

河南双汇投资发展股份有限公司

投资者调研记录

时间	2024年4月22日	地点	电话会议
投资者关系活动类别	双汇发展2024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 华泰资产 董懿夫 国新证券 易浩宇 路博迈基金管理（中国）有限公司 黄亚铷 淡水泉投资 谢兵 中邮基金 马姝丽、李泽坤 国泰基金 陈凌暉 平安养老 唐宋媛 博时基金 梅思哲 瑞银集团 宋婷 国寿资管 李想 鹏扬基金 王亦沁 兴证全球基金 王志强 阳光资产 吴烨琳等 140 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 2024 年第一季度经营情况</p> <p>一季度，公司持续推进网络建设，坚持“两调一控”方针，顺应行情变化、调整生鲜品结构，顺应市场消费变化、调整肉制品结构，核心经营指标环比 2023 年四季度明显改善，经营趋势向好，但受市场需求、行情等影响，经营指标同比有所下降。</p> <p>一季度，肉类总外销量 78 万吨，环比四季度增长 2.9%、同比下降 4.4%，实现营业总收入 143 亿元，环比四季度增长 4.0%、同比下降 8.9%，实现利润总额 17.5 亿元，环比四季度增长 69.8%、同比下降 9.9%。分产业看：</p> <p>生鲜品业务：因市场竞争激烈，消费不及预期，猪价同比下降，影响销售</p>			

规模环比、同比有所下降；盈利方面，与同期比，鲜品盈利相对稳定，冻品因行情差异大、盈利下降，导致整体盈利下降；

肉制品业务：受春节旺季拉动及产品结构提升，营业收入环比四季度增长，但因同期基数较大、当期市场消费较低迷影响，收入同比小幅；吨均利润创历年单季度最高，主要得益于有效控制成本、产品结构优化等因素。

其他业务分部：禽产业规模同比持续提升，养殖成绩同比、环比均改善，养殖成本同比、环比均下降，盈利水平环比有所改善，同比因毛鸡价下降较多，禽业养殖及屠宰同比增亏；因生猪行情较为低迷，公司适当放缓了养猪业发展步伐，集中精力提升养猪业生产管理，一季度养殖成绩环比改善。

二季度，公司将继续按照产业化、多元化、国际化、数字化发展战略，做好以下工作：

- 1、大力推进网点扩增，加大市场新渠道的开拓力度，构建高质量市场网络。
- 2、生鲜品判好行情、运作好冻品业务，动态调整产品结构，扩大鲜销、快产快销，提升量利水平。
- 3、肉制品坚持“两调一控”，拓新渠、推新品，积极参与新赛道竞争。
- 4、持续提升养猪业、禽产业经营，促进肉类产业化、多元化发展。
- 5、全面提升各产业信息化水平，继续加快信息化、数字化对工厂、农场、市场和企业决策的赋能。

二、交流的主要内容

1、2024 年公司肉制品吨利的展望？

2024 年一季度公司肉制品的吨利为 5000 元/吨，同比大幅提升，创历年单季度新高，主要得益于原辅包成本下降。预计 2024 年公司肉制品整体成本同比将有所下降，肉制品吨利同比将稳中有增。

2、2024 年公司肉制品业将采取哪些措施促进市场销售？

2024 年公司将重点做好以下工作：

一是加强网点开发，扩大销售网络。对现有网点进行升级、提升网点质量，加强新网点开发、提升网点数量，通过网点质量和数量提升，支持市场上规模。

二是继续推进结构调整，推动主导产品增长。加强新品研发，聚焦主导产品及新品推广，大力推进结构调整。

三是专业化开发新赛道，贡献新增量。加强速冻、新型休闲、中华菜肴等产品的运作推广，通过新赛道贡献新增量。

四是加强渠道运作，深挖市场潜力。组建专业队伍，加强两站两区、餐饮加工厂等渠道开发运作。

五是精准加大市场投入，积极参与市场竞争。加强市场营销创新，精准加大市场投入，积极参与竞争扩市场，推动规模提升。

3、2024 年一季度生鲜品分部利润同比下降的主要原因？

2024 年生鲜品分部中鲜品的利润基本稳定，但因冻品 2024 年一季度的行情与同期比反差较大、盈利下降，导致整体利润同比下降。

4、目前公司冻品库存水平，以及预计全年冻品盈利情况？

目前公司冻品库存量处于较高水平，整体成本处于相对低位，公司将结合行情加强冻品运作，争取冻品最大化收益。

5、2024 年一季度养殖业情况及全年展望？

基于当前的生猪行情，公司 2024 年适当控制生猪养殖规模，重点放在养殖成绩提升方面，一季度公司出栏量同比下降，养殖成绩有所改善。展望全年公司将持续加强养猪业管理和技术提升，并继续控制生猪的出栏规模。

一季度公司商品鸡出栏量同比增长，养殖成本同比、环比均下降，盈利水平环比有所改善，同比因毛鸡价格下降较多，经营同比增亏。展望全年公司将加强禽产业精细化管理，强化过程指标管控，预计禽产业规模同比将有所提升，经营将会改善。

6、2024 年一季度进口情况及全年进口业务展望？

一季度因中外价差收窄等因素影响，公司肉类进口量同比个位数下降。展望全年公司将积极拓展全球资源，丰富采购品类，保障外贸业务稳健发展。

7、2024 年营销管理工作规划？

2024 年公司主要营销管理工作如下：

一是优化营销组织架构，完善管理体系，整合营销资源，推动营销管理升级。

二是加强对市场消费的调研与研究，在新渠道和新产品方面加强发力，系统开展体育营销等主题营销。

三是加强立体化渠道建设，加大电商、O2O、零食便利店、会员折扣店等渠道的开发力度，精准触达消费人群，促进销量提升。

四是加强数字化对渠道的赋能，迎合销售渠道变化趋势。

五是通过与外部专业咨询机构合作，实施线上线下全案营销，为消费者提供更有价值的产品与服务。

记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2024-04-22	审核日期	2024-04-22	批准日期	2024-04-22