

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 checked="" 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（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年5月11日(周四)下午15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”(https://ir.p5w.net)采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理谢庆奎,西麦食品 董事、副总经理、董事会秘书谢金菱, 副总经理孙红艳, 财务总监张志雄, 独立董事姜晏
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 问 1、公司现在市占率是多少？ 答：权威市场调研公司欧睿国际数据及尼尔森数据均显示公司为全国第一的燕麦谷物品牌，是中国燕麦市场当之无愧的领导者。公司线下、线上销售排名均为行业第一，市场第一地位稳固，领先优势进一步扩大。 问 2、公司今年有没有分红？ 答：公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.69 元（含税），不送红股，不以公积金转增股本。公司一直实施积极的利润分配政策，在保证业务持续发展同时持续提高股东回报，2019 年上市至今公司累计发放现金分红 2.48 亿元，占期间归母净利润总和的 62.97%，在公司规模持续扩大、高分红的同时货币资金保持充裕。

问 3、公司有没有布局电商直播平台？

答：公司在抖音和快手平台表现出色，并建立了完善的多层次直播达人矩阵，同时也大力开展自播业务。目前在抖音、快手平台皆为冲饮麦片类目市场第一。

问 4、公司零食渠道目前布局进展情况，有哪些产品进入了零食渠道，是否有针对性的开发了一些产品，哪些品类卖得更好一些？

答：公司积极拥抱线下渠道变迁，大力发展零食渠道，目前进展良好，零食渠道终端覆盖率超过 80%。公司的多款产品都以小包装的形式进入了零食渠道，并会根据零食渠道的要求做相应的优化和调整。目前热食燕麦产品在零食渠道更受欢迎。

问 5、想了解一下公司线上业务发展情况和竞争力情况，公司目前线上市占率第一，市占率大概是多少？

答：公司目前淘系和京都市占率第二，抖音、快手、拼多多市占率第一，线上平台综合市占率第一。市占率的具体数值不同的数据来源会有所波动，但都显示公司的全网销售额市场第一。

问 6、西麦后期如何保持增速，有无战略布局？

答：西麦未来将会坚持产品和渠道扩张双轮驱动。产品方面会不断推陈出新，并将向大健康食品方向做延伸；渠道方面将会紧跟时代变化，抓住线下新兴渠道的红利，跟随新兴渠道的发展而扩大消费者触达。同时会借助线上数据持续做好消费者研究以及消费者互动，进一步精细化运营。同时，公司会持续的进行投入，向广大的消费者普及燕麦这种健康食品，扩大消费人群渗透率。

问 7、未来公司的愿景？公司作为国内燕麦龙头，未来公司能否成长为百亿营收的燕麦企业。因为如果国内也能达到中国香港地

区地区、日本的燕麦消费水平，整个燕麦行业规模是有望做到400、500 亿的。

答：西麦的愿景是“树行业标杆，创百年企业”。希望通过我们的努力，把西麦发展成为一个传承百年的健康食品企业，把燕麦这种有利健康的食品向大众推广开来。感谢您对行业和公司未来前景的看好，我们也坚信随着消费者健康意识的觉醒和提高，中国燕麦食品渗透率在未来将会获得极大的提升，燕麦食品产业的市场空间将非常广阔。行业发展的进程中，西麦作为行业的领导者将会极大受益。

问 8、公司电商销售情况怎么样

答：公司电商销售表现出色，2022 年冲饮麦片类目全网综合排名第一。

问 9、线上表现亮眼的原因？

答：公司在社交电商如在抖音和快手等平台占据了先发优势，表现出色，大幅领先竞争对手。同时通过精细化运营，在传统的电商平台上也逐渐追赶上了主要的竞争对手。而在拼多多、唯品会等平台上也是市场的领导者，公司 2022 年全网综合排名第一。

问 10、今年会有哪些新品推出？

答：公司持续地推出新品，2022 年推出 70 多个 SKU，今年会继续推出更多健康食品，如益生菌蛋白质粉、牛乳燕麦片、休闲谷物片、主食杂粮等品类。主要围绕以下方面进行：1、拓展产品外延：公司不局限冲调品类，扩展新系列，如燕麦米、荞麦面、杂粮粉，满足中式厨房多重需求，花式搭配，自制燕麦杂粮馒头、花卷、面条等。2、新推便利性产品：即食的燕麦粥类产品，不用冲泡直接食用，解决了消费者吃燕麦便利性的痛点。3、原有产品升级：热食燕麦方面持续升级和改良，清洁标签，燕麦+系列会继续推出新品。4、休闲食品方面，新推出燕麦球、谷物圈

等产品。

问 11、公司去年新品表现怎么样？

答：2022 年公司新品表现出色，给公司带来的销售增量贡献超亿元。

问 12、公司在 2023 年 618 之前会有多少新品线上线下投放市场？

答：公司会陆续推出轻卡 0 添加的牛乳燕麦片、益生菌蛋白质粉、燕麦粥、满足中式厨房需求的杂粮面、杂粮粉等新产品。

问 13、公司 2023 年计划在休闲新品投放多少品种？

答：2023 年公司会持续的开发和推出各式新品，休闲食品是其中的一个重要方向。新品推出的品种和节奏将会根据外部市场的变化和消费者调研进行动态的调整。

问 14、公司燕麦粒的库存情况，公司正常会保有多久的库存？另外帮我们展望下未来燕麦粒的价格走势。

答：公司会根据市场情况综合考虑，保持安全库存，价格会在高位运行。

问 15、公司有没有考虑燕麦粒原料来源的多样化问题，一是未来中澳关系可能会影响公司采购澳洲的燕麦，二是未来国内燕麦行业上规模后，澳洲的燕麦也不一定完全满足国内。公司是否有考虑其他地区的燕麦，比如俄罗斯，欧洲等等俄罗斯的燕麦品质或营养成分以及价格跟澳洲燕麦相比有哪些较大差距？

答：公司在加快拓展并升级国内黄金燕麦产区的燕麦来源，同时公司进行原材料来源地的多元化布局，建立了应对外部形势变化的原料保障体系，匹配公司产品特色及战略规划布局。

	<p>问 16、公司目前线上业务收入占公司整体收入的比例是多少，线上指的是包括线上自营和线上经销？</p> <p>答：目前公司线上业务占公司整体收入比例超过 20%。其中包括线上自营和线上经销模式。</p> <p>问 17、粥还没在线上销售</p> <p>答：燕麦粥正在准备投放市场。</p> <p>问 18、公司线下和线上的市场份额分别是多少？另外，公司目前线上业务收入占公司整体收入的比例是多少，线上指的是包括线上自营和线上经销？</p> <p>答：权威市场调研公司欧睿国际数据及尼尔森数据均显示公司为全国第一的燕麦谷物品牌，是中国燕麦市场当之无愧的领导者。公司线下、线上销售排名均为行业第一，市场第一地位稳固，领先优势进一步扩大。</p> <p>问 19、燕麦奶的技术储备成熟度如何？西麦如何看待燕麦奶市场情况？</p> <p>答：公司有燕麦奶技术储备，并和国内主要的燕麦奶生产企业存在合作。当前国内的燕麦奶市场主要在 2B 端，2C 端销量较小。</p> <p>问 20、截止 2023 年 5 月 11 日 股东人数是多少？</p> <p>答根据中国登记结算公司深圳分公司提供的数据显示，截止 2023 年 5 月 10 日，公司的股东户数为 17968 户。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023-05-11