证券代码：000876 证券简称：新 希 望

债券代码：127015 债券简称：希望转债

**新希望六和股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议  √媒体采访 □新闻发布会  □现场参观 □其他 |
| 参与单位名称及人员姓名 | |  |  |  | | --- | --- | --- | | 序号 | 单位名称 | 人员姓名 | | 1 | 证券日报 | 舒娅疆 | | 2 | 21世纪经济报道 | 叶碧华 | | 3 | 界面 | 赵阳戈 | | 4 | 中国证券报 | 康 曦 | | 5 | 证券时报 | 唐 强 | | 6 | 上海证券报 | 宋元东 | | 7 | 澎湃新闻 | 王启帆 | | 8 | 每日经济新闻 | 曾 剑 | | 9 | 财联社 | 崔文官 | | 10 | 第一财经日报 | 陈 慧 | | 11 | 新京报 | 闫 侠 | | 12 | 中华工商时报 | 张文燕 | | 13 | 华夏时报 | 金晓岩 | | 14 | 虎嗅网 | 刘国辉 | | 15 | 中国环境报 | 邓 玥 | | 16 | 中国食品安全报 | 刘延正 | | 17 | 中国食品报 | 粘 新 | | 18 | 消费日报 | 卢 岳 | | 19 | 农民日报 | 王焱麒 | | 20 | 饲料行业信息网 | 李娟娟 | | 21 | 博亚和讯 | 柳晓峰 | | 22 | 牧食记 | 舒全登 | | 23 | 农牧前沿 | 罗 丹 | | 24 | 中国养猪网 | 谢 坤 | | 25 | 信息时报 | 刘 芳 | | 26 | 中国新闻周刊 | 刘迩逊 | | 27 | 中国烹饪 | 褚宏辚 | |
| 时间 | 2020年4月28日 |
| 地点 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 新希望六和股份有限公司董事长 刘 畅  新希望六和股份有限公司总裁 邓 成  新希望六和股份有限公司副总裁兼财务总监 王述华  新希望六和股份有限公司董事会秘书 胡 吉  新希望六和股份有限公司首席科学家、养猪研究院院长 闫之春  新希望六和股份有限公司养禽研究院院长 许 毅  新希望六和股份有限公司食品研究院院长 王 冶  新希望六和股份有限公司安全环保部总经理 刘龙海  新希望六和股份有限公司饲料BU总裁 贾友刚  新希望六和股份有限公司禽BU轮值执行总裁 刘继青  新希望六和股份有限公司食品控股总裁 刘怀伟 |
| 投资者关系活动记录（含行程及沟通内容） | **一、总体性问题**  **Q1：公司市值在今年突破了1000亿，而且近期连创新高，董事长是如何看待公司在二级市场的表现？**  A：我们今年的市值有比较好的一个表现，我觉得总的来说第一个我们有这个运气在。确实这次非洲猪瘟、以及新冠疫情，把整个猪周期的行情拉长了，让我们能够以这种新的养殖模式大举来开拓新的战场。这个战场本身是被二级市场认可的，大家也看到了生猪这些年通过这种模式的更新，带来的这样一个成本效益、防控效益，和它的效率。所以我们是有我们的幸运在这里面。  同时我觉得更重要的是这个团队，我们也是在这个机会之前做好了很多的准备，就像闫博士领军的养猪研究院，还有我们的几支纵队。不管是一体化模式的摸索，还是成本上能够在几年前就能够达到行业最优的一个水平，这些都是做好了准备。此外，我们整个高管团队非常团结一心，通过组织管理的一些大幅度调整，以及干部年轻化的一些安排，都是为这次机会做好了准备。所以我们认为这个市值今天这样的表现，我们很高兴能够看到大家对我们综合的期待和认可。  