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 | 中信建投证券 | 孙金琦 | | 2 | 深圳市明达资产管理有限公司 | 彭 渝 | | 3 | 浙江初九投资管理有限公司 | 陈耀辉 | | 4 | 上海甄投资产管理有限公司 | 朱庆新 | | 5 | 农银金融资产投资有限公司 | 郑 宇 | | 6 | 大成基金管理有限公司 | 岳 苗 | | 7 | 工商银行 | 张 曦 | | 8 | 中信建投证券 | 姜一晨 | | 9 | 上海深梧资产管理有限公司 | 王珊珊 | | 10 | 中再资产 | 戴祖祥 | | 11 | 博时基金管理有限公司 | 肖瑞瑾 | | 12 | 远望资产 | Jack | | 13 | 远望资产 | Henry | | 14 | 东吴证券股份有限公司 | 孙 鹏 | | 15 | 江亿资本 | 蒋泊宁 | | 16 | 厦门象屿控股集团有限公司 | 雷德罡 | | 17 | 北信瑞丰基金管理有限公司 | 黄祥斌 | | 18 | 农银金融资产投资有限公司 | 陈念赋 | | 19 | 华能贵诚信托 | 赵浩林 | | 20 | 方正证券管理有限公司 | 李红生 | | 21 | 景林资产 | 郑卉妤 | | 22 | 农银理财 | 李 立 | | 23 | 建信基金 | 李登虎 | | 24 | 中信产业投资基金有限公司 | 黄立华 | | 25 | 东海基金管理有限责任公司 | 杨 红 | |
| 时间 | 2020年5月19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证券事务代表 白旭波 |
| 投资者关系活动记录（含行程及沟通内容） | **Q1：公司2020年1季度经营情况以及近期养猪、饲料业务的情况**  A：（1）关于一季报的情况，饲料业务归母净利3.2亿，禽产业1.8亿，猪产业6.7亿，食品板块3000万。  在“总部和其他费用”方面，业绩预告的时候做了1.5亿的一个总的费用，后来月底，我们有几个联营公司，不是在主业里面，做一些包括饲料养殖设备或者其他贸易上业务，确认了差不多6000万的利润，这一块补回来，使得最后整个总部和其他费用收窄到9000万。加上民生银行投资收益是5.2亿，最终的一季度归母净利差不多是16.2亿。  （2）4月份的生猪出栏在五一节后做了发布，结构上，首先是有比较小的一部分的外销仔猪，1.3万，占4%，数量和占比环比都有小幅的下降。公司在战略上还是以养肥猪为主，个别时点如果仔猪价格特别好，会灵活地多卖一些仔猪，但不是主流。剩下的育肥猪里面，自产仔猪育肥部分是12.5万，外购仔猪育肥17万，自产仔猪育肥占比环比3月份又有进一步的提高。  伴随着外购仔猪占比下降，总体上公司养殖的成本在今年到下半年还有进一步的下降空间。自产仔猪育肥成本是13.7元，这一部分全年有信心维持在13-14元。一季度是13.3元，在4月份是13.7元，都在可控范畴之内。但是外购仔猪相比一季度的平均水平增加了，4月份这一批外购仔猪出栏完全成本是29块钱，相较于一季度增加4元。主要原因为，在2019年10月份然后到11月初的时候，仔猪价格就开始有明显的上涨，这会引发一个问题，大家看到现在肥猪价格也开始下跌，然后去年的11、12月仔猪价格进一步升高，会不会后面几个月或者是三季度就出现外购仔猪出栏盈利水平进一步下降，甚至亏损的可能性？我们认为存在这样的风险，不排除这样的可能性。  但首先要把公司养猪业务分两块来看，一块是自产仔猪，成本能够保持在13-14元，概括起来就是锁定成本，然后价格是波动的，不同季度不同区域价格会有不同。对于外购仔猪部分，我们建议不用再从成本和售价两端去看，还是建议用相对稳定的头均利润。长期看，肥猪的价格和仔猪的价格是一个平行关系，因此平均下来的利润会比较稳定。我们在经营决策上，是按照一年下来500元的头均利润来设定的，2019年我们全部出栏肥猪的头均利润就是600元。2020Q1，即使是外购仔猪出栏，头均利润也有1000元，4月份稍微降了点，也有头均400元。即便我们假定Q2、Q3会比较差一些，但是Q4会肯定恢复一些，因为年底猪价还会上行，而这部分对应的仔猪，在最近随着肥猪价格下行也会有所下降，就又是一个相对低价的仔猪和相对高价的肥猪。所以对于外购仔猪业务的利润，也是一个两头高，中间低的情况，但全年平均下来，应该能保持在头均500元左右。  （3）公司认为近期猪价这样一个变动有几方面因素。