

证券代码：300498

证券简称：温氏股份

温氏食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202123

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <u>东方证券夏季小范围线上策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	东方证券-张斌梅、樊嘉敏；交银施罗德基金-张雪蓉；广发基金-顾益辉、朱琪；东证资管-陈太中；华夏基金-佟巍；新华基金-杨思思；鹏扬基金-袁亚美；环懿投资-杨伟；融通基金-吴书等 11 位机构投资者。
时间	2021 年 08 月 31 日
地点	温氏股份总部 20 楼会议室

上市公司接待人员
姓名

外购猪苗出栏、产能利用率较低分摊较高固定成本、防非投入增加、外购部分种猪等原因所致。

公司已于 5 月份暂停外购猪苗，预计今年四季度成本回归正常。肉猪养殖完全成本目标为下半年降至 10 元/斤左右，明年降至 8 元/斤以下。

2.公司前期提到已全面推广云南模式防控非洲猪瘟疫情，请问在推广过程中，是否存在难点，存在哪些难点？

答：云南模式能够取得较好的防疫效果，主要是硬件上投入标准高，同时软件上防疫流程不断优化并严格落实。

前期在推广过程中，存在以下难点：部分发展较早的种猪场和合作农户育肥猪场硬件设施比较老旧，生物安全防护等级较低，改造升级需要较大的资本支出；防疫观念未形成共识，存在制度执行不及时或不到位等情况。

经过持续努力，公司现已全面按照云南模式，高标准严要求升级改造硬件设施，全面树立“以防为主”的防控理念，通过流程梳理、清单式排查、视频监控、制定六大禁令、环境消毒和监测、快速落实“三早”要求等全方面加强加固生物安全防控体系，防疫水平和效果得到较大提升。

3.请问公司南北方区域在防控措施上是否存在差异？

答：受地域和环境影响，南北方防疫存在一些差异。

北方冬季寒冷，低温影响洗消和浸泡效果；南方主要受夏季雨水影响，道路、周边环境较为严峻，雨天作业也影响洗消效果，且夏季小动物较多，防控难度加大。

为应对不同区域防控难点，公司提前做好准备工作，如北方提前引种和提前储备物资并做好洗消；南方提前做好雨季防控演练和准备。

公司去年将养猪事业部按照南北区域拆分成猪业一部和猪业二部，能够有效促进精细化和精准化管理，提高管理效率和效果。事业部均按照公司的统一要求和标准，结合各自区域特点，严格执行，灵活变通，做好防疫工作。

4.请问公司未来养殖小区产能规划？养殖小区平均单头固定资产投资标准约多少？是否都需要公司投资？

答：根据公司前期规划，预计到 2024 年，即公司五五规划末，“公司+现代养殖小区+农户”模式和“公司+农户（或家庭农场）”模式育肥饲养能力将各占 50% 左右。

基于公司多年项目建设运营数据和经验，公司养殖小区平均单头肉猪固定资产投资标准约 700-800 元。公司也会结合具体项目所在区域、项目建设周期长短、生产模式、具体建设内容等实际情况进行适当调整。

养殖小区主要通过三种方式投资建设，包括公司投资建设、合作农户投资建设和地方政府专项产业基金投资建设等，并非全部由公司投资，**养殖小区有符合政府引导、集中管理、资源把控、成本控制和效率提高等明显优势。**

5.请问公司如何看待下半年猪价？

答：从历史数据看，一般下半年猪价较高，主要原因是下半年喜庆节日较多，属于肉类传统消费旺季。但今年下半年猪肉价格何时反弹以及反弹高度如何，目前无法精准判断，具体还需结合市场变化情况进一步分析。**请投资者注意价格风险。**

（三）养鸡业务

1.请问公司上半年肉鸡养殖完全成本多少？是否还有下降的空间？

答：公司上半年肉鸡养殖生产成绩较好，多项核心生产指标达到历史最高水平。上半年肉鸡完全成本 6.2-6.3 元/斤，**在现行饲料原料价格大幅上涨的背景下，成本控制较为理想。**

未来成本仍有下降的空间，主要通过调整产品结构、优化饲料营养配方、进一步提高上市率等多种渠道，持续降低生产成本。

2.请问如何看待黄羽肉鸡价格？

答：根据历史数据来看，黄羽肉鸡价格存在较强的季节性。**今年 8 月下旬以来，**

鸡价行情不错，有**上涨趋势**。近期学校陆续开学，对消费也有较好的提振作用，**肉鸡消费进入传统消费旺季**。

总体来说，预计今年的黄羽肉鸡行情明显好于去年，有合理的收益。**但价格影响因素不断变化，提醒投资者注意价格风险**。

3.公司如何看待社会上肉鸡消费习惯的改变？

答：以前年份，年长有经验的消费者往往偏爱毛鸡，可以通过毛色、脚色和鸡冠等外表特征，判断鸡的品质；而随着社会节奏加快，年轻一代往往不会宰杀毛鸡，更加倾向于简单方便的屠宰鲜品鸡。**鲜品业务更符合现代年轻人的消费方式和习惯。长期来看，鲜品鸡消费比例将呈现逐步增长的趋势。**

公司养鸡业务从 2017 年开始转型升级，逐步往产业链下游延伸，加大屠宰加工布局。目前鲜品业务发展势头良好，上半年实现较好盈利。公司现有肉鸡单班屠宰产能约 2.56 亿只/年。公司也会持续推进禽业屠宰加工业务的布局和发展。

（四）其他方面

1.请问公司肉鸭业务发展情况？

答：公司上半年肉鸭上市 2700 多万只。受消费不振导致肉鸭价格较为低迷，上半年肉鸭业务基本处于盈亏平衡点。

全国范围内，养鸭行业有超 2000 亿元的市场规模，从长远来看，发展空间较为广阔。

公司养鸭业务已有 10 多年的实践经验和技术积累。为抓住市场机遇，去年 3 月份，公司正式成立水禽事业部，定位打造成为公司第三大养殖产业。公司将不断在育种、饲养和销售等方面发力，提升市场份额。

2.请问公司短期偿债压力与养猪行业其他企业相比怎么样？

答：**根据行业披露的半年度报告，与行业内企业相比，公司短期偿债压力较小。公司资产负债率处于中等水平，流动比率和速动比率等反映短期偿债能力的财务指**

	标均优于行业。 目前公司资金储备充足，可以从容应对行业下行周期。
附件清单（如有）	无
日期	2021年08月31日