

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	☐特定对象调研☐分析师会议 ☐媒体采访☐业绩说明会 ☐新闻发布会☐路演活动 ☐现场参观☒其他（线上交流会）
参与单位名称及人员	华鑫证券、方正证券、中信证券、光大证券、开源证券、中信建投、国泰基金、兴业资管、国泰海通证券、长盛基金、同犇投资、国投瑞银、东方基金、诺安基金、华夏久盈、光大保德信基金。 财通证券、富安达基金、海富通基金、汇丰晋信基金、泰康资产（香港）、凯石基金、博道基金、前海人寿保险、长江证券（上海）资产、天治基金、中国人保资产、汇丰晋信基金、景顺长城基金、长安基金、招银理财、东方基金、华创证券、上海新传奇私募、兴业证券、西南证券、长江证券、新华基金、安联基金、建信基金、光大永明资产、中信保诚基金、上海国泰君安证券资产、上海弘尚资产、银河基金、百嘉基金、华泰柏瑞基金、东吴证券、 国华兴益、国盛证券、招商证券、太平洋证券、中金公司、民生证券 共 57 人
时间	2025 年 4 月 26 日 10：00-11：00 2025 年 4 月 28 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
投资者关系活动主要内容介绍	（一）介绍公司 2024 年度和 2025 年一季度经营情况 公司聚焦大单品战略，以研发带动产品升级，全面推动燕麦产品作为健康食品的品类发展，经营业绩创历史新高。2024 年扣非净利润增速快于归母净利润，显示主营业务持续向好。2025 年一季度的数据更为突出，扣非净利润同比增长 27.66%，增速高于营收增长。

	(二) 主要交流问题 Q1: 2024 年的营收和利润增长主要来自于哪些方面? A1: 2024 年公司的营收增长主要来自两个方面: 一是传统燕麦产品的持续增长, 二是新产品的推出和市场拓展。公司在产品创新和市场推广方面发力, 推动了整体营收的提升。 2024 年, 公司净利润达到 1.33 亿元, 同比增长超过 15%。净利润的增长主要得益于营收的增加和成本控制的优化。公司在提升运营效率和降低成本方面取得了显著成效。 Q2: 春节旺季贯穿四季度和一季度, 打通看有没有一些比较可喜的改变? A2: 春节是传统的销售旺季, 会对四季度和一季度产生较大的影响, 打通看, 公司的营收增长超过 10%, 出现一些可喜的迹象: 1、电商一季度增速较高。一季度电商的增长主要来自于传统电商平台, 传统电商平台盈利能力高于兴趣电商平台, 传统电商平台的增长提速, 有助于公司的整体盈利能力提升。2、从品类看, 燕麦+过去几年持续高速增长, 一季度仍然保持较高的增速, 已出现一些体量较大的大单品。以上迹象表明, 公司现有渠道和产品仍然存在进一步提升的空间。 Q2: 公司全年对费用端的规划? A2: 公司秉承维持全年费用率较为稳定的基本原则进行费用投放。公司希望费用率保持比较稳定的状态, 费用额可能会随着销售规模的扩大而持续增长。公司的风格一直比较稳健, 会阶段性的进行费用投入策略上的调整, 优化费用投放效率。 Q3: 公司 24 年零食渠道的增速在放缓, 25 年公司如何看待该渠道? A3: 25 年各大零食渠道开店的节奏在放缓, 但公司内部对零食渠道仍寄予较大的期望, 公司采取的策略主要是增加该渠道中的 SKU, 不同的店铺品牌可能上架不同的 SKU, 实现差异化营销, 以增加公司产品在该渠道的销量。
--	--

	Q4：公司目前还有哪些比较有潜力的产品？ A4：第一是燕麦+复合类的产品，公司会持续进行产品更新迭代。目前从数据上看较符合公司预期，燕麦+过去几年持续保持了比较高的增长，从销售数据看也是市场的趋势，消费者端比较认可该发展方向。第二是大健康类、口服液类的产品，公司会持续推新，比如药食同源和中式养生方向。第三休闲品类，公司希望赋予燕麦食品更多的休闲属性，开拓更多的休闲渠道。 Q5：公司 25 年对线下渠道采取什么策略？ A5：对于强势省份，公司在巩固现有成绩的同时会重点推介公司的新品；对于弱势省份，公司会重点做补强工作，建立经销网络，以进行当地终端网络建设和完善。对于高增长省份，公司会进一步进行渠道的深耕和下沉。公司的产品 25 年进入了山姆等会员店，争取在年内能上架更多的 SKU。 Q6：公司 24 年并购了德赛康谷，目前他们处于产能爬坡和扩张阶段，公司对该业务 25 年的期望？ A6：德赛康谷 24 年情况与预期产生偏差主要来自于乳业承压，同时 24 年拓展的大客户产能爬坡不及预期，进度不及预期。该客户的订单为全新开发产品，对德赛康谷而言也是新品，所以在新品的设计生产还有提升良品率的整体进度上比原来的预期要稍慢一些，磨合需要时间。后续步入正轨后，量会逐渐往上爬。近期看，德赛康谷正逐渐走向正确方向。25 年预期对公司整体营收的贡献相较 24 年会有所增长。
附件清单	无
日期	2025-4-30