总的来说，我觉得压力还是很大的，在这样的一个环境下既要做好防控，又要做好生产，这个过程当中我们要增加很多的新员工，然后我们要把每一个层级的同事的积极性都调动起来，这不是一件容易的事情。我们可能看到了一些成绩，但是对于大家来说更多是压力，要把投资负责任地安排下去。  **Q2：未来公司在进一步推进市值管理和投资者的回报工作上面有什么举措？**  A：这两年我们在生猪上面的投资是非常大的，我们也做了一系列的资本方面的运作，希望能够在资本上面能够充分帮助我们在生猪以及未来的食品上去大跨步地前进。民生银行一直都是我们的一个稳定的利润来源，今年我们至少把这部分利润都，能够全数分给大家。在过去这么多年，在整体回报投资人的角度上一直做得还是不错的。  下一步我们要继续做好市值的提升工作，首先我们要兢兢业业地做好经营管理工作，把我们的业绩实现持续稳健提升，能够持续给投资人有业绩的回报，这种基本面的改善，是未来我们市值能够持续提升的最根本的因素。我们非常希望能够继续这一年多我们在市值沟通、投资者关系方面的非常好的一些做法，非常希望把投资者友好型公司的理念进一步贯彻到我们公司的所有环节，我们希望给投资人始终传递一个清晰的、透明的、可信赖的形象，让大家很清楚地知道新希望是什么样的公司，不用去猜，也不用有过多的疑虑。今年刘畅董事长亲自领衔，把市值沟通和品牌沟通两个事情联系在一起，不仅仅向市场传递一个形象，同时我们希望向市场传递的形象和向全社会媒体传递的都是统一的形象，这里面有深耕农业的工匠形象创新精神，也有创新求变的时尚的变化。另外我们还会秉承38年来的规范，阳光正向可信赖的形象。我们希望除了跟我们投资人沟通，也希望以一个共同的形象和我们这些媒体的朋友来做好持续的沟通，希望大家持续支持我们！  **Q3：大家可以看到新希望的话业绩和股价的话均创下新高，董事长如何评价自己对新希望的管理工作，打分的话满分100，您能给自己打多少分呢？**  A：这个问题不应该我自己来回答，应该别人来回答才对。打分这个事情是一个看你站在什么角度的问题。如果从努力程度的话，我觉得还是给自己打100分，但是如果从效果有没有达到最好来看，可能还没有，因为我是对自己要求挺高的一个人，我的团队基本上都是对自己要求挺高的人。而且我觉得我平时在工作当中，很少去表扬别人，就是因为可能对这个团队整体的要求会比较高。所以我对自己的管理，比如说有没有自己的管理哲学，我觉得还谈不上。我们公司的特色是说大家非常的务实，我们的这个企业文化也是特别强调学习，我们像军队、像家庭、像学校，我们希望的氛围就是能够像家人一样，去包容我们的同事，包容别人的不一样，也要不停地去学习迭代自己。所以我觉得从努力学习的方向，我认为我们团队整体还是不错的，我们通过自我学习来迭代，来更新自己的企业。我觉得我没有管理得多高超。  **Q4：新希望的财报去年第四季度比第一季度多营收接近90亿，造成这个营收波动的原因是什么？**  A：猪产业每年10-12月份都是旺季，每年的Q1都是生猪消费的低点。第二就是在饲料的业务里面，当前市场上比较大的一部分的水产料主要在Q3，对应猪的节奏相同的猪料在Q4比较多。再加上一季度还有过年的因素，所以每年农牧行业的Q1都是相对一个营收的低点。  **二、养猪类问题**  **Q5：这次生猪养殖的行情，从去年非洲猪瘟开始一直延续到今年，差不多两年多时间，在以前一般猪周期是三年。公司未来对生猪养殖的行情怎么看？未来三到五年的长周期来看，因为新希望最近投资那么多养殖场，建设周期算下来也差不多三到五年，有很多风险在里面，可能两到三年就有一个波动，新希望有哪些方式方法，现在准备应对未来可能出现的风险？