

证券代码：000876

债券代码：127049

证券简称：新希望

债券简称：希望转

2

新希望六和股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-03

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐其他			
参与单位名称及人员姓名	单位名称	人员姓名	单位名称	人员姓名
	广发证券	钱浩	华夏理财	王莎
	广发证券	李雅琦	华夏基金	张帆
	中邮证券	刘意纯	华泰证券	季珂
	中银基金	陆远兮	华创证券	陈鹏
	中银基金	何雅婧	华宝基金	毛文博
	中信证券	彭佳乐	华安证券	王莺
	中金公司	樊嘉敏	华安证券	万定宇
	招商证券	李秋燕	合众资产	谭峰英
	长江资产	罗聪	海宁拾贝投资	王杰坤
	圆信永丰基金	田玉铎	海南鸿盛私募	严斯鸿
	银河基金	于嘉馨	国信证券	贺东伟
	西部证券	熊航	国投资产	刘亚洲
	万家基金	陈佳昀	国投证券	熊承慧
	天治基金	王娟	国泰海通	王艳君
	天风证券	杜珂	国盛证券	沈嘉妍
	申万宏源	贾梦阳	国金证券	张子阳
	上海国际信托	熊航飞	国海证券	熊子兴
	厦门象屿创投	肖翔	广州乾元资产	潘云姗
	融通基金	关山	光大证券	李晓渊
	全天候私募	胡聪玲	光大证券	于明正
	青银理财	林治乾	高盛	史慧瑜
	南京证券	汪长勇	富国基金	郑蔚宇
	开源证券	刘毅	方正证券	邱星皓
	开源证券	陈雪丽	东方财富	魏心欣
	开源证券	莫子非	财通证券	江路
	巨杉资产	何川	财通基金	李向焱
	交银施罗德	陈均峰	安联保险资管	高云飞
	嘉实基金	沈玉梁	GIC 狮城产投	Troy Liu
	以及其他股东、投资者、分析师、媒体记者等共 82 人			
时间	2026 年 8 月 31 日			
地点	线上电话会议			
上市公司接待人员姓名	新希望六和股份有限公司 财务总监 史 涵 董事会秘书 赵 亮			

名	证券事务代表 白旭波
投资者关系活动记录（含行程及沟通内容）	一、财务总监史涵介绍近期公司业绩与经营情况 （一）2026 年上半年公司整体业绩表现与业务分部分析 2026 年上半年，由于国内生猪供给端量比较多，猪价下跌到近十年的最低水平。受此影响，公司猪产业处于亏损状态。但我们的饲料业务还是保持了增长的势头，量利都实现了很好的增长。 公司 2026 年上半年归母净亏损是 17.02 亿元。各个板块分开来看，饲料业务上半年盈利 6.9 亿元，同比有 15% 的增长，也继续保持一个月均超过 1 亿的盈利水平。养猪业务上半年的经营性亏损大概有 22.8 亿元，体现在报表上的净亏损是 20.9 亿元，主要因为里面包含了有近两个亿的去年年底做的减值计提的转销。民生银行投资收益上半年是 6.1 亿，同比去年减少了大概 6000 万左右。剩下的就是总部费用及其他一些杂项。 （二）饲料业务的经营情况 饲料业务上半年延续增长的态势，量利都实现了比较好的增长。总销量也是公司历史同时期的一个最高水平。具体经营举措上主要是五个方面。 第一，饲料业务坚定追求规模增长，深化提效降费。国内饲料业务加大规模场和头部客户开发力度，以产品力和服务力深度绑定优质客户。在生产制造端，推进老旧设备技改与工厂智能化升级，顺应规模化养殖趋势，加大散装料推广力度。在物流配送端，积极对接第三方物流平台，优化运输路线与运输方式，吨均物流费用同比持续下降。上半年饲料业务的吨完全费用同比下降 8%，降到每吨 170 元钱。 第二，加大了专业料种开发，优化产品结构。在水产料方面，强化了特水料赛道，加强专业团队的建设与技术服务能力的提升。针对重点区域和市场，加大客户开发投入，推动销量稳步增长。反刍料方面，聚焦核心市场，培育标杆客户。预混料方面，加快外部代工客户向自有预混料产品转换，制定了专项考核方案，成立转换推进小组，增强客户黏性与业务稳定性。 第三，以客户为中心，技采联动助力客户降低造肉成本。依托公司领先的饲料体量所带来的原料集采规模优势，构建了总部集采+区域自采的协同采购体系。通过技采产销的敏捷联动，将原料端的成本优势高效转化为终端产品的价格竞争力，切实地帮助养殖客户在行业寒冬中降低生产成本，度过周期难关。 第四，聚焦于亏损低效公司的帮扶与管控。由饲料 BU 和各分管大区牵头组建专项帮扶小组，长期驻场指导，全链条诊断问题根源，制定一厂一策，改善亏

