|  |  |
| --- | --- |
| 证券代码：002714 | 证券简称：牧原股份 |

**牧原食品股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2020-15

|  |  |
| --- | --- |
| **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 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 博时基金 陈鹏扬国都证券 王义杭州白犀资产管理公司 李海上海友莹格资产管理公司 廖泽凌江西济民可信集团 张万伦 敦和资产管理公司 吴极上海弈慧投资管理公司 黄健等 |
| **时间** | 2020年12月22日 |
| **地点** | 湖北武汉 |
| **上市公司接待人员姓名** | 公司董事会秘书、首席战略官（CSO）秦军 |
| **会谈主要内容****1、公司目前的生猪存栏量如何？预计年底能繁母猪存栏能达到多少？**截至11月末，生猪存栏量共计约2,200万头，预计年底能繁母猪存栏量能达到260万头左右。**2、公司大力布局屠宰板块的原因？**公司向下游屠宰行业进行规划布局，一方面是响应国家从“调猪”到“调肉”政策的转变，另一方面是考虑中原等地区属于生猪调出大区，屠宰产能不足，尤其是先进产能很稀缺。**3、目前屠宰厂的投产情况如何？未来的发展战略如何考虑？**（1）目前公司内乡屠宰厂处于试运行阶段，生猪日屠宰量约5,000头，目前约达到目标设计产能的75%左右。（2）截止目前，公司已经成立15家屠宰子公司，预计2-3年可陆续建成投产，项目满产后年屠宰量约3,000万头。未来，公司将会根据养殖产能的布局，在养殖产能密集的区域配套建设屠宰厂，通过养殖加屠宰产生协同发展效应，提升产品价值。**4、屠宰厂的销售产品主要包括哪些？销售渠道及各自的占比情况如何？利润情况如何？**（1）牧原肉食品公司的销售产品包括白条、分割品和猪副产品三类，现阶段主要以销售白条为主。销售渠道以农贸市场为主，占销售总量的比例约为70%，同时公司还在积极开辟大型商超、连锁餐饮店和新零售等销售渠道。（2）整体来看，屠宰业务的利润率相对养殖业务较低。未来公司期望通过提升管理水平、生产效率、调整销售策略等方式，提升屠宰板块的头均利润。**5、牧原猪肉礼盒有在聚爱优选上销售，聚爱优选平台的开发目的是什么？与牧原股份的关系如何，是否构成关联交易？**（1）聚爱优选是河南省聚爱数字科技有限公司自主开发打造的电商平台，属于牧原实业集团旗下的全资子公司。聚爱优选依托集团优势，旨在为员工提供严选、优选、精选的“衣食住行用娱”等全品类优质产品和服务，致力于打造牧原旗下方便实惠的品质生活平台。（2）目前，聚爱优选平台仅是牧原肉食公司猪肉礼盒销售的渠道之一，与牧原股份之间的交易属于关联交易。此项关联交易已履行了审议程序和披露义务。**6、目前的公司土地储备和产能如何？** 目前，公司已储备超过8,000万头左右生猪产能对应的土地。预计到2020年底，产能可以到达5,000万头左右。2021年，公司将根据市场行情和利润情况等因素综合衡量，保持合理的投资建设速度，助力公司实现持续盈利和健康发展。**7、公司预计2021年生猪出栏的完全成本可以到怎样的目标水平？**随着公司新人员技能水平的不断提升，新型猪舍使用效率的提高，预计未来公司生产成本将进一步降低。**8、公司如何应对本轮猪周期下行风险？后续市场周期的变化跟历史周期会有什么不同？**（1）预计明年市场的生猪价格会出现回落，但仍将处于相对高位。公司明年将继续优化资产结构、降低资产负债率，保持充裕的现金储备，应对后续市场价格下降的风险。（2）随着未来行业集中度的提升，产能趋于稳定，预计猪周期内的价格波动幅度也会较以往有所降低。**9、今年玉米等饲料原料的上涨对于公司生猪养殖成本的影响有多大？**（1）原料价格上涨对于生猪养殖企业的生产成本会造成一定影响，今年公司采购团队已经通过提前采购锁定了一部分原材料成本。 （2）今年玉米市场价格上涨了约500-600元/吨，增加的采购成本摊销到每头生猪的出栏成本上涨了10%左右。公司豆粕使用量较低，因此，豆粕价格波动对生猪出栏成本的影响较小。**10、1月8日生猪期货上市，是否会给行业带来影响？公司是否会通过生猪期货进行套期保值？**生猪期货上市预计会对市场生猪价格定价方式、现货价格产生一定的影响，但生猪期货属于市场价格发现的工具，根本上不能解决产业供需矛盾的问题。公司对于使用生猪期货合约进行套期保值保持谨慎的态度。**11、公司可转换公司债券发行额度向下调整的原因是什么？发行对象有哪些？**根据相关法律法规与监管机构的要求。本次可转换公司债拟按照持股比例采取优先向原股东配售的形式发行，原股东没有认购的部分会通过网上系统公开方式发行。**12、11月份公司生猪销售均重下降的原因是什么？**公司11月销售商品猪均重相比10月份有所下降，主要是公司根据市场需求、价格的变化，制定相应的销售策略。 |
| **附件清单（如有）** |  |
| **日期** | 2020年12月22日 |