

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	长江证券、银华基金、易方达基金、天治基金、碧云资本、源乘投资、华宝基金、鹏华基金、中天国富证券、诺安基金、北信瑞丰基金、上海东方证券资产管理、新方程股权投资、南方基金、深圳望正资产、富国基金、上海和谐汇一资产、禾丰正则资产、江苏瑞华投资、鹏扬基金、国新国证基金、杭州高元私募基金 共 22 人
时间	2024 年 02 月 23 日 16: 00-17: 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：春节期间公司产品的销售情况如何？ A1：整体来看，公司产品销售情况良好，春节前经销商的订货情况、春节期间消费者终端的动销情况非常理想，超出公司预期，春节假期过后，经销商开始下新的订单，进行补货。 Q2：春节期间，礼盒产品的终端表现如何？ A2：礼盒产品，公司以往的布局较为单薄，产品品项较少，无法满足消费者多样化的消费需求。今年，公司提高对礼盒产品的重视程度，推出多款礼盒产品，包括大健康类产品礼盒，覆盖了几十元至三百元的价格带。春节期间，礼盒产品动销情况良好，同比销售有较大幅度的增长。 Q3：热食燕麦和冷食燕麦的毛利率情况？

A3: 热食燕麦和冷食燕麦的毛利率均较高, 公司整体的毛利率维持在一个较高的水平。

Q4: 公司目前在零食量贩渠道的情况? 公司如何看待零售量贩渠道?

A4: 公司零食量贩渠道的销售增速较快, 在零食渠道公司主要提供小包装产品, 囊括了公司的热食燕麦和冷食燕麦, 根据终端动销情况进行产品的动态调整。

近两年, 零食量贩渠道增长非常的迅速。从渠道各环节的拆解来看, 各环节的发展比较健康, 各环节均能分享到渠道发展带来的收益。消费者、加盟商、渠道自身、上游的供应商, 大家都能从渠道的增长中获取所需。从这个角度来看, 公司认为该渠道的商业闭环较为完整, 有可持续发展的逻辑支撑。经过几年的高速发展后, 可能渠道中的各零食量贩品牌会进行一些短兵相接的竞争, 下一步会做一些行业的整合。但是这是未来的事, 在渠道高速发展的当下, 公司会积极地拥抱它。对零食量贩渠道, 公司的策略为拥抱零食渠道, 实现共同成长。从去年的情况来看, 零食渠道自身的增速较为可观, 各零食渠道品牌均在快速拓店, 仍处于红利期。伴随着该渠道拓店的速度, 对公司营收的增长预计也能产生强劲的推动作用, 公司会进一步加大在零售量贩渠道的投入。

Q5: 日本燕麦的人均消费量与中国有较大的差异, 从公司的理解角度来看, 我们和日本的核心差异在什么地方?

A5: 燕麦消费市场上, 海外基本大部分的国家都是以冷食燕麦为主。中国比较独特, 这与我国的传统饮食习惯可能有一定的关系, 中国人更习惯于吃热的食物。

但, 我们也观察到, 中国的饮食习惯处于一个逐渐转移变迁的过程之中。这个变迁会持续缓慢地发生, 现在已经看到比较多的年轻人对冷的食物的接受度越来越高, 所以未来对于冷的食物, 食用的形式可能不再构成其品类发展的障碍。从长期来看, 公司认可冷食燕麦的发展潜力。但是, 当下还没有完全到迅猛发展的时间节点, 可能需要一些时间来逐渐地转变饮食的习惯。

	<p>Q6: 老年人群体对燕麦的消费量和偏好是一个什么趋势?</p> <p>A6: 公司过去的消费者画像主要是以中老年为主, 但是近几年消费者的年龄段在逐渐地往年轻化延伸, 热食燕麦的消费者, 消费粘性非常强, 很多是公司忠实的消费者。当食用燕麦形成习惯后, 基本会将燕麦做为刚需之一。在中国燕麦市场上, 公司的市场地位和号召力非常强劲。中国的老龄化趋势明显, 并且处于加速发展的过程之中, 秉承公司的传统, 公司非常重视中老年消费者群体, 公司会持续地加强在中老年消费者中的市场教育工作。公司的产品力非常强, 历年对消费者的访谈和消费者反馈显示, 消费者对公司产品品质、消费体验均给予较充分的肯定。同时, 公司也会加强对年轻消费群体的重视程度, 开发更多符合年轻消费群体的产品。</p> <p>总体来看, 公司的策略中, 中老年消费者是公司的基本盘, 未来基本盘可能会稳步地扩大, 青年的消费者会带来新的增量。青年的消费者经过时间的洗礼, 会逐渐向中老年转化, 公司也会加强青年的市场教育工作。</p> <p>Q7: 燕麦粒价格在上涨, 公司如何平衡成本上涨的压力?</p> <p>A7: 公司的原料燕麦粒是农作物, 价格会根据收获情况涨跌, 公司会通过以下方式平衡成本的上涨压力: 第一, 燕麦粒原粮价格上涨, 但其他的原材料、包材、物流等影响产品价格的各种因素, 公司会通过各种方式在保证质量的前提下降低成本。第二, 公司会更精细化地组织生产, 把生产各个环节的成本尽量合理的下降。第三, 公司今年会更进一步地加强费用端管控, 公司在线下费用投放一直效率很高, 线下也保持较为稳定的费用管控模式, 线下的盈利能力较强。线上过去几年增速较高, 同时费用的投放也较大。今年公司会进一步的研究线上费用投放模式, 寻找更效率的投放方式。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024-02-25