对于行业来说，一直以来不管是3年还是4年这样一个大周期，我们发现其实年内都存在这样一个小周期的。  去除2019年底猪价涨到40元的情况，以往价格高点都是在22元以下，我们把曲线放到2009-2018年去看，避免2019年数据把坐标轴拉得太高，会看得更清楚一点。这10年里有两个例外，一个是2016年从年初涨到5月才开始跌，到10月开始涨；2011年是年初开始涨一直涨到6月，然后高位横盘到9月下行，但是到12月份也是有一个上涨。  剩下的8年里面，猪价曲线都是接近一个凹字形的形状，是比较明显的，凹字形的低点基本上都在3月的中下旬到6月的上旬，大部分集中在4-6月。所以说，二季度其实在一个正常的年内小周期里容易到达最低点的。  在需求方面的原因：可能更多还是符合过往历史规律的，比如说春节之后消费的一个下降，结合今年疫情影响导致很多劳动密集型企业的食堂，学校的食堂以及餐饮的消费，还是没有完全恢复起来，所以最近消费需求比往年正常情况打了一些折扣。  在供给侧方面的原因，靠着三元回交的母猪，确实把这个量是补了一些起来，但是三元回交的效率以及淘汰率的影响，使得这一轮的回补持续性是打了折扣的，整体上我们认为这一轮的产能恢复是一个非常漫长的过程。当然还有近期中央储备肉的投放力度较大的因素。  （4）饲料方面，1-4月的累计同比，猪料增长13%，禽料增长24%，水产增长29%，总量增长22%。单独4月份有点差异，单独4月份的猪料增长27%，相较累计增幅较大。禽料的增幅是17%，水产单月增幅20%。  猪料的上升一方面有市场量的回暖，主要贡献还是自己养猪量的增加，能够看到4月份生猪出栏增长在30%以上，所以内部带动性挺大的，目前主要回暖的还是前端料，也就是母猪料和仔猪料。实际上全行业的猪料数据还是同比下降的。  禽料单月增幅比起累计增幅稍微收窄。主要因为现在白羽肉禽行业已经是远远过剩的情况了，禽肉的价格还能好点，还在相对高位是因为猪价还在高位，但种禽价格已经大幅度下滑。根据白羽肉鸡协会的数据，当前祖代和父母代的种鸡存栏量，都处在近5-6年的一个历史高位。所以商品代养殖量其实也是很大的，继续保持较高的增幅难度会比较大。但即便我们全年能实现15%以上的增幅，考虑到我们每年1300万吨这么大的基数，也还是不错的。  水产量方面，增幅收窄原可能是因为，水产料整个一季度是淡季，4月份也算相对淡季，比一季度稍微好一点，一季度整体上基数比较小，导致整体一季度同比增幅上升幅度较大，后面慢慢基数回归正常。水产料我们希望全年能做到20%以上的增幅。  **Q2：公司目前禽链各环节的收入占比情况？**  A：禽产业，利润上面来说，总体上分为两个环节，一个是屠宰，因为我们的商品代养殖，不管是自养、代养，最终都会进到自己的屠宰，对于屠宰就是一个成本，我们就把它合到屠宰里面看。所以我们就讲两个环节，一个是种禽环节，一个是屠宰环节。  一季度禽产业利润的贡献差不多是1.8亿，主要的利润都来自于屠宰板块。因为种禽环节在去年的11、12月，行业价格就大幅的下滑过，今年春节之后，很多市场上的鸡苗鸭苗由于新冠疫情运输不便，甚至做了填埋。我们种禽业务，虽然有下游自己的一个养殖消化，虽然不至于做填埋，但是做定价的时候要参考市场定价。整个参照市场一个行情定价，差不多是亏损3000万。  屠宰方面，目前公司自己商品代养殖规模还不大，更多的是采用保底、保值合同的这样一种合同养殖，这种模式在商品代行情下降的时候，意味着屠宰成本还低，所以屠宰的利润比去年还有所增加，最终贡献了2.1亿的利润。  **Q3：目前国内的非洲猪瘟的发展情况和公司的控制情况如何？**  A：总的来说是常态化。现在疫苗还没有出来，企业总体上相较去年，各家企业在防控经验方面都有所提升，但差异比较大，目前也尚未经过第二年的验证，所以我们觉得还需要一定时间去观察。  有关本公司，我们的防控水平，在行业已经形成一个口碑。在去年一整年以及18年下半年，我们北方的猪场、南方的猪场都完整地经历一个洗礼。在这样的背景下，我们仍然能够实现90%的出栏率，而且在最近一季度里还有小幅的上升，提高到91%、92%。我们在非洲猪瘟爆发之前的出栏率是95%左右，可以看到已经朝正常的出栏率水平去恢复了。  这方面能够做得好，有很多原因：  第一，猪场硬件总体较新。我们这一轮的养猪大发展始于2016年。我们大部分猪场都是2016年以后建成，到今年来说还不到5年，都是比较新的。猪场本身比较新，建的时候也采用了一些新的理念，比如对种猪场加装的空气过滤系统；即便对于育肥场，不管是公司加农户合作还是我们自己建立，也都相应的有新标准。  