证券代码：300498　　证券简称：温氏股份

债券代码：123107　　债券简称：温氏转债

温氏食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202614

投资者关系活动类别	☑现场调研　　☐电话会议 ☐业绩说明会　　☐路演活动 ☐券商策略会　　☐其他活动
参与单位名称及人员姓名	**2026 年 11 月 2 日，公司组织上市周年之“投资者走进温氏”系列活动，富国基金、大成基金、华商基金、永赢基金、招商基金、万家基金、南方基金、中意资产、易方达基金、景顺长城基金等 39 家机构共 43 位机构投资者，温均生、温小琼、黎沃灿、黄松德等 33 位个人投资者，财联社、上海证券报、证券日报、中国证券报、证券时报、每日经济新闻、南方新闻网、南方日报、信息时报社、广东广播电视台等 10 家媒体共 14 名记者参与。部分名单详见附件清单。**
时间	2026 年 11 月 2 日
地点	公司总部
上市公司接待人员姓名	黎少松（董事、总裁） 秦开田（董事、副总裁，分管禽业板块业务） 温蛟龙（董事、肉食事业部总裁） 林建兴（副总裁、财务总监） 张祥斌（副总裁、技术总监） 蒋荣金（副总裁、董事会秘书） 孙建宽（副总裁，分管猪业板块业务） 吴珍芳（首席科学家、中芯种业董事长）
投资者关系活动主要内容介绍	**一、副总裁兼董秘蒋荣金作 2026 年第三季度报告解读** **（一）业绩拆分** 第三季度，公司亏损约 6 亿元，亏损幅度环比大幅收窄，其中公司冲回前期计提的肉猪跌价准备约 4 亿元。分业务来看，猪业亏损约 9 亿元，鸡业盈利约 6.5 亿元。水禽、动保、投资、农牧设备、环保等配套及相关业务合计盈利约 0.4 亿元。

	前三季度，公司亏损约 50 亿元。分业务来看，猪业受行情低迷影响亏损约 49 亿元（其中含计提肉猪跌价准备约 1 亿元，实际经营亏损约 48 亿元），鸡业盈利约 6 亿元。水禽、动保、投资、农牧设备、环保等配套及相关业务合计盈利约 2.7 亿元。 需要说明的是，以上净利润均已考虑季度末特殊事项并分别归集至各单位利润。 **（二）畜禽产量** 前三季度，累计销售肉猪（含毛猪和鲜品）2651 万头；肉鸡（含毛鸡、鲜品和熟食）约 10 亿只；销售肉鸭约 3600 万只。 肉鸡销量中，鲜品销售约 1.6 亿只，鲜销比例约 16%；熟食约 1000 万只；白羽肉鸡约 2400 万只。 **（三）核心产业情况** 本年度以来，公司强抓基础生产管理和重大疫病防控等工作，畜禽大生产整体保持稳定，核心生产指标持续优化。 **1.猪业** 9 月份，肉猪上市率 93%，料肉比 2.53。种猪群体性能进一步增强，9 月份 PSY 达 27.8 头。剔除肉猪跌价冲回影响，9 月份公司肉猪养殖综合成本 5.8 元/斤，第三季度 6.0 元/斤。 **2.禽业** 9 月份，肉鸡上市率达 95.2%，处于历史高位水平，料肉比 2.86。9 月份和第三季度毛鸡出栏完全成本约 5.9 元/斤。 公司稳步推进禽业食材食品转型升级，丰富产品矩阵，提升成长空间。**前三季度，鲜品、熟食、白羽鸡苗、蛋业等业务均实现盈利。** **公司看好四季度消费旺季的鸡价，预计养鸡业务全年能够贡献合理的利润。**

（四）应对周期能力与优势

前三季度，行业深度亏损，公司经营性现金流基本盈亏平衡，具备穿越周期的核心保障。公司养鸡业务充分发挥双主业对冲优势，贡献较为稳定的现金流，在行业普遍大亏的情况下实现少亏。

考虑到生产经营成绩持续优化等因素，公司逐步偿还部分债务，并用长债置换短债。截至三季度末，公司库存现金（报表中大致对应货币资金+拆出资金+其他流动资产等科目）近 40 亿元，未使用的银行贷款授信额度超 300 亿元，未使用债券注册额度 100 亿元。票据融资、供应链融资等其他融资渠道丰富。公司信用良好，当前贷款成本低。

按照公司极限资金压力测试，可以应对生猪养殖行业长期低迷行情，公司也已做好猪价低位运行的长期经营准备。综上，公司有信心、有能力顺利穿越本轮低迷周期，实现新的发展。

（五）多维度市值管理

1.投资者关系管理

积极开展投资者关系管理，包括前往北京、上海、香港等组织几十场路演，传递公司价值。

2.股份增持

为增强投资者信心，三季度公司实际控制人近亲属增持公司股票超 1000 万元。

3.股份回购

为更好保护投资者利益、传递公司未来发展信心，公司积极推进回购工作。在上半年累计实施回购 12 亿元的基础上，公司 10 月份又公布 0.5-1 亿元的回购计划，彰显对公司未来发展的信心。

