

河南双汇投资发展股份有限公司

投资者调研记录

时间	2023年4月25日-26日	地点	电话会议
投资者关系活动类别	双汇发展2023年第一季度业绩交流会		
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 周缘、吕昌 中金公司 陈文博、黄佳媛 工银瑞信 齐欢、李迪 广发基金 王伯铭 嘉实基金 卜宁 富国基金 周宁 东方基金 吕燕晨 华夏基金 林瑶、李柄桦等 130 余人		
公司接待人员	公司董事兼总裁马相杰先生、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生、副总裁兼董事会秘书张立文先生等。		
会议记录			
<p>一、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生介绍公司 2023 年第一季度经营情况</p> <p>2023 年第一季度，公司肉类产品总外销量 81.7 万吨，同比增长 7.2%；实现营业总收入 157 亿元，同比增长 13.9%；实现净利润 15 亿元，同比增长 2%。</p> <p>分产业看：</p> <p>生鲜品业务：国内生猪价格总体在低位徘徊，公司鲜冻产品销量同比稳步增长，盈利同比大幅提升。</p> <p>肉制品业务：公司肉制品销量同比增长，通过调价格、控费用等措施，对冲掉部分成本上涨影响，盈利同比小幅下降。</p> <p>其他分部业务：主要由于养猪和养鸡业务规模的扩大，该分部营收同比大幅提升，两个养殖业受行情影响、再加上新项目产能利用率有一个逐步提升的过程及开办费用等影响，一季度未能实现盈利。</p> <p>展望后期，公司将重点做好以下工作：</p> <p>1、继续完善产业链，推进肉类产业化、多元化发展；</p>			

- 2、生鲜品业研判好行情，控制好成本，动态调整产品结构，积极参与竞争；
- 3、肉制品业深入推进中式产品工业化，加快预制菜业务发展，围绕一碗饭、一桌菜调整产品结构；
- 4、提升网点管控水平，加快新赛道、新渠道、空白区域网点开发，增强市场拉动力；
- 5、加强信息化、智能化、数字化建设，推进管理升级和产业升级；
- 6、抓好质量管理，升级品质管理，确保食品安全；
- 7、引进人才，培养人才，培育优秀团队。

二、交流的主要内容

1、一季度肉制品销量增长情况，后期将主要采取哪些措施继续拉动肉制品销量？

一季度，肉制品销量 39.7 万吨，同比增幅 3%。销量增长的动力主要来自两个方面：

一是人们外出活动增多，旅游、餐饮、学校等渠道消费增加，市场销售好转。

二是近几年公司坚持“调结构、扩网络、促转型、上规模”的发展战略，在新产品推广、新赛道开拓、网络建设、营销创新及队伍激励等方面采取了很多措施，未来会持续发力。

2023 年，公司将重点抓好以下工作，促进肉制品销量增长：

① 加强老赛道产品结构调整。

抓好产品结构调整，聚焦推广重点新品和核心大单品，拉动销量提升。

② 专业化开发新赛道。

大力推广速冻产品、聚焦推广新型休闲产品、积极推广预制菜产品，新赛道实现新增量。

③ 加强扩网络增网点。

销售网络是支持销量提升的关键因素，今年公司和知名咨询公司合作，推进新老赛道网点开发计划，实现销售网络进一步扩张。

④ 加强薄弱渠道的开发。

针对空白区域和薄弱渠道，进行专人定向开发，深挖市场潜力。

⑤ 加强信息化管理，提高工作效率。

继续深化云商系统运用，加强终端标准化运作，实现市场管理工作提质增效。

2、一季度肉制品吨利情况如何？

2023 年一季度公司肉制品吨利 4,129 元，主要受原辅包成本上涨影响，吨利同比有所下降。2023 年肉制品整体成本对比 2022 年可能会有所上涨，公司将坚持“两调一控”的经营方针，通过一系列措施保持吨利稳定。

3、近两年表现突出、具有增长潜力的新产品有哪些？

近年来公司新产品研发和推广坚持“精心设计、谨慎推出、聚焦主导、持续推广”的思路，持续培育了一批具备增长潜力的新产品，如辣吗辣、火炫风、泡面轻盐派香肠、熏烤肉肠、地道肉肠及方便速食系列产品等。

4、肉制品结构调整工作进展如何？

产品结构调整是一项长期工作，公司将坚持“调结构、扩网络、促转型、上规模”的战略，近几年公司肉制品总体销量稳定，但产品结构持续变化，中高档产品占比提升，普通类产品占比下降，盈利能力提升，结构调整取得了一定成效。未来公司仍将坚持推新品调结构，聚焦推广核心大单品、主导新产品和新赛道产品，持续推进产品结构调整。

5、一季度生鲜品业利润中鲜冻品的情况分别如何？

2023 年一季度生鲜品业头均利润 90 多元，包含冻品和鲜品的综合利润，一季度生鲜品业的利润中鲜品和冻品的利润基本上各占一半。

6、2023 年公司养猪业和禽产业的展望？

2023 年养猪业和禽产业都会有新的项目投产运营，规模都将有所提升。目前公司养猪业的规模不大，在建的新项目全部投产后产能在 100 万头左右；禽产业在建的新项目全部投产后产能在 3 亿只左右。

公司发展养猪业和禽产业主要是为了增强产业链协同发展的优势，和屠宰业、肉制品业配套发展，进一步推动公司肉类产业化、多元化经营，公司会根据发展情况，适度发展养殖业。

7、公司对预制菜业务的发展规划如何？

公司预制菜业务将主要围绕生鲜调理、中华菜肴、方便速食和酱卤熟食等其他类产品，做好市场开发和渠道开拓：

- 一是借助肉制品的销售渠道优势，拓展流通渠道业务；
- 二是围绕国内知名连锁餐饮，加强 B 端业务；
- 三是加强标准化的建店及运营体系，做好终端门店建设工作。

记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2023-04-26	审核日期	2023-04-26	批准日期	2023-04-26