

证券代码：002714

证券简称：牧原股份

牧原食品股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-08

重要提示：参会人员名单由组织机构提供，由于调研对象数量较多，公司无法保证参会单位、人员的完整性、准确性，提示投资者特别注意。

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（2025 年半年报交流会）	
参与单位名称及人员姓名	易方达基金冯波、泰康资产管理王曼柳、宏利基金刁羽、工银安盛人寿保险吕佳音、建信基金王东杰、平安基金刘杰、建信理财唐文成、华泰柏瑞基金林浩祥、平安资产管理冯佳文、兴证全球基金李杰、富国基金徐哲琪、高毅资产管理罗寅骁、广发基金蔡宇杰等 347 位投资者	
时间	2025 年 8 月 20 日	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	首席财务官	高 瞳
	董事会秘书	秦 军
	投资者关系主管	王翰斌
公司经营情况介绍		
2025 年上半年，公司实现营业收入 764.63 亿元，同比增长 34.46%；实现归母净利润 105.30 亿元，同比增长 1,169.77%；经营活动产生的现金流量净额为 173.51 亿元，同比增长 12.13%；截至 2025 年二季度末，公司资产负债率为		

56.06%，相比一季度末下降 3.14 个百分点。公司今年提出将整体负债规模降低 100 亿元的目标，截至二季度末，公司负债总额相比年初下降 56 亿元，降负债目标已完成过半。

在生猪养殖业务方面，2025 年上半年，公司销售生猪 4,691.0 万头，其中商品猪 3,839.4 万头，仔猪 829.1 万头，种猪 22.5 万头。截至 2025 年 6 月末，公司能繁母猪存栏为 343.1 万头。今年以来，得益于技术创新和管理优化方面的协同发力，公司实现了关键生产指标的稳步提升及内部成本方差的持续缩小，生猪养殖完全成本逐月下降，7 月已降至 11.8 元/kg 左右。后续公司会在业务管理、组织管理层面持续发力，寻求养猪技术上的创新突破，实现养殖效率的进一步提升，同时做好人才选拔与培训赋能，保障落地执行的效果，努力实现今年制定的全年平均 12 元/kg 的成本目标。此外，今年公司也加强对猪肉品质的管理，根据消费者需求开展种猪育种工作及生产管理，品质改善所带来的售价提升后续也将逐步体现，未来公司会通过持续降本和产品价值增益两方面挖掘每一头猪的盈利空间。

在屠宰肉食业务方面，今年以来，公司积极开拓市场，推进销售渠道建设，2025 年上半年共计屠宰生猪 1,141.48 万头，同比增长 110.87%，产能利用率提升至 78.72%，亏损 1 亿元左右，同比大幅减亏，经营情况较上年同期明显改善。下一步公司会持续提升客户服务能力、内部运营能力，推进产品升级和客户结构优化，以提升屠宰肉食业务的盈利水平。

公司今天也公告了 2025 年半年度利润分配方案，为积极回报股东，与所有股东分享公司发展的经营成果，在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 9.32 元（含税），分红总额 50.02 亿元（含税），占 2025 年半年度归母净利润的 47.50%。

一、公司如何看待近期行业的产能调控措施？

近期，为平衡市场供需关系，促进生猪价格平稳运行，国家实施对生猪产能的综合调控，公司响应号召，采取如下举措：第一，调减能繁母猪存栏规模，有序淘汰低产低效母猪，预计年底将降到 330 万头。对于明年的能繁母猪数量规划，在当下产能调控方案的指引下，公司短期内不考虑新增母猪；第二，在

对生猪出栏体重的管理上，公司近期持续降低均重，预计本月底将降至 120kg；第三，在销售端，此前公司已全面停止向二次育肥客户销售育肥猪，并积极配合相关部门，构建管控体系，从源头进行把控，确保所有育肥猪都能流向屠宰厂。公司会积极发挥产能调控带头作用，促进生猪价格平稳运行，助力生猪产业稳定健康发展。

二、公司港股上市的募集资金用途？

公司本次港股发行是推进全球化战略的重要一步，募集资金主要用于拓展全球商业版图及研发投入，不会用于国内新增产能建设。目前项目正在有序推进，具体进展公司将依据相关法律法规的要求及时披露。

三、公司对未来分红的规划？

去年公司修订了《股东分红回报规划》，在 2024-2026 年度，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 40%。今年半年度，公司拟现金分红总额 50.02 亿元（含税），占半年度归母净利润的 47.50%，这得益于公司今年以来现金流创造能力的持续增强。未来公司会结合当年的市场行情、现金流情况、资本开支计划等方面动态调整分红比例，将股东回报方案与公司发展阶段及经营情况相适应，与投资者共享发展红利。同时，公司会聚焦主业，持续做好经营管理，提升生产效率与盈利能力，保证公司高质量稳定发展，更好地为股东创造回报。

四、公司海外业务的进展？

公司已成立海外业务团队，正在积极考察海外市场，在对部分国家和地区进行调研后，公司认为海外市场存在发展机遇，希望能够将在国内已经验证的技术与成本优势复制到具有高增长潜力的海外市场。今年上半年，在越南非洲猪瘟较为严重的情况下，公司通过轻资产的模式，对合作企业进行技术服务、人员培训赋能，帮助其提升生物安全水平，使得合作企业疫病防控效果明显提升，这体现着公司此前积累的经验能够在海外进行复制与落地，也让公司对未来海外业务的发展更有信心。

当前公司正在搭建本地团队，充分调研当地市场环境，未来会结合各地实

际情况选择多种方式开展国际业务，除了轻资产模式，未来也探索在海外新建产能、开展有针对性的收并购等多元化发展的模式，后续如果有相应的进展会及时披露。

五、公司后续的成本下降空间及降本路径？

年初至今，公司成本下降进展符合预期，从1月的13.1元/kg逐月下降至7月11.8元/kg，其中成本下降均来源于生产成绩改善与单位期间费用下降。公司今年制定的成本目标是全年平均12元/kg，年底计划降至11元/kg，后续的降本路径主要为：第一是种猪育种，当前公司整体的育种工作也进入到新的阶段，依靠全产业链布局的优势，综合考虑猪的繁殖性能、生长性能、屠宰后的经济价值开展种猪选育，今年以来，品种的改良、育种水平的提升推动着成本的下降；第二是健康管理，上半年的成本下降得益于生产成绩的明显提升，但目前部分落后场线的生猪健康基础仍较差，后续公司将持续做好疾病净化，不断提升健康水平，挖掘猪群生长潜力；第三是对于员工的培训赋能及一线管理干部的选拔与培养，今年上半年，公司内部成本离散度明显收窄，但仍存在一定差异。当前部分优秀场线能够将成本降至11元/kg以下，公司会整合内部资源，搭建培养体系，帮助落后场线快速扭转业绩，带动后续整体成本的下降。

六、公司在联农助农方面的规划？

公司创新仔猪销售方案，加大仔猪销售规模，向市场提供优质、稳定的仔猪供应，与客户共同发展，这是公司联动助农的重要方式之一。此外，公司会根据客户需求，提供饲料、设备等产品，为其定制化输出一整套生猪养殖解决方案，这也会成为未来公司发展的增长点。未来，在联农助农上，公司会不断尝试更加创新、多样化的服务模式，持续发挥产业的带动作用，通过构建产业互联平台，与农户共享信息、技术、资源等，与其建立紧密联系的合作机制，带动合作农户共享产业发展红利。

本次活动不涉及应披露的重大信息

附件清单（如有）

日期	2025 年 8 月 21 日
----	-----------------