	损公司，并跟踪落实。 第五，海外饲料业务的亮点。海外团队通过敏捷运营、产品提质、费用管控等多种策略组合，销量与利润都有亮眼表现。印尼片区继续发挥规模优势，增速高于当地主要竞争对手。越南片区在水产料专业化方面持续地提高能力，越南南部市场增长尤其显著。埃及片区公司品牌优势突出，市场份额稳居第一。菲律宾、孟加拉等片区上半年也都实现了销量同比大幅增长。 公司上半年饲料总销量达到了 1625 万吨，外销量 1316 万吨，外销量同比有 15% 以上的增长。海外的总销量达到了 377 万吨，海外的外销量 358 万吨，海外外销同比增幅也超过了 25%。 外销量里面各个料种单独拆开来看，禽料有 900 多万吨，增长是 11%；猪料是 270 万吨，同比增长 22%；水产料接近 100 万吨，增长 22%；反刍料 30 多万吨，增长了 30%。 （三）养猪业务的经营情况 2026 年上半年，公司猪产业核心是在种猪端与育肥端协同发力，推动生产成本进一步下行，主要也是五个方面的经营举措。 第一，重中之重是全面筑牢生物安全红线。疫病防控成效显著，进一步优化全流程生物安全管理体系，强化冬季、春季重大疾病的常态化防控机制。通过环境监测预警系统升级、生物安全流程标准化、应急处置机制完善、场内人员培训强化等多方面举措，公司重大生猪疫病防控继续保持良好的态势，发病率同比持续下降。流行性腹泻、蓝耳病等其他重点疾病发病率也得到了有效的控制。 第二，持续加强精益化生产管理，核心指标持续优化。在种猪环节，重点加强后备母猪选育与育种管理，提升后备猪入群率，降低低胎次母猪非正常淘汰比例，优化妊娠母猪的精准饲喂管理，有效降低断奶成本。在产房管理环节，强化产房炎症防控与仔猪的出生护理，稳步提升窝均断奶水平。在育肥环节，重点强化进苗前空栏期管理，中大猪死亡管控和精准饲喂的执行，持续提升育肥成活率和日增重水平。 第三，加快育种的遗传改良，推进种猪体系升级。在公猪端，持续推进高性能终端公猪全面替换，为商品代生长性能提升提供了核心支撑。在母猪端，加快祖代场线纯种猪的高质量替换，推动父母代场线繁殖性能改良。 第四，在育肥环节提效降费，自育肥与放养双向发力。在自育肥方面，以提升资产周转效率为核心目标，通过优化进苗排期压缩空栏时长，加快销售节奏，提升场线的年周转批次，同步加强环控管理、饲喂精准度和中大猪死亡管控，降低单位造肉成本。在放养方面，聚焦于饲料厂周边及高价区域的优先布局，优化
--	--

	放养区域结构，通过服务部组织提效与管理精进，推动人均管理存栏规模向行业标杆看齐，持续完善养户分级管理机制，提升核心养户质量，强化放养生物安全，确保养殖全流程安全可控。 第五，持续推进数字化与智能化建设。放养育肥场的料塔称重系统、无针注射设备、智能 B 超仪等核心智能装备的覆盖率持续提升，有效提高养殖环节的数据采集精度与操作效率。养猪 AI 助手猪小新持续迭代升级，已上线兽医咨询、生产指标实时查询与分析等多个功能模块，为一线管理人员提供了智能化的决策支持。 2026 年上半年，公司商品猪销量是 711 万头。在成本端，在饲料原料价格波动且出栏量减少的情况下，上半年运营场线的肥猪完全成本仍然保持了下降的趋势，上半年平均成本降到了 12.09 元/公斤，同比下降超过 1 元/公斤。 （四）2026 年后续展望 在饲料业务上面，国内饲料继续坚持“上规模、调结构、提效率”的战略目标，进一步提高单厂负荷率，减少产能利用率低于 80%的低效公司，减少亏损公司，继续推动预混料业务开发外部市场。在国外市场，还是坚持“满产——扩产——再满产”的思路，首先推动现有场线的产能利用率进一步提升，在上规模的同时降低费用，同时保证新增的产能项目按节奏保质量交付，加强海外人才的储备和培养，为进一步上规模奠定基础。公司在 2025 年完成的产能建设在 2026 年逐步转化为实际的销量。公司去年底预计 2026 年饲料业务的总销量比 2025 年至少增长 350 万吨以上，上半年已经按照既定节奏，实现了相应的预算目标。 在养猪业务上，主要还是集中在健康管理、生产管理、育种改良这三个方面发力。在健康管理方面，进一步降低非瘟发病率，实现更多场线的伪狂犬净化。在生产管理方面，母猪环节进一步提高窝均断奶数，后备猪入群率，肥猪环节提高周转效率，降低增重成本。在育种改良方面，继续开展内外部的遗传交流，做一些国外引种，引进内外优质精液，在各纵队层面持续推进高性能公猪和纯种母猪的覆盖与更替。但在出栏计划上，公司会严格响应国家产能调控政策的要求，出栏量会比 2025 年有所调减，大约全年的出栏量是在 1600 万头左右。在成本目标上还是确保下降 1 元/公斤，挑战更大降幅。上半年成本降幅也超过了 1 元，实现了既定目标，下半年还会继续去努力。 二、问答交流环节 Q1：养猪后续降本的大致途径和目标？ A：在目标方面，上半年已经同比去年上半年降了超过 1 元/公斤，今年下半
--	---

