

证券代码：002458

证券简称：益生股份

## 山东益生种畜禽股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-011

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）	
活动参与人员	华安证券：王 莺、万定宇                      长江证券：顾焜乾 中信证券：彭家乐、王聪、林如洁 财通资管：李 晶                                      玄卜投资：郭昕宇 泰康资产：季怡轩                                生命保险：李燕玲 华商基金：陈 凯                                      兴银基金：吴绮然 淳厚基金：江文军                                保诚资管：万 力 南土资产：黄文睿                                中润投资：罗志强 华安资管：袁晓雨                                涌德瑞烜：杨 琪 中银国际：卫 辛                                      永安期货：童诚婧 歌斐资管：吴晋恺                                复星保德信：姚星辰 浙商资管：赵 媛                                      深圳风格汇资管：赵群翊 方正富邦基金：李韦韬                            前海百创资管：吴思伟 山西证券：蔡 文                                      星石资管：陈浩然 广发基金：王伯铭                                横琴淳臻资管：杨 平 恒生前海基金：江俊晨                            重阳投资：陈 心 望正资管：王 博                                      混沌投资：黎晓楠 火星资管：咎 越                                      杭银理财：徐廷玮 长信基金：张文浩                                深梧资产：王珊珊 润晖投资：李 勇                                      中邮理财：陶 俊 东方证券：樊嘉敏                                富兰克林华美投信：颜笠赞 国寿安保基金：宋易潞                            中信保诚人寿资管：万 力 进门财经：彭丽蓉                                中宏卓俊：陈金红 中信保诚基金：管嘉琪                            富国大通：秦墅隆 中船重工：赵胤钊                                长宜（北京）私募基金：曾锋文 国泰财产保险：白培根                            前海汇杰达理资本：解 睿 方正证券：黄 鹏                                      中融信托：赵晓媛 华润信托·睿德信家族信托：肖 斌 韶夏资本：董凌博、潘旭江、韩 潇、赵昌延 Sumitomo Mitsui DS Asset Management: Sharon Hu	

	<p>Oasis: Richard Guan 其他个人投资者: 吕佳音、陈凯、唐朝、蔡小为、李文思、杨孟哲、张泰宁、刘蓬勃</p>
时间	2022年10月28日
地点	山东益生种畜禽股份有限公司会议室
形式	电话会议
上市公司接待人员姓名	<p>副总裁、董事会秘书兼财务总监: 林杰 副总裁: 郝文建</p>
交流内容及具体问答记录	<p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p>公司成立于1989年, 主要引进、繁育世界优质畜禽良种, 向社会推广种鸡、种猪及商品肉雏鸡。</p> <p>公司以高代次畜禽种源供应为核心竞争力, 是我国乃至亚洲最大的祖代肉种鸡养殖企业, 祖代肉种鸡饲养规模连续十多年雄居全国第一, 约占国内市场1/3的份额, 公司商品代鸡苗的外销量在国内也是最多的, 约占国内市场1/10的份额。</p> <p>公司第三季度父母代肉种鸡苗和商品代鸡苗的销量环比二季度下降, 但价格环比二季度均有上涨, 第三季度亏损金额较第二季度进一步收窄。</p> <p><b>二、回答投资者的有关问题</b></p> <p><b>1、最近鸡苗价格快速上涨的主要原因是什么? 下游养殖户补栏的积极性是否有快速提升?</b></p> <p>答: 据中国畜牧业协会统计, 2022年1-9月, 商品代雏鸡供应量同比下降11.5%, 供给端数量减少叠加消费需求提升, 商品代鸡苗的价格呈现逐渐上涨趋势。同时, 目前猪肉价格处于上涨期, 鸡肉和猪肉具有相关性, 猪肉价格上涨, 明显带动鸡肉的价格上行, 从而利好鸡苗价格。屠宰场收毛鸡计划紧张, 下游养殖户养殖积极性较高。</p> <p><b>2、目前行业产能去化程度如何? 去产能与下游亏损的关系?</b></p> <p>答: 据中国畜牧业协会统计, 2022年1-9月我国白羽鸡祖代更新量为68万套, 同比下降22.7%。进口祖代鸡受阻, 祖代鸡进口数量同比大幅下降, 父母代种鸡存栏量总体下降。</p>

2022 年第一季度开始，商品代鸡苗价格处于低位，长时间的低价位导致淘汰鸡数量增加，换羽鸡数量减少，下游亏损加速了行业产能的去化。

**3、今年前三季度国内祖代鸡的引种情况如何？后期的引种难度如何？**

答：今年 5-7 月，因航班停航的原因，我国未从美国进口祖代白羽肉鸡，8、9 月进口量也不大，10 月份的引种情况暂不了解，11 月及后期的引种情况存在不确定性，需要结合航班通航情况及供种公司生产计划安排等因素来判断。

