

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	开源证券：叶松霖 大摩：苏香 焱牛投资：刘元平 长城自营：江都、肖心怡 德邦：周翔宇、祝捷 建信理财：栾天悦、林子钰 胡圣 潘韵奕 共 11 人
时间	2021 年 08 月 19 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 证券事务代表：何剑萍
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司向投资者介绍半年度及二季度经营业绩情况</p> <p>交流问答环节：</p> <p>Q1：行业是否竞争加剧？</p> <p>A1：整体上看，不论线上还是线下，行业竞争激烈。公司线下优势地位明显，主要由公司及几个规模较大的友商主导市场，公司在线下的占比处于第一梯队。相较而言，线上竞争更激烈，新晋网红品牌主要经营冷食燕麦产品，有各种中小品牌、休闲食品品牌参与竞争。公司认为，众多品牌的加入，恰恰表明冷食休闲燕麦食品行业有光明的前景和未来，所以才会吸引众多新进的市场参与者。</p> <p>Q2：下半年毛利率趋势？</p> <p>A2：原材料价格目前较稳定，行业内担心中澳政治关系不稳定，导致原材料供应出现问题，今年公司加大对澳洲燕麦粒的进口量，加大囤货，半年报中现金流支出较多是因为进口麦粒预付款增加和人员开支增加。下半年买赠促销保持在稳定状态，预计毛利率不会大幅波动。</p>

Q3: 公司是否考虑给美股燕麦奶企业做代工?

A3: 该美股上市公司目前在中国安徽自建工厂。公司目前并不确定燕麦奶产品在 C 端的发展前景, 在等待燕麦奶市场成熟的信号, 一旦信号明确, 公司可以多种形式快速进入市场, 如: 自产、与其他企业合作等。公司与众多燕麦奶企业有合作关系, 为它们提供原材料。

Q4: 渠道扩张上, 线下渠道是否有进一步下沉空间?

A4: 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。

Q5: 公司对社区团购对态度?

A5: 社区团购对所有企业都是挑战, 社区团购是一种新的销售方式, 公司有参与社区团购渠道。社区团购目前没有成熟的销售模式, 公司也是在规范运营的前提下摸索中前进。

Q6: 热食、冷食燕麦新品规划?

A6: 今年上半年, 公司新品众多, 有 40 多个 SKU。热食燕麦方面, 公司推出 5 黑谷物燕麦片、高纤燕麦麸皮、多种坚果燕麦等, 完善及丰富热食燕麦产品品种, 其中低 GI 的高纤燕麦麸皮荣获 2021 年度全球创新食品评鉴大赛 (WFA) “最佳即食谷物” 奖, 可以更好的控制血糖, 促进肠道蠕动, 还可作为代餐, 食用后使人有饱腹感, 降低食欲达到减肥的效果。未来公司注重燕麦功能性的开发, 强调燕麦健康功能性。冷食燕麦方面, 新品方向为更便捷、更美味。

Q7: 消费者的品牌忠诚度和粘性高吗?

A7: 热食燕麦拥有众多忠实、稳定的消费者, 消费者基于健康需求选择食用燕麦时, 消费粘性会比较强、复购率较高。冷食燕麦 2017-2018 年在中国兴起, 许多消费者从 2020 年疫情期间才知道冷食燕麦产品, 消费者会尝试各种品牌

	<p>的产品，忠诚度不高。</p> <p>Q8: 零食品牌有做燕麦产品，西麦和零食品牌比竞争优势？公司如何应对竞争？</p> <p>A8: 燕麦行业的竞争在加剧，但激烈的竞争代表市场欣欣向荣，市场规模在扩大。在快速发展的市场中，像西麦这类深耕市场 20 余年，有深厚积累的公司，会是市场发展中最受益的企业之一。从品牌、技术、全产业链掌控能力看，公司都是最优秀的企业之一。在发展的过程中，行业会不断整合、分化，有的公司会被淘汰、出清。</p> <p>Q9: 职工薪酬上涨较大的原因？</p> <p>A9: (1) 2020 年 5 月宿迁工厂落成，招募新员工，人员开支增加；(2) 2020 年初疫情期间基本没有线下促销活动，人员开支较少；(3) 公司今年上半年进行股权激励，费用计入职工薪酬。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-8-20