	年还是会争取同比去年下半年降 1 元/公斤。很多途径也都和前面介绍的主要经营举措差不多。第一是“养好”猪，强调精益化管理，在猪群健康、母猪及后备猪管理、育肥猪提升等方面，公司都设置了一系列精益化管理目标。第二是养“好猪”，聚焦在加快落实遗传性状改良方面，通过国内外引种，推动 GGGP 和 GGP 高质量种猪的替换。 当然除了降成本外，还会考虑适当地调结构、提升品质、提升盈利能力，这里主要指生猪屠宰和黑猪养殖方面的发力。公司今年在生鲜屠宰端，已经实现了持续发展。上半年考核利润已经突破 1500 万元。黑猪业务也在稳步发展，2026 年出栏量希望不低于 4.5 万头，中期希望实现每年 50 万头黑猪的产能。 Q2：怎么看待越来越多的国内饲料企业的出海，会不会觉得海外竞争程度也会逐步加剧？ A：公司从 1999 年开始向国外去发展，经过了 27 年在东南亚，包括越南、印尼、菲律宾、孟加拉，以及非洲的埃及，都有这深度布局和生产经营。在很多国家都保持在前三位，在个别国家甚至排在第二、第一的位置，已经很好地适应了东道国的政商环境、文化、社区。在很多东道国，当地人更多不把我们当成一个外资企业，而是当成一个大家很熟悉的本地企业来看待，这个是我们在这地方的一些先发优势。 对于更多中国饲料企业出海，我们也还是很正面地看这个问题。首先，大家都去出海，有助于提高中国企业在当地的影响力和号召力。其次，大家在出海的过程中，在区域和料种方面还是有差异，公司会充分地发挥好自己的各种先发优势，把自己在海外的护城河做得更深、更好，让我们在东道国能够发展得更长远。再次，这些年我们在非洲也有很多的增量布局，也在积极开拓新的业务领域和新的业务形态，整个市场空间相当庞大，并不会因为多了几家国内同业企业去竞争，就担心大家都没有增长空间了，在相当长的时间里面都不用过于去担心这个问题。 Q3：上半年饲料增速较好的原因？ A：首先确保把常规料种做好，例如基础性的肉禽料、猪料，都要保持规模持续增长，在实现规模达标的同时，也追求让吨利保持在一个稳定的水平。在此基础上，聚焦做精“双特”业务，持续实现规模增长。例如在禽料方面加大力度挖掘吨利较高的特禽料。在水产料方面，也持续强调特水料的发展。上半年特禽料增长了近 10%，特水料同比增长了 21%。在利润方面，主要通过原料采购策略调整，配方成本持续优化，以及规模化带动销量和效率的提升，让饲料的综合成
--	--

	本改善明显。这样就进入到一个正向循环。 Q4：闲置产能对成本的影响未来会怎样变化？ A：闲置产能包括种猪场和育肥场。育肥场的利用方面改善的空间相对大一些。结合公司自身自育肥水平的提升、自育肥成本与放养成本之间差异越来越小，公司有意识地加大仔猪向自育肥场的投放，帮助我们一定程度上减少自育肥场闲置带来的影响。种猪场的交易方面确实受到了很大的限制，很难有大规模的交易，但公司也尽可能推动一些规模较小的、更加灵活的处置，包括交易和租赁。当然，在去年底，由于国家相关政策已经非常清晰，公司也对一些场线做了清退处理，在当期产生了一些一次性的损失，但也在客观上使得今年在这方面费用分摊会有一些下降。综合多方面原因，公司目前在闲置费用这方面的影响已经降低到1元/公斤以内了。 Q5：养猪成本下降能否再做一下分拆，哪些是主要的贡献点？ A：运营场线上半年平均完全成本每公斤12.09元，这里的大头还是饲料成本和苗种成本。饲料成本是6.54元，同比下降了0.14元。苗种成本是2.39元，同比下降了近0.3元。农业制造费用是0.92元，同比下降了0.11元。人工和代养费是1.28元，同比下降了0.15元。死淘费用0.03元，同比下降了0.11元。 三、董事会秘书赵亮总结发言 经过了过去几年的行业周期波动，公司做了很多针对性的管理提升和效率改善工作，包含生产端、销售端、市场端，还有内部的财务管理、资本规划等。这些工作有助于公司平稳地穿越周期，迎来行情的恢复，也有助于公司打强自己的生产管理运营能力，在面对未来的周期波动时，实现相对稳健的运营和良好的经济效果。 经过这几年的市场锻炼和自身管理提升，公司整体经营更加坚定，也在稳健地向未来生产经营恢复、盈利能力恢复的目标前进。在此也感谢各位投资者朋友长期以来的支持和关注。我们和公司一起努力，会发展得越来越好。
资料清单（如有）	无

日期	2026 年 9 月 1 日
----	----------------