

证券代码：002234

证券简称：民和股份

## 山东民和牧业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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	天风证券：林逸丹、冯佳文    天治基金：张 歌 瑞民资管：黄 鹏                银河基金：左 磊 明湖资管：李献刚               米仓资产：管晶鑫 牛行资产：黄升科               红华资本：何 儒 旌安资管：童诚婧               前海联合：汤晓君 汉天资产：刘朝晖               世纪证券：顾 静 古木资管：苏 鑫                正享投资：尹 一 恒泰证券：谭 涛                恒识资管：杜 亮 招商银行：夏 雪                玄卜投资：夏 一 宏鼎财富：李先明               中银国际：刘 航 中泰证券：盖 啸                浦银安盛：杨 鑫 圆石资管：李益峰               柏治资管：任兆凯 亘曦资产：王海亮               趣时资管：吴 瑶 淳厚基金：江文军               前海进化论：张奕裕 前海无锋基金：陈净             银叶投资：曾繁锋、李悦 明世伙伴基金：孙勇             燕园创新资本：陶庆波 绍兴宸鑫资产：张宁             涌德瑞烜（青岛）：蒋鑫鹏 邱永贵、陆应凤、向旭晨、奉若泓
时间	2023 年 1 月 4 日

地点	—
形式	电话会议
上市公司接待 人员姓名	董事、董事会秘书兼副总经理：张东明 证券事务代表：高小涛
投资者关系 活动主要 内容介绍	<p>交流主要内容如下：</p> <p><b>一、公司目前经营情况介绍</b></p> <p>公司目前父母代存栏量在 320 万套左右，与 2021 年基本持平。2022 年行情不太好鸡苗产量低于前年。屠宰量没有大的变化，2022 年商品鸡出栏量在 3000 万只左右，鸡肉生食产量大概在 7 万吨。与以往年份相比，公司 2022 年增加 2 个熟食工厂，每个工厂设计规模为 3 万吨，每个工厂四条线，现在每个工厂已引进了两条线，总共生产产能在 3 万吨左右。如果后续生食销售达到预期，公司会再把每个厂剩余两条线利用起来，预计熟食规模合计可以达到 6 万吨。公司的两个熟食工厂设置在潍坊和蓬莱，在 2022 年初投产，生产的熟练度在逐渐提高。</p> <p>公司 2021 年做的定增项目中有一个 80 万套的扩产项目已经开始投入使用，但并没有满产，计划在 2023 年建设完工，预计 2023 年能新增部分商品代鸡苗产能，2024 年能够满产。公司在临沂新增了一个孵化厂，2022 年年底开始动工，预计 2023 年能建成，与种鸡新增产能相匹配，在产能增加以后能够实现孵化能力的扩张。</p> <p>公司目前还是以鸡苗为主，生食屠宰和商品鸡的养殖暂时不再扩产，近期会把熟食作为重点发展方向。公司 2022 年在杭州成立电商销售团队，这段时间一直在扩展熟食的线上销售，在天猫和抖音都有店铺，抖音有 6 个直播间，线上销售势头比较可观。</p> <p>成本上涨主要原因是玉米和豆粕等原料价格上涨。当前</p>

父母代种鸡价格的上涨对后续鸡苗成本有一定影响。从 2022 年 5 月份开始到现在，引种处于相对低迷的状态，所以未来一段时间鸡苗缺口已经形成。从行业引种和繁殖时间来看，估计 2023 年 2 季度末或 3 季度初，商品代鸡苗缺口将逐步扩大，预计鸡苗价格会有较好的走势。

## 二、问答环节

1、如何判断鸡苗价格的高点和拐点？

答：2022 年 5 月份开始引种短缺，26 周产开始产蛋再加上 3 周孵化期产生第一批父母代，父母代经过 26 周生长产蛋和 3 周孵化生产出第一批商品鸡，共计 60 周左右才会出现商品苗供给减少，而且这只是增量的减少，不是整个供应量的减少，预计 2023 年 5 月份增量会慢慢的减少，届时鸡苗供应量的拐点才会到来。

2、公司养殖的主要是哪些品种？父母代种鸡在不考虑换羽的情况下扩产系数是多少？

答：公司父母代品种主要是罗斯和 AA。行业内扩产系数一套祖代鸡引进来可以扩产约 50 套父母代苗，一套父母代差不多扩产 140-145 只商品代苗。基本上都能做到。

3、公司父母代开始换羽了吗？换羽会带来多少的增量？

答：目前没有换羽。换羽有几个影响因素，一是必须有空的笼位。如果这批鸡要换羽，就要找空笼位，但是规模化养殖场强制换羽的难度比较大，除非有空的笼位或者去外面租。二是换羽的价格。换羽的优势在于时间短，如果鸡苗价格很高而父母代鸡采购周期很长，换羽是很好的选择。但是现在不具备换羽的条件，我们不会考虑换羽。

4、公司 2023 年鸡苗出货目标如何？如何看待疫情反复对鸡肉需求的影响？

答：2023 年的鸡苗出货目标是恢复至 3.2-3.5 亿羽。存

栏总量在增加，加之新项目投产也有一定助力。

现在引种虽处于短缺状态，但鸡苗供应量不缺，这是因为生产周期很长。正常情况下屠宰场在正月初九、初十开工，如果行情不好，有可能延迟到正月十五。这段时间对应的鸡苗不会特别好，一是市场量小，二是不具备规模性。正常情景下价格处于较低态势。疫情加剧了大家的担忧情绪，导致人员流动减少，预计3月份之前肉类消费不会高涨，下半年消费会逐渐恢复，如果此时鸡苗和肉类供应量处于较低水平，未来价格会比较可观。

5、目前父母代产能有多少？之前定增的募投项目产能释放节奏如何？

答：现在父母代存栏320万套左右，定增的80万套种鸡现在有10万套已经入鸡舍开始饲养，随着建设进度展开2023年将陆续增加饲养量。计划在2023年建设完工，预计2023年能新增部分商品代鸡苗产能，2024年能够满产。

6、11月以来，父母代价格一路上涨，如何看待后续种鸡成本？

答：未来只要缺祖代鸡，父母代鸡价格就会上涨。目前来看，有的父母代报价70多甚至更高。如果这批鸡持续高价，还是可能造成鸡苗成本的上涨。

7、鸡苗下游客户的类型和规模如何？

答：公司鸡苗客户主要以经销商和大中型养殖公司为主，大部分客户已经是规模较大的养殖户，部分经销商也在开始转型做商品鸡的养殖。

8、鸡肉业务渠道结构是怎么样的？主要有哪些客户？

答：两块鸡肉业务，一是生食，主要客户是双汇、金锣，这些企业用我们的产品去做腌制类产品。还有一些经销商和批发商、零售商。这些客户以工业原料为主，生产加工类产品。二是熟食，以C端为主，由于现在产能刚刚开始生产，

	<p>还没有拉满。公司现在也在开发一些新客户，未来 C 端是公司发展重点，B 端主要是工厂化客户，主要是提供原料。</p> <p>9、熟食业务后续的销售费用投入规划如何？利润预期如何？</p> <p>答：熟食业务公司是从 2022 年 5 月份才开始做电商的，在电商业务销售费用投入会相对比较大，但目前还不会大规模投入，会稳步进行。熟食业务的毛利可观，但电商前期渠道建设和投入比较多。</p>
<p>本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件</p>	<p>无</p>