**4、目前公司鸡苗价格及订单情况如何？**

答：10 月 29 日公司商品代鸡苗报价为 4.3 元/只，公司商品代鸡苗订单已定至 12 月下旬。

**5、父母代肉种鸡苗什么时候定价？**

答：父母代肉种鸡苗定价通常是在种蛋上孵前 15-20 天，这和商品鸡苗的定价不一样。父母代鸡苗都是提前预定，对客户上鸡的时间要求比较精准一些。

**6、益生 909 小型白羽肉鸡新品种的具体情况如何？**

答：益生 909 是由公司自主研发的小型白羽肉鸡品种，已获得国家畜禽新品种认定，成为山东省首个通过国家认证的小型白羽肉鸡品种。益生 909 由三系配套而来。通过选育、育种可以不断优化性能，优异的性能可得以稳定地遗传给后代。益生 909 产肉率高、料肉比低、抗病力强、成活率高，适合平养、笼养多种饲养方式。相比 817 肉杂鸡，达到相同的体重，可提前三到五天出栏，经济效益显著。

虽然益生 909 产品类型和 817 相似，但销售单价比 817 高 0.6 元以上，现在公司已经在北方地区如山东、河北、河南，南方地区如湖北、湖南、江西、广东等地占有一定的市场份额。目前公司生产的数量远满足不了客户的需求量，后续公司要继续扩大生产规模。

**7、公司利丰大白羽肉鸡和益生 909 小型白羽肉鸡的发展规划是怎么样的？**

答：公司在维持祖代肉种鸡国内饲养量最大份额的基础上，不断扩大父母代肉种鸡的饲养规模，公司商品代白羽肉鸡苗的产量由上市

前的 3100 万羽，增加到 2022 年的 5.4 亿羽，因生产性能的提升和饲养模式的调整（例如由平养模式改为笼养模式），未来几年产量会有增长。

公司益生 909 小型白羽肉鸡目前的月产销量为 700 多万只，预计 2022 年总产销量为 7000 多万只。未来公司计划扩大益生 909 小型白羽肉鸡的产能，预计到十四五末期，产销量达到 3 亿只。

**8、行业换羽情况如何？如果祖代种鸡进口继续受阻，公司未来如何应对？**

答：在祖代白羽肉种鸡引种受阻的情况下，行业内，特别是小型祖代场会出现换羽情况，来维持生产。种鸡换羽会带来生产性能的下降和公鸡的配套不足等问题。

如果祖代种鸡进口继续受阻，公司父母代鸡苗的外销量短期不受影响，也不会影响公司父母代种鸡的养殖量和公司 2023 年商品代鸡苗的产销量。

**9、国产种鸡对市场的影响有多大？**

答：国产种鸡对市场的影响主要取决于国产父母代种鸡的性能和商品代鸡的性能，例如料肉比、成活率等生产指标，若料肉比相差 0.01，成本就提高 1 毛多钱。种鸡品种的优劣还取决于性能的稳定性，这些需要市场和时间来检验。

**10、玉米、豆粕等原材料在成本中的占比是多少？饲料原材料价格的上升对鸡苗价格的影响？**

答：在不同代次饲养中，饲料原材料在成本中的占比是不同的，在商品鸡养殖环节，饲料原材料成本约占总成本的七成，在父母代种鸡养殖环节，饲料原材料成本约占五成，在祖代种鸡养殖环节，饲料原材料成本约占四成，代次越高，饲料原材料成本占总成本的比重越低。

公司位于产业链的上游，相对于下游企业（养毛鸡）来说，饲料原材料价格的上涨，对公司成本的影响较小，同时公司因养殖模式调整（部分平养改笼养），养殖效率提升，加上种鸡性能的提升，一定程度上减轻了饲料原材料成本上涨的影响。

**11、公司种鸡占全国父母代种鸡销售的比例是多少？**

答：去除公司自用部分，公司父母代鸡苗销售量市场占比为 20% 多。

**12、2023 年父母代和商品代鸡苗均价会达到什么水平？和今年相比增幅有多大？**

答：从量的角度来说，2023 年的鸡苗价格会比今年高，今年第四季度到明年价格总体是持续向好的趋势，但具体价格能涨到什么，受引种量、国际禽流感疫情、猪肉价格等多种因素的影响。

**13、对鸡肉消费的展望？**

答：（一）从供给方面来看，供给量同比大幅降低。

据中国畜牧业协会统计，2022 年 1-9 月我国祖代白羽肉种鸡更新量同比下降 22.7%，父母代肉雏鸡供应量同比下降 4.4%，商品代雏鸡供应量同比下降 11.5%，鸡苗的供给明显减少。