**  A：这一次的猪周期肯定跟往次是有一些差异的，因为这一次主要遭受了非洲猪瘟的打击，父母代存栏大幅下降，这样叠加起来导致产能恢复需要更长的时间。再加上这次新冠疫情的环境，也让供应链中间也出现了一些短缺，因此会整体把猪周期拉长。我们看今年可能大概还是会在一个价格相对比较高的这样一个环境当中。  未来的话，即使是周期过了，我们认为整个生猪行业会持续集中，规模化的推进是必然的一个趋势。而且在这个周期结束以后，竞争环境也会有差异。主要的参与者都是大型的养殖公司，就是大家互相比成本能力、生产效率、全产业链的控制能力，然后比的就是非洲猪瘟的防控能力，比的是持续优化迭代的环保能力。大家的打法可能和以前以散户为核心的打法就很不一样了。  现在正在筹建的猪场和我们正在建设的扩大的这些猪群，实际上就是准备好了应对下一次的猪价下跌，我们现在主要集中规划的这些猪场，已经在布局上，特别是工艺流程上有了很大的优化。  已建在建的猪场配套了自育肥场，特别适合于将来精准营养措施的实施。我们现在建的猪场要准备好应对11块钱一公斤的毛猪，已经准备好应对下一波行情的低谷了。  **Q6：咱们新建的猪场养殖模式是传统的工厂化养殖还是像头部友商那种精细化养殖或者是现代化养殖？**  A：新希望的养猪场和其他公司的还是有区别的，我们开始的流程规划是全批次规划的生产，大单元的精准控制，特别是预防非洲猪瘟和饲料营养方面的配合，猪舍和外面的还是有所不同。我们七八年前开始探索的，后来大量新建的猪场就是空气过滤的。设备智能化这些也是按照现在已有的，更加经济的技术，都在批量地采用。特别是环境控制智能化，我们为了降低成本的减排的智能化和精准营养，是我们区别于其他不少公司的。  **Q7：新希望六和在养猪上有非常大的规划和布局，在非洲猪瘟发生后，一些主要的大城市也提出了生猪自给率这样的计划，想请问新希望六和在稳产保供，提高大城市生猪自给率方面有哪些规划和考虑？**  A：因为非洲猪瘟，从中央到很多地方政府，要求实行省市总负责制来抓保供的工作。这一方面是我们整个产业发展的一个良好的机会，第二确实是通过这个好的政策，我们大型企业有好的发展模式，也有好的资源支持，可以抓住这个机会做一些优化布局。我们整体的布局一是围绕优势区域做好统筹。二是在优势区域里面优中选优，对销区主要的城市作了系统的安排。目前来看，我们在销区的布局总体占到大概60%的份额，这个规划和安排相对来说是比较合理的。  **Q8：以新希望的经验来说，饲料企业做养猪的优势有哪些？**  A：我们在饲料做了这么多年，其实一直都在整个产业链条上面的，所以我们养猪并不是陌生的，因为他一直是我们的客户。我们为什么能够比较好的抓住这个机遇并且做有准备的事情，因为你了解它。所以我觉得我们在大机会来之前做好了准备，这就是我们作为一个饲料企业对于这个时机把握的第一个优势。  第二个就是整个产业链上面，我们有能力去整合比较好的团队，我们知道好的团队在哪里，好的人才需要具备什么样的能力，知道我们的班子应该怎么搭。因为我们做企业也不是一年两年，我们不是一个新的创业公司，我们已经存活了39年了，这个时间也证明了我们知道如何组建一个团队，如何打一场胜仗，如何定战略，如何拆分成具体的举措，这些能力都是我们以前做饲料企业，做一个时间还比较长的一个大型企业，所具备的一个能力。  **Q9：财报里面公布的数据里面说到去年新希望的养猪合作农户里面，500头以下以及1001头以上的合作的农户的数量都增加了，但是中间的500头到1000头的农户数是下降的。为什么这种情况会出现在新希望的合作农户里面，是行业里面的一个共性还是新希望的一个特性？**  A：这方面数据，是公司从今年开始，因为养殖利润贡献提高，根据深交所监管要求，采用了针对畜禽养殖行业的指引而披露的。