

证券代码：002385

证券简称：大北农

## 北京大北农科技集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-006

投资者关系活动类别	<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

参与单位名称及人员姓名	序号	姓名	机构名称
	1	陈群	高盛
	2	史慧瑜	高盛
	3	秦晴	高盛
	4	Nikkie Lu	Kaizen
	5	He Lin	JPmorgan Asset Mgmt
	6	Zhongxiang Zhao	Tiger Pacific
	7	Zi Yang Lee	GIC
	8	Wenlin Li	Manulife
	9	Doris Ho	Value Partner
	10	Shirley Ng	Allianz Global
	11	Joseph Zeng	Greenwoods
	12	Sophia Zhang	Stillpoint

时间	2022年9月8日 16:00-17:00
方式	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、总裁：谈松林先生 创种科技副总裁：李军民女士 证券法务平台总裁：尹伟先生
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、2022年上半年业绩介绍</b> 2022年上半年，公司实现营业收入134亿元，同比下降金额18.75亿元，下降比率为12.28%。剔除合并口径影响后同比下降金额12.98亿元，下降比率为8.8%。

其中，饲料业务收入 95 亿元，占比 71.36%，生猪养殖业务收入 18 亿元，占比 13.68%，种子业务收入 1.9 亿元，占比 1.35%，兽药和疫苗业务收入 1.2 亿元，占比 0.87%。2022 年上半年营业成本为 120.99 亿元，同比下降 10.02 亿元，下降比例为 7.65%。四项费用总计 18.73 亿元（其中 1.1 亿元为限制性股票期权费），同比增长 2.72 亿元，增长比率为 17%，最终实现净利润为亏损 6.1 亿元，归母净利润为亏损 5.1 亿元，相比去年同期下降 10.09 亿元。其中饲料创利 2~3 个亿元，养猪亏损 3~4 个亿元，种业盈利约 1000~2000 万，其余为其他业务和公共费用，亏损约 4~5 亿元。

## 二、公司主要业务绩效概述

(1) 饲料业务：上半年饲料总销量为 235 万吨，同比下降 57 万吨，其中合并口径变动影响 19 万吨，剔除合并口径变动影响后，同比下降 38 万吨，下降比例为 13.79%。其中猪饲料销售为 182 万吨，同比下降 21.08%，剔除合并范围影响，同口径下降 13.97%。猪饲料营业收入实现 72.17 亿元，同口径同比下降 13.19%。毛利受主要原料上涨影响，同比下降 3%。水产料实现销量 17.54 万吨，同比增加 11.03%，实现营业收入 10 亿元，同比增长比率为 26.54%。毛利率略有下降为 0.4%。上半年反刍料销量实现 28 万吨，同比增长 7%，营业收入 10.21 亿元，同比增长 16.49%。毛利率同比上涨 2%。

(2) 养猪业务：2022 年 1-8 月，控股公司累计销售生猪 163.04 万头，同比增长 15.72%。累计销售收入 26.91 亿元，同比增长-14.63%。

2022 年 1-8 月，参股公司累计销售生猪 96.34 万头，同比增长-13.75%。累计销售收入 17.01 亿元，同比增长-40.02%。

## 三、投资者问答

**1、2022 年上半年饲料的销量和毛利率受到诸多挑战，7-8 月份饲料销量如何？是否出现拐点？**

上半年猪价影响，有下降，目前来看，拐点已经出现，9 月初公司教保料、母猪料、预混料，高端猪料增长，猪料环比、同比均增长。随着行情的好转，公司饲料业务定位高端料，猪价变动对饲料销量影响较为明显，猪价反弹将带来饲料销量的反弹。

## **2、在猪周期中，本次猪价反弹与以往一致吗？**

本次反弹与以往的周期性相似，饲料出现环比增长是7月份，同比增长是8月中下旬，公司进行了一些调整，加大养猪服务和猪厂直销业务，公司饲料在猪价增长时，优势较为明显，猪价跌时，养殖户舍不得用高端料，有一些影响。

## **3、按照以往的周期，猪价反弹周期一般是多长时间？**

反弹周期的时间长度较难预测。以期货市场为参考，当前猪价24元/公斤，价格已较高。期货市场上，猪价在春节前基本保持在22元/公斤以上，23元/公斤左右的价格。目前估计全国生猪养殖的成本在17-18元/公斤，大北农在8元/斤左右。生猪价格18元/公斤左右是较好的市场行情，因为平均一个周期下来一头猪赚200元是很好的行情，公司的养猪和饲料是重资产产业，资产规模130多亿，按照每头猪赚200元测算，假如出栏900-1000万头，盈利较为可观，目前对养猪比较谨慎，期货作为参考。

## **4、公司中长期将如何实现产量扩张？**

产量分为两个方面：外销和自用，外销500多万吨，自用100多万吨，目前产能1000多万吨，产能满负荷率50%左右。目前饲料以猪料为主，拓展水产和反刍料。目前，中国生猪养殖结构发生重大变化，公司也在进行组织架构和业务模式调整，顺应行业发展趋势。公司通过创建养猪服务平台，进行资源整合，为中小型农场提供技术服务，资源整合，实现业务模式的转型。公司的水产料和反刍料也将定位毛利率高的高端料，通过技术优势做出特色产品。通过外销和自用，有希望做到1000万吨的量。

