

证券代码：000860

证券简称：顺鑫农业

北京顺鑫农业股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2021-002

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p><input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（）</p>
<p>参与单位 名称及人员姓名</p>	<p>大成基金 谢譞璇、刘旭、郭辉、侯春燕；大家资产 钱怡、高大亮、胡筱；德邦证券 李文华、邓周贵、花小伟；顶天投资 张怀安、潘显罡、东北证券 张立、李强；东兴证券 孟斯硕、韦香怡；敦和资管 吴极、丁宁；富国基金 肖威兵、杨勇胜；高毅资产 方振、王治璇；工银瑞信 闫思倩、陈丹琳、林梦；广发基金 陈哲、王琪、苗宇；国君资管 范杨、刘颜、张骏、周晨；国联安 呼荣权、高兰君；国盛证券 杨传忻、符蓉；国泰基金 施钰、胡运昶、李恒；国信证券 李依琳、熊鹏；华金证券 周蓉、王颖洁；华泰柏瑞 陈文凯、刘芷冰；嘉实基金 左勇、鲍强、谢泽林、包丽华、吴越、华莎；交银施罗德 张程、张龙；南方基金 赵舜、林朝雄；鹏华基金 孟博、林伟强、伍智勇、王亦沁；前海联合基金 熊钰、郭泰；人保养老 姜春曦、陈业；睿远投资 李政隆、唐倩；申万证券 吕昌、周缘、田荣振；泰康资产 王成、陈恬；天风证券 娄倩、吴文德、黄梓东；同犇投资 龚小乐、刘慧萍、宋习缘；新华基金 王永明、付伟、蔡春红、王鹏；中信建投 安雅泽、孙永泰、周金菲；中信证券 薛缘、印高远。</p>
<p>时 间</p>	<p>2021 年 04 月 16 日下午 15:00-16:00</p>
<p>地 点</p>	<p>顺鑫国际商务中心 14 层会议室（电话会议）</p>
<p>上市公司 接待人员姓名</p>	<p>董事长李颖林；总经理、董事会秘书安元芝生；财务总监李秋生及所属业务板块相关负责人。</p>

<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p>会议开始，董事长李颖林首先对公司 2020 年年度整体经营情况做了介绍：</p> <p>2020 年，在新冠疫情的影响下，公司坚持疫情防控和生产经营两手抓，全年实现销售收入 155.11 亿元，同比增加 6.11 亿元，增幅 4.10%，整体经营稳中有升。实现净利润 4.2 亿元，同比减少 3.89 亿元，降幅 48.1%。</p> <p>从业务构成看，白酒、肉食、地产收入分别占年度总收入的 65.66%、29.89%、3.61%，白酒和肉食产业保持了稳定发展。其中，白酒产业整体保持稳定发展，实现收入 101.44 亿元，同比减少 1.16 亿元，降幅 1.01%。产销量均为 69 万吨，仍处于行业前列。分产品结构来看，低端酒销售稳中有增，中高端受疫情冲击较大，这也是白酒净利润下滑的主要原因。分市场看，包括北京在内的北方市场受疫情反复影响，部分市场降幅较大，东南沿海和中部地区稳中有增，西南地区基数相对较小，2020 年销售收入表现亮眼，增幅明显。全年外埠市场收入占比超 80%，全国化市场格局全面形成。继续推进“深分销”市场策略，终端管控能力提升，渠道进一步下沉，农村村头店、城郊社区店的渗透率不断提高。</p> <p>2021 年，牛栏山继续坚持民酒定位和价值导向，深耕京津冀、长三角、珠三角三大战略发展区；打造“1+4+N”样板市场群，培育 10 个以上的外埠重点市场；同时，通过线上运营、产品赋能等搭建牛酒数字化营销体系。</p> <p>公司肉食产业受益于生猪价格持续高企，整体实现收入 46.37 亿元，同比增加 10.77 亿元，增幅 30.26%，利润同比也有较大提升，其中利润贡献主要来自畜牧养殖业务。</p> <p>未来，生鲜业务公司将利用“鹏程”品牌优势，在筑牢北京市场的基础上，提高外埠的产能和市场布局，建立外埠市场销售体系；畜牧养殖业务，在做好非瘟疫情防控同时，提升精细化管理能力，降低生产经营成本，并扩充养殖规模。</p> <p>最后是地产业务，全年实现收入 5.59 亿元，虽然外埠项目去化明显，但受利息费用化及计提资产减值准备影响，亏损幅度扩大，全年亏损 5.3 亿元。今年外埠项目有望完成清退，北京项目也在积极推进。公司退出地产业务的决心不变，在主动去化的同时，我们也在找寻合作方，探讨整体或部分项目剥离方案，以尽快解决历史遗留问题。</p> <p>交流环节的主要问题有：</p> <p><b>问：公司已经开始了新的五年战略，公司有什么样的业务规划和展望？</b></p>
-----------------------------	--