（二）从需求方面来看，消费量呈增长趋势。

（1）疫情影响

我国上半年的疫情对消费需求的影响很大，随着疫情的好转，航空机场、旅游酒店和餐饮业的恢复，需求消费增加，将带动鸡肉和鸡苗价格的上涨。

（2）猪肉价格影响

目前猪肉价格处于上涨期，鸡肉和猪肉具有相关性，随着生猪的产能调节，猪肉价格上涨，鸡肉的价格也随着上行，利好鸡苗价格。

（3）消费观念的转变

90 后及 00 后等年轻一代人现在更注重饮食健康，更喜欢吃鸡肉，并不太特别依赖猪肉，老年人现在也开始注重养生，促进了鸡肉的消费增长；

从欧美发达国家情况来看，居民肉类消费普遍趋势也是猪肉消费量下降，禽肉消费量增长。

（4）生活方式的转变

生活节奏的加快，推动了外卖产业发展和预制菜品的兴起和普及，会进一步带动鸡肉消费增长，从而会进一步带动商品代鸡苗需求

的增加。

#### 14、公司从大周期的角度判断白羽鸡的走势？

答：（1）从长周期的角度看，我国人均禽肉消费量占总肉类的比例从 2010 年的 20.9% 上升至 2021 年的 26.8%，人均禽肉消费量呈逐年增长的趋势，但相较于美国、欧盟和日本等，我国人均禽肉消费量仍有很大的增长空间。

（2）自 2021 年下半年至 2022 年一季度，鸡苗价格一直在低位运行，长时间的低价位导致社会淘汰种鸡的数量增多，换羽鸡的数量减少，鸡苗的供给量呈现出下降趋势。自 3 月下旬开始，鸡苗价格开始逐步上涨，鸡苗需求比较好，目前，公司商品代鸡苗订单已定到 12 月下旬。

（3）目前国外禽流感频发，再加上航班停航，我国进口祖代种鸡受阻，5 月-7 月未能从国外进口种鸡，8、9 月少量引种，祖代更新数同比降低两成多。今年祖代种鸡的进口量明显减少，鸡苗的供给将下降。

（4）从需求端来看，前期的疫情对消费需求的影响很大，随着疫情的好转，团膳、餐饮的恢复，需求消费增加，将带动鸡肉和鸡苗价格的上涨；目前猪肉价格处于底部上涨期，鸡肉和猪肉具有相关性，随着生猪的产能调节，猪肉价格的上涨，鸡肉的价格也随着上行，利好鸡苗价格。

#### 15、小型白羽肉鸡现状及未来发展趋势是什么？

答：自 2018 年来，小白鸡年均增长率保持较高水平，2021 年达到 20 亿只的市场规模，因为鸡肉具备“一高三低”（高蛋白、低脂肪、低热量、低胆固醇）的营养特点，更加符合健康食品的消费理念，小白鸡的消费量也将呈现稳步提升的趋势，有较大的发展空间。

#### 16、公司发力种猪业务的核心原因是什么？在这个业务方面公司怎么建立核心竞争力？

答：作为以高代次畜禽种源供应为核心竞争力的公司，公司致力于提升我国优质种猪的供应，推动完善良种繁育体系建设，公司在育种领域深耕二十余年，有着丰富的育种经验，在猪场的规划建设、种猪的引进及繁育、疫病的防治等领域，都有着相当成熟的经验可以借鉴。

	<p>同时，公司将借鉴肉种鸡发展的成功经验，建立起更现代、顶级防疫的原种、祖代、父母代的种猪繁育体系，向社会提供更健康和更优良的种源产品。</p> <p><b>17、公司种猪的代次和发展规划如何？</b></p> <p>答：公司自 2001 年开始从加拿大引进双肌臀原种猪，至今已有 20 多年的饲养管理经验，在连续多年的山东省种猪质量检测中心种猪质量评比中，5 次获得一等奖，2 次获得二等奖，2013 年已获得“国家生猪核心育种场”等荣誉称号，2018 年续评为国家生猪核心育种场，是我国 89 家核心育种场之一。2019 年公司被评为山东省猪伪狂犬疫病净化创建场，2021 年被评为国家级猪伪狂犬疫病净化创建场。</p> <p>公司位于黑龙江和山东烟台等地的原种猪场已投入使用，在黑龙江的祖代场、山西和山东威海的原种猪场正在建设中。</p> <p>目前公司对外销售的是原种猪。公司全部猪场投产后，原种猪存栏达 1.2 万头，年提供原种猪 10 万头；祖代猪存栏达 1.5 万头，年提供二元猪 12 万头。未来计划成为国内种猪头部企业。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>