第二，迅速发展出有效防控方法。在非洲猪瘟爆发之后，我们内部快速形成了一些防控措施，也很快地被农业部吸收过去。比如去年农民日报发布的一篇《防控非洲猪瘟恢复生猪生产九项关键技术》文章里面，列举了9条防控办法。我们的疫情防控团队，在里面贡献了很多的内容和素材。  第三，当前体量较小便于改造升级。我们毕竟去年还只有约350万头，非洲猪瘟带来一些新要求，我们也可以快速地花钱去做一些改造，包括支持农户改造。  第四，综合性、多维度的管理能力。对于设备、技术和工艺，公司有非常严格的管理。我们自己在养猪架构下面，有好几个纵队在分头出动，负责拿地、建场、生产，但是对于一些共性的管理任务如非洲猪瘟防控、育种，我们一定把这件事情抓到总部层面。并且我们也会相应地设计一些奖励机制：比如成活率高，没有因为非洲猪瘟造成一些特殊的损失，我们会单独给你相应的一些激励。  **Q4：公司今年的出栏目标是800万头，后续怎么安排出栏进度？**  A：二季度大约是120万头，三季度是200万头，四季度是400万头左右。  **Q5：生猪业务成本后期是否还有下降空间？**  A：第一，用更多的自产仔猪去替代外购仔猪。比如现在外购仔猪出栏的成本是20元-25元，自产是13-14元，成本差异就有近10元。2020年的外购仔猪占比就会比2019年大幅下降。2021年如果有1500万头，外购还是300万头，那么平均成本还有下降。  第二，用更多的自繁母猪去替代外购母猪。今年的自产仔猪里面，因为赶时间发展，有很多自产仔猪的父母代，还是外购的，成本也比较高。到年底我们自己扩繁的父母代母猪储备上来了，今后如果拿这批母猪替换掉外购母猪，成本也有1元的下降空间。  第三，自育肥替代合作代养。自育肥和合作代养的成本之间的差异，基本上是在1元左右，今后我们会不断地提升自育肥比例，长期规划下来，是要做到70%的自育肥，目前正在朝着这个目标推进。这一轮疫情下来，从行业经验看，自繁自养模式对于防疫是更优的一种选择。2020年力争做到50%左右的自育肥，2021年做到50-60%，2022年做到60-70%。如果按70%的自育肥比例算，那么也粗略可以说是有0.7元的下降空间。  第四，代养费的下降。后面如果随着肥猪价格的回落，代养费预计也会有所下降。2019年的代养费是160-170元/头，2020年是180元，甚至有200-300元/头的区域，后续随着猪价的回落，代养费有下降的空间。  第五，猪场建设优化，使得制造费用下降。我们的猪场大部分建成于16、17年。那两年公司刚开始决定大规模建设猪场，当时是每头母猪13000元和育肥猪1500的建设成本，当时是本着高精尖的目的去建的，建设方面比同行业高很多，后来有了一些节省费用的经验，每头育肥猪1000元的投资成本。随着自己建设的项目越来越多，加之和同行的交流，公司找到很多成本优化方案。制造费用分摊后的投资成本不断降低，这里面也有几毛钱的下降空间。  **Q6：对后期食品产业板块的发展是怎样规划的？**  A：公司内部的食品板块包括猪肉屠宰、深加工食品，中央厨房三方面。公司应该是整个行业里面最早提出“农牧食品企业领导者”口号的。我们最近几年为什么提这个事情？一是养猪的规模化集中化程度提高，另外一个可能是如果未来猪肉处于下行期。通过食品业务能把利润补回来。  短期内，有一个投资项目。那个项目就是我们经常说的夏津猪场。那边建了一个200万体量的屠宰场，不仅能覆盖当地，也能覆盖一些东部如济南的北边，河北黄骅等区域。今后希望能够形成真正的从饲料到种猪，到再育肥，再到屠宰的一体化布局。  对于深加工，是一个重要的方向。其毛利率较高，生鲜肉比起来不是一个量级。但是从市场销量结构上来看，生鲜还是占最大比例，深加工产品还是要少一点。我们看到国内同行收购了国外企业后，在国内引入西式肉制品业务一直做不起来，后来我们发现，国内外的消费习惯差异很大，国外的早中晚餐都有火腿切片的产品佐餐佐酒，但是国内的火腿消费就太少了，还是喜欢直接买生鲜肉做成菜来吃，所以我们会不断地提高深加工占比，但也有一个行业的正常比例。  还有在营销上，今后会更加偏消费端的方向去努力。比如通过直播带货。我们也需要在营销手段上，向品牌导向的消费品企业去转型。  概括一下：对于屠宰会匹配前端的生猪养殖规模，以一定比例配套；对于深加工比例努力去提高，当前主要是练兵阶段，打造核心能力。特别是要注重开发渠道客户；在营销手段上向 To C的方向不断改善。 |
| 资料清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年5月19日 |