答：四五战略以来，公司坚持聚焦主业，陆续剥离了农批市场、水利建筑施工、种业等非主营业务，公司 2020 年白酒和肉食两项业务实现销售收入 148 亿元，占公司总收入 155 亿元的 95%，可以看出，主营业务已经十分聚焦，虽然受到了疫情的影响，但也保持了一个稳定的增长。

展望五五战略，我们将继续聚焦白酒和肉食核心主业发展。牛栏山在已经全国化市场的基础上，继续围绕打造中国民酒第一品牌的方向，进行产品结构升级和全国化深度分销。肉食业务在筑牢北京市场的基础上继而固本开源，一方面提升精细化管理能力，降低生产经营成本，另一方面提高外埠养殖和市场布局，保障生鲜业务的猪源供应。房地产业务继续围绕去地产化的目标，自主去化和寻求合作方同步推进，降低对上市公司的不利影响。

**问：光瓶酒市场空间巨大，公司珍品陈酿已经投入了 2 年多，目前的发展态势如何，与竞品相比差异化的竞争优势在哪里，未来如何在 30-50 元价格带获取更多份额，展望未来 3-5 年，珍品陈酿市场空间如何？**

答：光瓶酒市场未来可期，考虑到大众消费升级和居民理性消费回归的积极影响，未来五年我们预计光瓶酒市场规模会有一个较大的扩大。

我们针对不同的价格对“珍牛”系列充满信心，2020 年疫情主要影响了餐饮终端的推广，但是我们积极的通过商超等渠道进行了补救，“珍牛”系列产品仍保持双位数增长。

光瓶酒消费升级是大势所趋，30—50 元的价格带不太准确，光瓶酒价格一定是跨越从 30 元到 200 元多个价格带，牛栏山提前谋划产品布局，以“珍牛”系列产品在 30-50 元价格带发力，以“Z20”系列产品作为核心在 60-70 元价格带竞争，推出“G40”、“G70”等系列产品采用“以高打低”的策略布局 100 元以上高线光瓶酒。深度全国化作为牛酒做大的优势，我们凭借广大一线渠道终端，相信未来业绩可期。

**问：白酒板块如何深度全国化？**

答：上一个五年规划中我们提出了全国化的概念，下一步，牛酒市场将向纵深发展，终端也会进一步细化和下沉，优化产品结构并且提高效率，具体做法上，一是扩大样板市场培育，将“1+4”做大到“1+4+N”市场；二是就是建立标准，统一营销标准要求，形成大板块辐射区；三是推广复制效应，向全国化深入推进。

	<p><b>问：目前北京地区和外阜地区地产业务的现状如何，未来开发和销售的节奏如何，整体来看，地产业务亏损不确定性太大，要多长时间能全部处理掉？</b></p> <p>答：2020 年地产去化工作取得了一些成绩，海南的项目已经清盘，包头项目还有一些尾盘，预计今年上半年完成去化。今年我们重点是聚焦北京，通过多种方式，比如说积极寻求合作方、处置存量土地的方式等实现地产尽快的退出。公司新的五五战略中，公司坚持聚焦主业的战略目标不变，去化地产业务的目标不动摇，剥离地产业务仍然是坚定不移推进的重点工作，我们一定会全力以赴做好这项工作。</p> <p><b>问：今年白酒业务在珠三角区域逆势增长，样板市场培育初见成效，取得这样成绩的主要原因是什么？</b></p> <p>答：今年珠三角市场销售情况优于去年，整体进度符合预期。珠三角市场收入逆势增长，一方面是整体基数较小，可深耕空间很大。另一方面，珠三角市场作为公司核心培育区域，公司关注程度、推广投入力度及对经销商考核指标要求都明显高于其他市场。</p> <p><b>问：肉食业务方面，养殖板块的主要发展方向？</b></p> <p>答：养殖板块主要方向是推进环京地区养殖产能布局，计划在北京、河北、陕西等地布局多家规模化养殖基地，从原料及生产设施入手，扩大养殖规模，提高生猪供应能力。</p>
<p><b>附件清单 (如有)</b></p>	<p>无</p>
<p><b>日 期</b></p>	<p>2021 年 04 月 16 日</p>