首先要说明，年报里展示的只是不同规模代养户数量占比的变化，而不是其绝对值的变化。从绝对值上看，无论是500头以下的，500到1000头之间的，还是1000头以上的，合作户数都在增加。所以占比的变化，只是反映了有的规模的农户增加得快一些，有的增加得慢一些——  1）1000头以上的占比变大，因为这种规模的农户，是我们现在发展的重点。  2）500到1000头之间的，这部分也在增加，我们要看到，国家过去认定规模养殖户的界限就是500头，500头以上反映了这个农户自身实力还是不错，所以可能稍微追加一些投资，就能进入到1000头以上这样一个更理想的合作规模，所以反倒是500到1000头之间的数量增加得不是特别多。  3）500头以下的就是我们平时说的散养户的主体，当然几十头的已经很少了，能够跟我们合作的，也基本也是200-400头的水平，在南方一些山地丘陵地区，这样的农户也还比较多，此前由于猪价下跌与非洲猪瘟而退出养殖的农户，去年下半年开始猪价大幅反弹，又吸引他们重新回到行业里，加入了公司的合作体系。  总结起来就是，各个规模水平的合作农户，数量的绝对值都在增加，只是各自增幅不一样，导致占比有的增，有的减。无论是我们的代养户，还是行业里，农户养殖规模提升，也是一个长期的趋势。  **Q10：目前国内的非瘟防控是什么情况，目前还存在哪些比较薄弱的环节？**  A：我们预期未来两到十年确实有很大的不确定性，可能对现在中国的养猪业来说，非洲猪瘟的防控肯定还是排在第一位，其他的要围绕着非洲猪瘟防控来布局。如果说非洲猪瘟防控最大的风险，我觉得还是前期相当一部分养猪公司和养猪户，尽管最近有一些比较大的变化，但对非洲猪瘟防控的方法还不是太得要领，造成现在社会上猪肉以及猪肉相关的制品、废弃物等等，里面还有被非洲猪瘟的污染，各种病毒都有可能存在。  另外一个就是现在有一些中小型的养猪户，可能他们对检测的手段以及处置的方法都不是很到位，这个现在也是对这些大的养猪公司来说确实是一个不小的威胁。  **Q11：关于发展楼房养猪，新希望是怎么做的，楼房养猪会不会成为我们行业的一个新的趋势？**  A：我们只在楼房养猪更加经济的地方发展楼房养猪。投资楼房养猪的固定资产和投资到平房养猪的固定资产的折旧，折算到总成本当中，看看哪一个更加有利于成本。如果这个地方猪价比较高，固定资产投资增加一点也没关系的地方，我们也在规划建设一批新式的楼房养猪项目。但是如果成本实在算不过来，我们肯定不会建楼房，最终是一个经济决策。  **Q12：现在市场环境下，很多的养殖龙头都在不断的扩张，对于未来整个市场格局会怎么演变？**  A：尽管大企都在积极地去布局，但整体的集中度到目前为止还不是特别高。我相信由于这两个疫情的叠加而导致的规模化公司的进度，未来的打法套路变了，成本的结构变了，产业链也会随之改变，也会导致饲料企业的一个改变，导致屠宰行业的一个改变，导致我们提供肉到消费者面前的方式都会产生改变。所以我想大公司的机会会更多，因为考验的就是一个大公司全产业链的一个运作的能力，跨专业的人才组织的能力，然后还有这种规模化管理运营以及金融工具叠加的这样一个协同的工作能力，我想可能大企业还是会比较有机会。  **三、饲料类问题**  **Q13：新希望2018年的时候就开始对新希望的饲料配方做了调整，可能今年原料都会涨价的情况下可以调整饲料的配方。我想了解一下如何在保证营养的易消化和精准配比实现豆粕的替代问题，新希望在这一块的探索情况是怎样的？**  A：豆粕的添加，在饲料里面添加比较多的主要是猪料和鸡料，豆粕主要给猪和鸡提供它的营养蛋白的需求，所以我们平时整个饲料研究院做的研究都比较多。平时如果在豆粕紧缺的情况下，可能我们会采取一些其他得杂粕，或者是其他的植物蛋白。