4.股权激励

	为健全长效激励机制，公司已建立常态化股权激励机制。8 月份，公司推出第五期限制性股票激励计划草案，主要特点有覆盖面更广、考核指标升级为 ROE、与同行对标考核有利于剔除周期波动、采用阶梯式业绩目标等。 整体而言，本次考核指标体系充分体现股东利益、公司利益与员工利益相一致的原则，有利于促进公司的可持续发展。 **二、董事、总裁黎少松作《守正创新，行稳致远——以固本强基穿越周期，以高质量发展再造新温氏》专题报告** 去年公司提出“再造一个新温氏”战略蓝图，从盈利性、成长性、创新性、可持续性四方面描绘。今天用实质案例、实质进展和实际数据，回应蓝图推进情况、如何走出猪周期、长期价值所在等三个问题。 **（一）盈利性** **1.猪业降本目标的分解。**公司已提出中长期降本目标并分解到具体举措：预计种猪提升贡献降本约 0.2 元/斤；上市率提升、料肉比下降、药费下降合计贡献约 0.4 元/斤；模式迭代、数智化提效贡献约 0.25 元/斤；集采、精益管理等其他方面贡献约 0.15 元/斤。 **2.新模式实证。**试点智慧养猪工厂已跑通新模式，9 月份结算的直接成本（猪苗成本+药物成本+代养费+制造费用）4.97 元/斤，比同期公司养猪业平均直接成本低 0.44 元/斤。 **3.整体进展与优秀公司指标。**9 月份公司肉猪养殖综合成本降至 5.8 元/斤。部分优秀一体化公司指标：最优成本 5.15 元/斤、最优料肉比 2.34、最优上市率达 96%、最优 PSY 超 35 头、最优猪苗成本低于 200 元/头、最优日增重超 800 克。上述指标系优秀公司在现有条件下取得。若将其经验全面复制推广，仍有较大进步空间。 **4.禽业单只增利目标分解。**公司提出肉鸡单只增利目标并分解到具体举措：生产降

	本约贡献 0.6 元/只的新增利润空间，经营降本贡献约 0.35 元/只，经营营销端增效（短链直配、订单客户拓展、食材食品转型升级）合计约贡献 1.05 元/只。2026 年，单只增利目标已兑现约增利 0.3 元/只。 **（二）成长性** 公司不单纯依靠猪产业或猪周期实现增长，而是多元化、多轮驱动。 **1.第一增长曲线（量质提升）** 中华土鸡出栏量仍有较大增量空间；白羽肉鸡、蛋业等业务增长潜力巨大；种猪群将向品种单一化、更高质量方向打造；产品上除仔猪外谋划推动黑猪产业化，实现仔猪、黑猪多元化经营。 **2.第二增长曲线（转型升级）** **业务转型上，**成立肉食事业部，推动向食材食品方向转型升级。**模式与地域上，**“公司+农户”模式经迭代升级（智慧工厂模式）竞争力有望进一步提升；尚有黄鸡北上和西拓等空白区域可拓展。**出海上，**海外空间较国内更大，鸡猪价格及盈利水平普遍更高。出海首站落子越南，并已完成出海架构搭建，持续拓展其他海外市场。 **3.下阶段成长空间** 猪业通过模式迭代、品种升级与黑猪产业化、分级销售等方式实现高质量发展；鸡业通过中华土鸡增量、白羽鸡跑通模式复制、加大屠宰深加工比例、食材食品增长等方式实现转型升级增量；动保、装备、环保等相关产业已出海多年，具备海外竞争力，坚定多元化、多业务出海布局。 **（三）创新性** **1.技术创新。**持续加大研发投入，巩固产业竞争优势和技术优势。公司首席科学家兼中芯种业董事长吴珍芳以第二完成人获得国家科技进步一等奖（华系种猪育种技术与

