

河南双汇投资发展股份有限公司
投资者调研记录

时间	2025 年 4 月 29 日	地点	电话会议
投资者关系活动类别	双汇发展 2025 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、严泽楠 中金公司 陈文博、武雨欣 南方基金 容健铭 东方基金 吕燕晨 君和资本 张玉洁 华泰柏瑞 林浩祥 等 40 余人		
公司接待人员	公司董事长万宏伟先生、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、董事会秘书张立文先生等。		
会议记录			
一、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生介绍公司 2025 年第一季度经营情况 一季度，宏观形势复杂多变，市场需求偏弱，行业竞争加剧，公司肉类外销量 76.6 万吨、同比下降 1.9%，实现营业总收入 143 亿元、同比持平，实现利润总额 15.3 亿元、同比下降 12.7%。分业务板块来看： 生鲜品业务：通过扩大客户群体、增加网络网点、扩充销售渠道、加强购销对接，实现营业收入 70 亿元、同比增长 6.1%，经营利润 1.2 亿元、同比增长 24.7%，规模和盈利均实现较好增长。 肉制品业务：实现营业收入 55.8 亿元、同比下降 17.8%，经营利润 14.8 亿元、同比下降 21.7%。一季度肉制品业务业绩下滑的主要原因是：终端消费拉动不足、新渠道增量未能弥补传统渠道下降、客户和终端去库存影响以及专业化改革的效果尚未有效体现。随着市场专业化改革的推进，在部分渠道和区域已经体现出积极的变化，例如：一季度肉制品新渠道终端出库量同比增长 21.8%；双汇产品线上业务 GMV（商品交易总额）同比增长 8.9%。 其他业务分部：公司养猪业、禽产业规模同比继续提升，养殖成绩同比、环比			

均有所改善，完全成本持续下降，利润明显减亏，总体经营质量改善明显。

下一步，公司将重点做好以下工作：

1、大力推进网点开发，加快各项市场专业化创新方案落地，促进规模提升。

2、生鲜品做好“六个结合”，动态调整产品结构；聚焦特约店及驻地市场开发，升级终端服务，实现拓网络、增网点、扩规模。

3、肉制品进一步发挥专业化运作优势，开拓新渠道，提高市场运作质量；丰富不同层级的品牌矩阵，做好高性价比产品的营销推广；加快兴趣电商及 O2O 渠道发展。

4、继续加强养猪业、禽产业的生产管理，提高过程指标，降低完全成本。

5、加快供应链可视化、财务无纸化、市场销售及营销数字化、养殖业数字化等数字化项目的推进，赋能经营管理。

二、交流的主要内容

1、一季度肉制品销量下降的原因？

一季度公司肉制品销量同比下降，主要原因：

一是消费市场疲软，终端销售拉动不足。

二是经销商和终端客户去库存的影响。

三是公司对渠道变化应对不足，在会员超市、休闲零食、连锁便利店等新渠道销量的增长未能弥补传统渠道销量的下降。

2、公司将采取哪些措施促进肉制品销量提升？

一是推进销售机构改革，加强市场专业化运作。

二是抓好立体化客户网络建设，扩大客户群体。

三是加强网点开发，扩大市场网络。

四是强化市场调研，精准开发产品。

五是加强渠道精细化管理，深化渠道运作。

六是加大市场投入，精准参与竞争。

七是抓好数字化推广应用，赋能市场销售。

八是精准激励业务人员，激发队伍活力。

3、全年肉制品吨利的展望？

2024 年公司肉制品吨利创历史新高，今年公司将加大市场投入，并推出高性价比产品参与市场竞争，预计 2025 年肉制品吨利会低于 2024 年，但仍将处于历史高位。

4、一季度公司上游产业的经营情况及全年展望？

一季度公司生猪出栏量、肉鸡出栏量均同比增长，养殖成本均同比下降，养猪业和禽产业的经营均同比减亏。

展望全年，公司养猪业和禽产业将继续加强管理提升，强化成本管控，预计全年经营成绩有望继续改善。

5、目前公司生猪养殖成本处于什么水平？

目前公司生猪养殖规模不大、栏位利用率较低，因此养殖成本高于行业平均水平，下一步公司将继续加强管理提升、降低养殖成本，预计四季度养殖成本可以降至行业平均水平。

6、目前肉制品终端库存情况？

目前公司肉制品联盟商库存环比年初、对比同期均下降，处于良性状态，库存量是近几年低位。

记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2025-04-29	审核日期	2025-04-29	批准日期	2025-04-29