疫情比较严重的情况下，豆粕比较短缺的情况下，我们启动了很多以前研究的一些成果，借用一些杂粕和其他的一些蛋白原料添加进去，可以确保猪和鸡生长的需要，为饲料的保供应奠定了很好的基础，这也使我们整个饲料产业，在疫情这么重的情况下，销量没有受到很大的影响。  关于豆粕替代，我们一直在做相关工作。在没有国际贸易变化之前，我们一直在做相关的调整。主要是一个是对我们自有猪群，我们连续测定他的精准营养需要，小型公司很难做，这个需要有实验站来测定。第二个根据对营养需要平衡是可利用赖氨酸的，可利用氨基酸的配方，不论氨基酸是来自于豆粕还是其它的蛋白来源，最终是按有效赖氨酸来平衡配方的。两年多前，我们在整个豆粕加权平均的豆粕使用量，在我们自己养的这些猪的配方当中，豆粕的加权平均总含量已经微乎其微。不断做营养实验，一直平衡赖氨酸和氨基酸需要。  **Q14：2020年7月1日，我们饲料即将禁抗，新希望六和我们在禁抗前后饲料配方或者是其他的养殖方面有哪些明显的变化，我们为了饲料禁抗做了哪些工作，分别取得了哪些成果？**  A：从欧洲2006 年提出全面禁抗起，新希望六和就开始关注无抗饲料技术，并开展了大量研究。一方面，围绕动物的营养需求进行了探索，如低蛋白日粮技术开发；另一方面，在原料选择和预处理方面进行了创新，如豆粕的湿基发酵；并且，在原料加工工艺优化和功能性产品筛选等方面也开展了大量的研究工作，已形成了多套无抗饲料技术方案，并已推广应用。目前，我们已经陆续推出了广受客户欢迎的猪、禽、水产、反刍生物环保饲料，如心三餐、青印迹、鱼渔欢等。生物环保饲料的持续升级和推广也为动物肠道健康、氮磷及微量元素减排等方面提供技术支持。2014 年起，率先推出生物环保饲料，引领行业科技发展，销量实现每年50 万吨的增长，仅2019 年销量突破200 万吨。另外，新希望六和指导客户进行动物品种及优质苗源的选择，并做好养殖现场管理。新希望六和旗下枫澜动保公司持续为客户提供优质的动保产品及服务，满足客户需求。  总之，新希望六和作为国内最大的饲料企业，研发并推广无抗饲料技术，引领行业技术升级，促进行业健康发展，迎接无抗时代的到来。  针对无抗，养猪这方面做的主要工作主要是两个，一个就是设施改进，可能设施改进对于现在这么大规模的养猪场，还是起主要作用的。第二个方面就是生产技术方面的改进，有了设施以后，特别是通过全进全出类生产技术等等，这一类的生产技术总结起来可能有七八项，这些技术减少动物感染，特别是群体病的发生，对于减少抗生素，能够起到最主要的、根本性的作用。我们主要是靠生产技术、设施改进和全进全出的工艺改良。  **四、禽产业问题**  **Q15：2019年新希望六和全产业取得了很好的成绩的，2020年禽产业链横向和纵向有没有新的布局？**  A：公司在禽产业方面提出了做精肉禽的战略，注重提高生产效率、创新养殖模式、严抓食品安全，成为中国市场上总体规模领先，盈利稳健良好的中高端禽肉第一制造商。我们2020年准备冲刺到10亿只的屠宰规模。  横向来看的话，我们将以环保改造棚舍升级为抓手，积极掌控符合环保要求的商品代养殖基地，从根本实现商品代养殖基地在供给的数量与成本、食品安全、生产节奏上的可控。在途径上也是多样化的，一是我们可以企业自主投资建设商品代养殖基地，第二也可以推动传统的合作模式，向长期合作的模式转型。  纵向来看，养殖和屠宰环节需要形成协同，在销售端实现渠道的升级，使得养殖环节与环保、安全有关的高标准投入，通过销售最终溢价取得回报。最终通过不忘初心的坚持投入，实现结构性改革。  **Q16：我国是肉鸭生产和消费大国，每年生产消费肉鸭30 多亿只，占全球肉鸭产销量70%以上，但引进品种垄断市场，皮脂率高，不能满足消费者对健康的需要，一定程度上限制了产业发展，新希望六和研发培育的中新白羽肉鸭与进口品种相比有哪些优势？