另外由于投放主播渠道的不同, 抖音产品零售价格存在一定的差异。公司的益生菌燕麦在京东和天猫旗舰店已上架, 欢迎选购。

Q21: 生产基地每年的燕麦产量大概有多少? 另外我想了解, 如果中澳关系交恶的极端情况下燕麦不能进口了, 公司是否有替代方案, 以及实施替代方案会使原材料成本增加几成?

A21: 公司将会密切关注国家之间外交关系的变化, 同时公司也在积极评估其他主要燕麦粒的生产及出口国所产燕麦粒的质量, 为开发其他优质燕麦粒供应渠道做准备。

Q22: 公司有无强化品牌战略, 有什么营销策略?

A22: 公司将全面巩固和提升西麦品牌的知名度和信任度, 进一步巩固和发展以燕麦为主的谷物冲调产品, 全力打造全家人的谷物健康食品, 拓展面向年轻消费群体的时尚便捷的休闲燕麦食品。与国内知名的咨询公司合作, 推出“好燕麦 吃西麦”的品牌新战略, 赋予西麦品牌新的更加丰富的内涵, 刷新市场对西麦品牌的认知与理解深度, 提升西麦品牌的知名度、信誉度和权威感, 通过客观而精准的推广传播, 进一步巩固西麦品牌优势。

Q23: 公司燕麦 90% 来自于澳洲, 如果澳洲关系出现危机, 不能进口欧洲燕麦, 公司是否有替代方案? 谢谢

A22: 公司会密切关注国家之间外交关系的发展。公司也在积极评估其他主要燕麦粒的生产及出口国所产燕麦粒的质量特性, 为开发其他优质燕麦粒供应渠道做准备。

Q24: 今年资本支出规划情况如何, 怎么看待在建工程转固带来业绩压力?

A24: 公司今年的资本支出主要在休闲冷食产品的生产投入, 以及工厂的产能、效率提升等技改方面。公司会通过加大市场开拓和推广提升销售, 消化在建工程转固带来的压力。

Q25: 如何看待原料及员工成本上涨, 有和措施保证毛利率的平滑稳定?

A625: 公司积极采取提高生产效率、提前锁定部分原材料价格、降低损耗等方式, 努力降低原辅料价格上涨带来的成本波动。

Q26: 目前公司发展战略及年度经营目标是什么, 完成情况如何?

A26: 公司始终坚持燕麦为主的谷物健康食品, 巩固优势, 夯实基础, 创新发展, 布局冷食燕麦新赛道, 确认冷食燕麦为公司的第二发展曲线。1、坚持以市场消费者为中心的发展战略导向。2、巩固和提升西麦热食冲调燕麦片以及中老年消费群体优势地位, 创新发展冷食燕麦, 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。3、巩固和提升西麦线下渠道优势, 全力打造互联网营销体系, 实现线上线下比翼齐飞, 继续做大做强, 做优西麦、稳固和提升行业龙头地位。未来公司将重点打造两大业务板块, 热食冲调燕麦和冷食燕麦。针对前者将继续稳固和提升行业领先地位, 后者则要发挥西麦的品牌优势, 创新发展冷食燕麦。为实现以上战略, 公司将强化研发和营销, 全力打造互联网营销体系, 并整合资源, 充分运用上市公司优势进行上下游产业整合。

Q27: 目前管理层最关注的问题是什么, 下一步的重点布局和措施有哪些?

A27: 未来公司将重点打造两大业务板块, 热食冲调燕麦和冷食燕麦。针对前者将继续稳固和提升行业领先地位, 后者则要发挥西麦的品牌优势, 创新发展冷食燕麦。为实现以上战略, 公司将强化研发和营销, 全力打造互联网营销体系, 并整合资源, 充分运用上市公司优势进行上下游产业整合。

Q28: 公司如何看待燕麦奶? 董事长的理念一向是做好一个品类再做另一个,

	<p>这导致公司冷食燕麦的起步相对于王饱饱等品牌较慢,是否会在燕麦奶上重蹈覆辙?</p> <p>A28: 公司持续关注行业内的新动向,公司在燕麦及其相关产品领域有较多技术和产品储备,并会根据专业的市场调研结果决定产品推出的节奏。</p> <p>Q29: 请问公司现在是否有燕麦奶产品,是否有跟星巴克、瑞幸咖啡等合作?</p> <p>A29: 公司持续关注行业内的新动向,公司在燕麦及其相关产品领域有较多技术和产品储备,并会根据专业的市场调研结果决定产品推出的节奏。</p> <p>Q30: 目前主要产品毛利率变化趋势如何,如何平衡资产增速与收入增速的匹配?</p> <p>A30: 目前公司主要产品毛利率较为平稳,公司会通过加大市场开拓和推广、提升销售来平衡资产的增速。</p> <p>Q31: 股价太低,公司有什么策略?</p> <p>A31: 公司一直以来踏踏实实做好生产经营,以良好的经营业绩回报股东。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021-5-24