

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	天风证券：薛涵 中意资产：臧怡 源乘投资：李柳竹 青骊投资：苏乐天 高腾国际：陈泽人 老友投资：陈凯 环翰投资：周波 泰康资产：周妍 纯达投资：郭怡辰 大笋资产：姜姗 海通证券：张宇轩 海通国际：Jamine 燕创资本：王一凡 东方自营：刑恺 方瀛资本：Miao Yifan 海金投资：chaoling Octo River Capital：陈昊冉 农银基金：李芳洲 共 18 人
时间	2022 年 8 月 23 日 10: 00-11: 00 2022 年 8 月 23 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
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：公司目前价格调整的进展？ A1：今年公司做价格调整的可能性不大，因为调价有时间窗口，快消品行业调价之后对销售影响的时间可能会持续约三个月。调价之后约三个月的期间可能对销售额的影响比较大，因此需要精心选择调价时间窗口。公司原预定在春节之后调价，因为春节之后是销售淡季，但是现在淡季的时间窗口已过，下半年是销售旺季，影响销售的时间段就正好覆盖传统的销售旺季，所以今年下半年调价的可能性比较低。 Q2：公司的大健康中心，主要运营什么业务？ A2：1、全产业链的建设，包括与外部的育种机构和各大高校在农业方面进行

专业合作，优选优质的燕麦品种，为西麦未来的产品开发做服务。2、在产品形态上希望能有所创新，与外部的机构进行合作，希望能开发出独立于现有的热食、冷食和饮料这三个品类之外其他新的产品形态，在燕麦食品的形态上做创新。3、根据燕麦的营养功效进行功能性上的深挖和创新，比如利用燕麦中富含的膳食纤维、β-葡聚糖，还有其他的营养元素，做一些功能性上的开发。这是一个比较长远的规划，短期不一定能看到特别明显的效果。

Q3: 下半年在费用投入方面的规划？全年费用率是否还是上涨的情况？

A3: 从整体看，下半年公司的费用投入应该会保持比较稳定的节奏，会保持在一个稳定的状态，不会有大幅的上涨，也不会有剧烈的削减。上半年公司在线上费用投入较大，公司在抖音、快手平台表现比较好，相应的公司也投入了较多的费用。公司在根据实际情况不断的做调整，下半年在线上费用投入方面会进行优化，将更多的投放到高效率的渠道之中，在低效的渠道上可能会进行一定的平衡，所以整体来看费用的投入不会有太剧烈的变化，但是在局部的方向上会进行优化，个人希望下半年通过费用的优化能使利润情况稍微得到改善。

Q4: 冷食这两年在整个消费疲软下确实整体是呈现下滑的趋势，公司对未来几年的展望，怎么看待冷食未来几年的成长性？

A4: 冷食燕麦短期内的销量是在下滑，但是从中长期来看，公司仍然很看好冷食燕麦的发展潜力。对比国外的市场，可以看到，在国外市场冷食燕麦的规模很大，甚至大于热食燕麦的市场规模。公司相信随着经济的发展，居民饮食习惯的调整和改变，冷食燕麦在未来仍然大有可为。很遗憾目前在当下的阶段因为种种原因，包括整体消费的疲软，包括过去两年冷食行业的过度投入，导致该产品有一些过热，过热之后进入了休整期，从去年开始冷食燕麦呈现销量下滑的趋势。但公司认为该下滑趋势不是常态化的趋势，持续时间有限，相信在寻找到新的驱动因素时，冷食燕麦应该会重回升势，但是不能确定冷食燕麦重新恢复增长的时间，现阶段公司需要做的是做好积累的工作，在做消费者教育的同时储备更多的新产品，为冷食燕麦新一轮的增长做好准备。

	<p>Q5: 在整个行业格局下滑的趋势下, 公司的市占率是否有提升?</p> <p>A5: 在整个燕麦品类, 公司的市占率在稳步提升, 在热食燕麦版块公司牢牢占据了市场领头羊的位置。从渠道上看, 在线下, 公司的市占率是遥遥领先的。冷食燕麦版块, 公司并不是最早切入冷食燕麦市场的商家, 但是通过这几年的努力, 公司在冷食燕麦市场的占有率也在提升。线上全渠道, 单看抖音和快手等线上短视频平台的渠道, 公司处于领先的位置。从去年下半年开始, 自从公司重视短视频之后, 加大了在短视频平台上的投入, 在直播方面构建了比较完整的矩阵之后, 在线上实现飞速的追赶。</p> <p>Q6: 怎么看待未来麦片行业比如说热食和冷食的增速?</p> <p>A6: 以过去的经验来推未来, 在过去若干年整个麦片行业是以大个位数至小两位数的增速在增长。公司判断, 如果没有决定性变化的因素来推动或拉低的情形下, 未来燕麦行业的增速仍然是维持目前现状。过去若干年是以热食燕麦为主, 所以热食燕麦相信是保持目前的状态, 前两年冷食燕麦加入了燕麦品类之后, 冷食燕麦的增速比较快, 带动整个燕麦品类的增速也略有提升, 但冷食燕麦的基数较小, 因此整个燕麦品类的增速变化不大, 相信在未来如果冷食燕麦能够重新找到增长驱动力之后, 冷食燕麦的增速可能会快一些。</p> <p>Q7: 麦片这个赛道的竞争格局是什么样的情况?</p> <p>A7: 麦片这个赛道的竞争格局跟中国的大众消费品类类似, 麦片这个领域经过多年的发展以后, 有几个包括公司的头部市场参与者, 几个头部市场参与者总共市场份额不到 50%, 后面有大量的中小市场参与者。整体来看, 这两年竞争还是比较激烈的, 在这种情况下叠加消费整体的疲软, 所以这两年在进行市场出清, 有很多原有的品牌消失了, 但同时也看到目前又新进了大量中小的地方品牌, 目前来看整体的竞争态势还是比较激烈。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022-8-26