**  A：关于中新白羽肉鸭的特点，或者说它的优势主要体现在几点上，首先一个就是它生长性能的优势，中新白羽肉鸭活体重显著高于作为对照的市场主流品种，可提高养殖方收益。中新鸭较引进品种的成活率提高了1.5 个百分点，料肉比下降了0.02，由此每只可节约饲料60 克，单只利润多出0.51元。  第二个特点就是它的屠宰性能，因为中新白羽肉鸭，我们给中国人消费的白羽肉鸭副产品效果高一些，副产品出成上目前来看大概能高20到50块钱左右每吨，这是对于屠宰。  第三是对于消费者而言，中新白羽肉鸭我们阶段目标第一个就是要在樱桃谷上面超过它，第二是中国风味的特点。现在我们明显能够看到它的皮脂率比较低，肌间脂肪比较丰富，适口性比较好，它的嫩度包括风味都比较适合我们的消费习惯。当然，它还有一个最大的特点，我们在想尽一切办法来打破国外品种对于白羽肉鸭的垄断，所以我们在慢慢地扩张我们的市场。  也还有两个不足。第一个我们现在的规模相对比较小，2019年我们只有5500万只左右，我们想陆续扩大这种规模。第二就风味食品的开发上，我们现在正在全力推动，真正意义上把中国风味打造出来，但是我们已经体现出具体的优势，我们要把中国鸭、中国味做出来。  **五、食品类问题**  **Q17：新希望在今年已经尝试通过李佳琦这些头部网红带货来推进小酥肉的营销，请介绍一下公司所做的成绩和未来的计划？**  A：这次新冠疫情确实给我们带来了很多新的认知和体验，尽管以前我们也有一些To C的品牌，但是并不多，在区域上比较有局限，以往更多做To B下沉市场。但这次由于疫情导致批发市场关闭，还有很多餐饮业没有办法开门，我们必须逆势寻找机会。我们仍然是以高增长作为追求，完全没有下调过目标，我们必须要转移自己的渠道，因此在这段时间跟盒马、永辉这些超市都有很多的高频快速的磨合。我们也锻炼出来一些小的队伍，他们明白了To C这条路的供应链需要怎样来安排，以及我们在交付过程当中会有哪些不一样，这些都是很不容易的，我们也很高兴能够生长出来这些能力。  我们的食品方面要把一头猪、一只鸡、一只鸭卖到最好，我们在这个期间做了很多的尝试，比如李佳琦的带货。以前我们更多的是线下营销，现在我们也看到了现在视频营销的魅力。  不光是食品，在疫情之前，我们的饲料销售人员可能都是开着车、骑着摩托车去银行去刷卡，但是在疫情下，我们饲料的销售人员都开始网上营销，自己录视频，这个时候他们的角色也是从以前单纯的销售人员变成了技术的传播者，比如说邀请我们的一些专家在线上跟大家指导养殖需要怎么样来做，养殖出现了什么问题，有什么建议。我们有很多像“好养贷”这样的工具，线上营销突破也很大。这次疫情不仅仅带来的是困难，我们也看到了很多的机会，不光是食品，其实我们各个板块在体验过程当中成长出了新的能力，我想在未来这个是长期的一部分主要的工作吧。  **Q18：食品业务上今年有哪些大动作？今年会不会有人造肉相关的产品推出来？**  A：我们之前已经公布了要在夏津新建一个有200万头产能的屠宰场，这也是我们一体化运作的延伸。这是一个规模化屠宰厂，它会集合比较先进的屠宰技术、环保措施。我们的屠宰以后根据不同渠道的需求，可能需要在我们的总仓和分仓，物流，产品研发，还有产品交付具备这样一个能力，在品牌打造上面也要做一系列的工作。食品尽管是一个农牧的延续，但是因为肉食品最后呈现出来的产品是多种多样的，有可能是大片分割的白条，也有可能是精细加工盒装的肉，也有可能是为餐饮渠道提供的预制品，也有可能是电商渠道上面的熟食品。所以要通过不同的工艺能力和组织能力，最后才能达到一头猪、一只鸡、一只鸭的利润最大化，所以这个事情也没有那么容易。