

股票代码：002321

股票简称：华英农业

河南华英农业发展股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	华源证券 冯佳文 万家基金 叶勇、邱庚韬 华创证券 陈鹏、张皓月		
时间	2025年1月3日(周五)下午 14:00-17:00		
地点	公司会议室		
上市公司接待人员姓名	副总经理：胡奎 财务总监：龚保峰 董事会秘书：何志峰 证券事务代表：牛宇		
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>一、介绍公司目前经营情况及未来规划</p> <p>重整成功以来，华英农业积极把握行业发展趋势，按照“食品+羽绒”双轮驱动的战略规划，聚焦并深耕主业，整体保持着健康的经营发展态势。2024年前三季度，公司营收、净利润、现金流等主要经营指标均保持正向增长。</p> <p>公司前期对外披露了《未来五年（2023年-2027年）战略发展规划》，目前正在锚定目标任务，认真抓好执行实施。公司行业地位突出，特别是经过重整后近三年的发展，外部竞争优势进一步显现，处在基本面反转、态势趋好的发展环境中，总体看未来机遇大于挑战，下一步，公司将坚定战略自信，以积极灵活的竞争策略应对市场变化，持续创造价值回报社会和股东。</p>		

二、互动问答环节

问题 1：公司食品业务未来规划？

答：在食品业务领域，下一步，1) 坚持全产业链及一体化经营模式。具体而言，公司现有的三大产业基地，各自主要分工明确：江西丰城的特色麻鸭全产业链、山东菏泽面向欧盟出口的全产业链、以及信阳潢川本部面向日韩及其他国家出口的全产业链，全产业链保障了华英产品品质和食品安全，同时，通过产业链各个环节的紧密协同，也能有效降低行业周期性影响。2) 统筹国内国际两个市场、两种资源，树牢出口业务的优势地位，做好国内市场拓展增量、深度开发，发挥华英独特的出口内销互补优势，实现国内外市场的双向驱动。3) 通过内生增长和外延扩张加大向熟食深加工领域的延伸和布局，实现高附加值转化。重点研究、发掘鸭子的消费场景，同时依托公司前端标准化生产加工能力，力争把食品深加工领域做成不断带动业绩增长的亮点。

问题 2：公司养殖、屠宰环节，成本和同行比较？

答：华英是以出口为导向的公司，跟行业内其他公司模式有所不同，公司侧重于通过高品质赢得市场，通过深加工转化提升附加值。比如，屠宰环节产生的副产品主要供给国内市场；产生的鸭肉产品通过转化为熟食来提高产品附加值，这部分主要供给海外市场，这样可以把鸭子的价值发挥最大化。鉴于公司出口导向模式以及对高品质和食品安全的追求，公司前期固定资产投入较大，且产能利用率还在持续提升中，目前公司冻鸭完全成本较同行业稍微偏高，但同时，终端销售较同行业也享受一定溢价。

问题 3：熟食比例有多少？未来的规划如何？

答：1) 根据 2024 年前三季度的数据，熟食在食品业务营收中的占比约为 40%（按金额计算）。从原料方面来看，樱桃谷鸭源主要供出口使用，但经过屠宰分割后，仅鸭肉等部位用于出口，其余分割产品则面向内销。2) 熟食板块经过多年发展，已在出口、鸭血制品、休闲零食、调理食品等深加工领域成功孵化出多家食品公司，

产业链基础良好，具备进一步发展的空间。下一步，一是扩大前端养殖屠宰规模，以支撑熟食业务发展壮大。具体而言，包括增加鸭肉等熟食产品的出口量，以此带动国内鸭副产品的销售，并提高国内副产品的深加工转化率。未来，随着管理效率提升以及产能增长，有望进一步放大熟食的盈利效应。二是积极开拓“新市场、新客户、新渠道”。比如，针对国内市场加大营销力度，推出“鸭一优”品牌，聚焦年轻消费群体，并积极拓展连锁餐饮等大型 B 端客户，针对餐饮企业连锁化、标准化发展特点，为客户提供高品质、定制化的产品和服务。

问题 4：熟食业务的收入体量和利润率？

答：以公司 2023 年度数据为例，熟食业务收入约 6 亿元，毛利率约 23%，其中，出口收入约 4 亿元，净利率约 15%；内销收入约 2 亿元，其中鸭血单品收入约 1 亿元，净利率约 12%。2024 年 1-9 月份，公司熟食业务收入约 4.3 亿元，毛利率约 23%。

问题 5：熟食业务量增空间以及维持的可能性？

答：一方面，近年来，随着鸭肉在海外市场需求的增长以及终端消费场景多元化的开发，预计公司海外业务将呈现一定的增长态势；另外一方面，随着公司在国内市场的深度开发，预计也将逐步打开新的增量空间。

问题 6：熟食研发模式？后续是否有爆品孵化？

答：今年公司将整合现有资源，成立熟食研发中心。1) 目前公司有独立的研发团队，研发模式包括自主研发、与客户联合研发等。2) 公司始终坚持产品创新，不断丰富产品矩阵，目前，也在聚焦大单品策略，复制和打造更多类似鸭血的爆款产品。

问题 7：目前羽绒业务的销量情况？市场占有率情况？

答：公司 2023 年销售羽绒约 7,112 吨，实现营收 21.87 亿元；2024 年前三季度，公司销售羽绒约 6,762 吨，实现营业收入 26 亿元，同比增长 65%。目前，公司羽绒板块的综合实力位于行业前列，行业市占率约 10%。

	<p>问题 8：目前羽绒业务的毛利率情况？</p> <p>答：近年来，公司羽绒毛利率保持在 7%-9%之间。</p> <p>问题 9：羽绒业务国内大客户有哪些，与大客户的定价模式？</p> <p>答：1) 羽绒业务主要客户涵盖国内知名企业波司登、雪中飞、千仞岗、高梵、安踏、李宁、三六一度、海澜之家、七匹狼、以纯等。2) 公司销售定价系参考合同签订时市场价格，并结合市场供求状况、原料价格波动情况、产品的具体指标要求等因素，经市场化商业谈判最终协商确定。</p> <p>问题 10：央视打假曝光的羽绒制品造假乱象，对行业的影响？</p> <p>答：近期，中央广播电视总台《财经调查》栏目曝光了羽绒制品造假乱象，各监管部门及行业协会均采取了相关措施，使得越来越多的人关注到羽绒领域。从中长远来看，有利于带动行业高质量发展以及行业集中度的提升。</p> <p>问题 11：公司有实施股权激励或员工持股的计划吗？</p> <p>答：重整成功以来，公司管理层高度重视员工工作积极性的挖掘以及获得感的提升，持续在关注和研究股权激励、员工持股计划的相关政策及行业案例。后续如有，公司将严格按照监管规则及时履行披露义务。</p> <p>问题 12：公司关于做好市值管理有何具体计划和措施？</p> <p>答：公司高度重视市值管理工作，一直秉承积极回馈投资者的理念。公司立足于努力做好主业，希望通过健康、稳定的经营来推动公司持续发展，并在此基础上做好投资者关系管理，增强信息披露质量和透明度，增进与投资者沟通互动，不断提高企业价值和股东回报。公司关注到并已对证监会《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》等相关政策文件进行深入研究，正在拟定《市值管理办法》。后续如有涉及披露事项，公司将及时履行信息披露义务。</p> <p>注：本记录表中涉及的业绩目标不构成公司对投资者的业绩预测和实质承诺。</p>
附件清单	无

日期	2025 年 1 月 3 日
----	----------------