## **5、预计转基因种子何时能进入商业化？**

目前国家在转基因商业化政策层面无障碍，正有序推进生物育种产业化应用。今年是国家转基因产业化应用试点开展的第二年，也正开展转基因品种审定、制种试点等工作。

## **6、转基因种子的价格体系会在试种的过程中显示出来吗？**

会针对价格体系进行沟通协商，为价格体系的建立做好准备。

**7、转基因种子会给农民带来什么好处？转基因种子的收费和传统种子的价格相比大概是什么框架？**

根据调研数据显示，相较杂交玉米种子，农户种植转基因玉米种子，给农民带来玉米单产增加、品质提升、成本降低等诸多好处，总体核算每亩增值 200 元以上的收入。预估，相较杂交玉米种子，转基因玉米种子价格会提高 20-25 元/亩，增值部分包括性状公司、种子公司和渠道商等共享，其中，性状公司将获得增值收益的 40%左右（8-10 元/亩），具体价格体系尚需根据产业化进程和授权使用费的落地情况确定。

**8、以玉米为例，转基因种子商业化后，对种子市场竞争格局会有什么影响？**

转基因种子商业化，种子市场竞争格局将趋向于具有创新优势和产业优势的优秀企业之间的竞争。从目前颁发的性状产品来看，全国转基因玉米安全证书 11 个，大北农有 4 个；目前公司与国内 130 多家种业企业进行合作，培育了 200 多个生物新品种，覆盖面积为 2 亿多亩。

**9、如何看待国内知识产权的保护？**

近年来，我国知识产权保护力度逐步加强，正在建立健全以植物新品种权为重点的种业知识产权保护法律法规体系。从企业角度看，种子企业和性状公司之间有协议保护，双方的黏度和契约精神将进一步加强，联合保护知识产权。从国家政策看，知识产权保护立法，司法和执法都在同步加强，市场秩序将得到极大改善，实现知识产权价值的充分体现。

**10、与国内外生物育种公司相比，公司的性状产品的优势与不足是什么？公司下一代产品的研发路径，与第一代有什么不同？**

跨国种业公司是我们学习的标杆。大北农通过 12 年的技术积累，生物育种性状产品有领先优势。目前公司在性状产品上已形成了预商业化第一代、在研第二代、储备第三代，独立自主、持续升级的产品线布局。公司继续拓展生物技术产业，布局玉米和大豆的第二代、第三代产品和技术创新十年研发计划，启动耐旱、耐新型除草剂等新基因挖掘工作，同时健全研发体系，拓展基因编辑等技术，多层面提升产品竞争力。

**11、大豆可以性状叠加么？**

大豆可以对多种耐除草剂以及抗虫性状进行叠加，升级产品附加值。

	<p>公司在未来产品布局上有所考虑。</p> <p><b>12、转基因政策节奏会加速吗？抗旱的性状处于什么发展阶段？</b></p> <p>转基因政策节奏由国家需求和市场需求决定。耐旱性状的项目正在启动，抗旱是一个长期攻关的项目。现在是作为一个技术储备，处于初期阶段，可能下半年会有一些进展。</p> <p><b>13、对期货比较谨慎，是否通过期货锁定利润？饲料销售策略变化原因是什么？</b></p> <p>套保有做，期货对冲基本原则是猪价远高于成本的情况下，不做期货。做期货的目标是能够少亏，不进行投机。在猪价下行时，进行适当期货对冲。</p> <p>目前行业养殖结构在变化，以前饲料销售经销商占 80%左右，现在占 40%以下。不同的产业形态有不同的特点，现在养猪生态结构判断是，目前年出栏 100 万头以上的集团化的，占 1/3，年出栏几万头，几十万头的规模化猪场占一部分，年出栏 500 头以上的家庭农场占一部分，各有各的优势与不足，集团公司具有规模化优势，但是管理成本高，环保压力大，家庭农场责任心强，但是生产资料贵，技术、体系相对弱。公司正在调整产业模式，旨在建立养猪赋能服务平台，将饲料厂与农场联合，资源整合，平台型的综合服务。</p> <p><b>14、上半年饲料毛利下滑的原因，下半年及明年饲料毛利能否回到之前的水平？</b></p> <p>主要是产品结构，公司毛利较高的产品是预混料，但是近年由于疫情影响，经过高温消毒的颗粒料销量增加，预混料用量下降；第二，原料的复杂性，给全价料带来了空间，原料价格上涨并未完全传导至消费端，受一些影响；第三，生猪价格下跌，高端料销量下滑；第四，业务转型，公司让利给猪场和用户，提高效能降低销售费用，通过联合体的方式，扩大销量。</p>
附件清单（如有）	
日期	2022-9-8