我们已经有相应的部署在推进。  人造肉方面，我们的食品研究院有关注研究，我们想寻找一些更适合人造肉的场景。我希望今年就有人造肉产品推出来。  **Q19：新希望的年报里有一个判断，是说2020年今年的猪肉供应会更加紧缺，我想知道新希望是基于哪些因素作出这样的一个判断？**  A：首先目前生猪行业周期的判断的话，我们从两个角度，一个是基于产能的供给能力，第二个是从消费角度。  产能供给角度，现在有一些总体的行业数据监控，我们认为数字还是比较偏高的。去年曾经公布了每个月能繁母猪存栏，以及相应的三元母猪占比。基于已公布的数据就可以预测，因为猪的配种到出生到上栏是有固定的周期的，可以推出从过去2019年每个月的能繁母猪的数量，推出2020年每个月出栏的数据。这样推算下来，今年的生猪供给仍然是非常紧张的。  以上是关于猪的供给问题，但是再进一步说到肉的供给，我们还要多考虑屠宰厂提前屠宰的库存肉问题。在2019年，特别是上半年，存栏生猪数量还没降到底部的时候，屠宰厂看到涨价的趋势，基本都是开足马力生产，同时也把库存装到最满。而且有很多实际发生，或疑似发生非洲猪瘟的病猪，在没有严格管理的环境下，也是被送到屠宰厂宰杀了的。但是到了2020年，存栏生猪已经掉到底部，屠宰厂就是想多杀猪，多留库存，市场上也找不到猪了。而现在对于非洲猪瘟的病猪，也管理得更严，没有悄悄宰杀的机会了，所以即便生猪存栏可能会缓慢恢复，但猪肉的供给未必比去年多。  此外，去年是非洲猪瘟的第一年，去年进口的猪牛羊肉有400万吨，还有240万吨的禽肉的替代，相当于600多万吨肉的替代，把缺口作了很好的弥补。但今年一是供给的大幅下降，第二个外部市场的供给会减少。禽肉的替代效应增幅也不会达到这个高度，所以总体来说今年是一个猪肉短缺的局面。  第二个角度就是我们的需求，1-3月份和10-12月份是每年的主要消费周期，可以看出来大致的猪肉消费量，我们可以看出需求和供给之间的缺口有多大。  **Q20：随着人们生活水平的提高和对美好生活的追求，对品质的需要也越来越高，代表安全营养的冷鲜肉是很好的选择。但由于受到技术的制约，保质期短，往往只有一个星期左右，导致冷鲜肉在很多地区无法消费。新希望六和在抗疫过程中支援武汉的冷鲜肉保质期达到15天，请问研发了怎样新技术做到这一点？**  A：我们采用了热收缩包装的形式，这项工艺我们首先是把我们的生产环境、人员的消毒情况和车间温度做好控制，降低微生物的污染，通过真空封口能够控制微生物的繁殖。另外，热缩包装收缩后可以使猪肉表面形成保护性的“第二层皮肤”，减少猪肉渗水，保证猪肉品质。这项工艺对标国际的技术手段，测试最高保鲜能达到15 天。根据新希望六和公司的统一安排，我们在做好自身防疫的基础上来满足当地市场以及武汉市场的供应，我们全员加班加点大批量高标准地保证了武汉猪肉市场地供应。  **六、ESG相关问题**  **Q21：近年来环境部对屠宰有加严的趋势，公司在环保方面的投入有多少，有怎样具体的规划，2020年和2019年相比有哪些新动作呢？**  A：新希望六和非常重视环保问题，也一如既往持续加大在环保方面的投入。2019年，公司环保投资总支出约4.9亿，环保专利有两项，畜禽粪污100%得到有效处置。沼气产出并利用约92万立方，生产有机肥量约3万吨。  2020年，一方面在我们重点发展的养猪产业中，将全面配套建设粪污处理设施和种养循环模式，保障粪污消纳和资源化利用。另一方面，作为CGF（消费品论坛）可持续发展领导小组成员，我们也逐步在做一些碳减排以及环保信息化管理等方面的工作。  **Q22：疫情之下各个企业都受到了不同的影响，年初1月29号国家相关总局就提出了三保倡议，从疫情到现在咱们新希望六和在保质、保价、保供应方面都做了哪些工作。品质是企业发展的基础和核心，今年新希望六和有哪些举措，还有品牌拓展和企业发展有哪些计划？**  A：公司作为GFSI 董事会成员，积极推广GFSI 认可的标准，以GFSI 认可的食品安全管理方案为基准，开展食品安全管理以及体系认证等工作，打造全产业链食品安全管理体系，建设健全供应商管理体系，率先在国内建成了肉鸭产品全程溯源体系，是国家工信部二维码注册认证中心的“一物一码”二维码可追溯试点单位中唯一的食品企业，公司旗下的成都希望食品成为第二批“食品冷链物流追溯管理要求”国标试点企业。2019 年，新希望六和开展了6项重点研究项目，已建立冷鲜禽肉货架期延长工艺、次氯酸钠使用风险评估与工艺优化，建立养殖环节耐药菌防控数据库等，另制定团体标准1项，申报专利2项。同时我们也基于猪产业宰前食品安全，跟中国工程院开发无损食品安全检测的技术，就是不会对活体进行损伤，通过它的体液、毛发、粪便来进行食品安全的检测。通过这些重点项目也切实保证食品安全和质量，助力公司由传统的农牧企业向食品企业的转型，打造优质的食品品牌。2020 年将继续深化食品安全管理创新技术及工艺优化研究和应用。  还有一些举措可能是在管理上面开展的，比如我们所有的食品工厂分级分层，按照不同的供应链的特征分级分层管理。另外还有上车上线，就是我们的货物如何出厂，怎么样组织物流，能够把这个货送到终端去，能够让我们的货流跟到底，不会中途被别人拆了包。还有我们连带制的处罚方式，这都是管理层面的举措。  作为全国最大的禽肉生产企业，我们积极履行我们社会的责任，建立科学合理的防疫和运营体系，确保特殊时期市民禽肉的供应。我们与山东省健康肉产业联合会，共同推出了一个千店直供惠万家，爱不隔离，我们和你在一起，健康肉到家活动，保障禽肉市场稳定的供应，维护市场的秩序。加大商超渠道与线上销售，加快渠道升级与产业转型，与此同时有针对性加强与各大电商平台，像京东、天猫，包括一些商超的合作。我们的员工也自动自发地为客户送货上门，满足客户的需求。  **Q23：新希望六和怎样将新农民培训和精准扶贫工作相结合？我们有什么打算去打动更多的民营企业来参与精准扶贫工作？**  A：从去年我们整个集团梳理了我们的五新战略——新赛道、新机制、新青年、新科技、新责任，其中就专门提到了这个新责任。新责任就是在这个新的时代下，在新的机遇下，我们有了新的责任，我们也提出了绿领公益基金，通过绿领公益基金我们开展了一系列的线上线下的培训，一方面就是通过我们自己的产业来做精准扶贫，我们自己的养殖产业。我们有一套比较精细的算账的模型，能够让养殖户回到农村，通过跟我们一起联合的这样一种养殖，通过扶贫资金的给予，最后他们能够有很好的收获。我们用自己的产业扶贫，这条路已经走通，比如在大凉山这个地方，还有四川的其他地方我们都推行得不错，还有我们在很多的地方我们把这种精准扶贫产业，产业的推进，还有环境的升级，这些都是打包在一起的。我们推这样的一种三全模式当中其实是包含了我们可以产业扶贫的部分。我们自己是做产业的，我们最后用产业扶贫的方式，最后教会别人很好的谋生的方式。另外就是这个产业本身未来也会是咱们国内在农村最核心的一种经济来源。我们通过绿领做的这些新农民培训，一方面是通过我们自己的产业做培训、做讲授，另一方面通过新农民的培训，我们找到了很多农村的创业者，他们把自己在农村的有意思的一些产品和有意思的一些想法都带到这里来，就相当于一个孵化营一样，我们也做了这样的一些培训。 |
| 资料清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年4月30日 |