	核心种源创制及应用），**系我国生猪种业首次斩获该奖项，也是本届全国农业领域唯一的国家科技进步一等奖；**还荣获中国农业重大科技新成果奖项、国际发明展览会金奖等权威认可。 **2.模式创新。**智慧工厂是“公司+农户”模式的升级：**生产方式上，**建设装配式智慧猪舍，配套智能生物安全、饲喂、环控、管控等六大平台，实现“人管设备、设备管猪”。**合作路径上，**灵活采取招商入园、在产场建设、老旧场原址重建或扩建等方式，降低模式升级门槛，稳定优质养殖资源。**投资机制上，**探索多种筹资合作，稳健投资，缓解合作农户前期投入压力。公司提供规划、技术、设备和市场支持，让合作农户能够参与现代智慧养猪工厂建设并获得长期收益。**养户角色上，**由分散养殖劳动者逐步转变为现代养殖经营者和投资参与者。专业团队承担运维、防疫和环保等工作，合作农户共享规模化、标准化和智能化带来的效率收益。新模式下，人均产出可达到传统模式的 2.5 倍。 本次模式创新的本质是智慧养殖提升生产力，以新的投资和合作机制优化生产关系，既增强公司成本竞争力，也可帮助合作农户实现更加稳定、可持续的增收。当前试点智慧养猪工厂已跑通，未来将逐步迭代升级。 **3.数字化创新。**数字化工具与 AI 已从生产环节延伸至研发全链路，构建从设备感知、业务应用到模型驱动的三级数智能力体系。设备层重点解决生产现场的数据采集和自动作业；业务层重点把数据转化为经营成效；模型层形成可复制的智能能力。AI4S 科创平台已应用于育种、病原发现和营养研究，推动科研由经验驱动向数据与模型驱动升级。 **4.组织创新。一是主业组织扁平化：**养鸡业务重组三大事业部，一体化公司由 57 个整合为 32 个；养猪业务设立四大事业部，一体化公司由 81 个整合为 56 个。与此同时，管理链条由五级压缩为四级，让决策更加贴近生产一线和市场。改革后主业整体人效提升 20%。**二是专业能力集约化：**成立工程装备部，统一整合工程建设、装备、运维、环

	保和安全生产等专业力量；成立肉食事业部，整合生鲜、熟食和蛋业资源，逐步建立以营销为牵引的“销研工养育”一体化体系。 **5.下一阶段创新方向。技术上，**持续投入育种、数智、营养、食品加工等全链条；**管理上，**持续开展精益管理大行动，已见成效；**经营上，**推动营销 3.0 落地，核心是建立以市场为导向、以客户为中心、以营销为龙头的运营体系。 **（四）可持续性** 财务稳健是穿越周期的底气；模式迭代边投入边产出，非一次性投入；其他业务及海外投资均遵循稳健节奏。 分红政策上，公司历史上一直是高分红企业，将持续践行与股东共享的理念。 ESG 工作上，**在最新的中证指数 ESG 评级中，获评 AAA 最高等级，在“主要消费”行业 243 家企业中排名第 8。** **（五）总结** 尽管猪价依旧低迷，公司已完成清晰的规划布局：**有清晰的降本路径，**猪业降本、禽业增效均有计划、有措施、有行动；**有多元成长曲线，**不单一依赖猪业，禽业、食品、出海等多轮驱动；**有坚定的战略耐心，**坚持长期主义，在种业、模式、数字化、品牌等需要长期投入的领域早有布局。今天种下的种子，将成为明天温氏的竞争优势。 周期终将会过去，能力才是永恒。温氏是穿越周期经验最丰富的养殖企业之一，历经多个周期考验，同时也是最有穿越周期实力和能力的企业之一，具备成本竞争力和资金实力。任何行业都有周期，最终胜出的都是坚守者。 感谢投资者和股东的耐心陪伴。 **三、Q&A** **（一）公司战略**

	1.公司过往凭借猪鸡双主业穿越周期。展望未来，请问未来公司肉食业务、出海、周期变化、鸡业增效等突破点中，哪一块盈利体量空间更大？爆发先后顺序如何？ 答：公司盈利增长既有传统“量”“质”增长，也有第二曲线的增长。按盈利爆发先后顺序与创造空间排序如下： **一是周期红利。**周期仍是公司影响最大的盈利点，将直接带动整体业绩大幅提升。 **二是禽业增效与国内市场拓展。**公司已提出单鸡增效目标，并启动养禽竞争力提升专项行动，坚定向营销转型，向市场、营销、管理要效益。按照当前养禽业务体量，单鸡增效对应较大的利润空间。体量上，开拓空白市场，实施黄鸡北上和西拓，国内仍有增长空间。 **三是海外中期布局。**部分国家肉类消费需求尚未得到充分满足，属于“小而美”市场，可支撑一体化公司运营。公司依托种源、饲养技术、新养殖装备、资金等优势布局海外，有望获得比国内更高的单位利润。**当然，海外布局成效需要时间积累，属于中期增长爆发点。** **四是食材食品转型升级。**禽业转型基础良好，肉食事业部已成立并落地广州，转型升级将加速。猪业依托自有 500 万头屠宰竣工产能，优先满负荷运行，再通过合作模式推进“毛转肉”转型，不重投入激进扩张，步伐更稳健。 **2.公司出海的竞争优势是什么？有无中期规划目标？出海方式可能包括哪些形式？** **答：（1）出海竞争优势** **一是种源优势，**公司中华土鸡（黄羽肉鸡）种源较越南等市场本土种源优势明显；**二是饲养技术优势，**能够胜出当地水平；**三是装备优势，**新装备、新栏舍在环控、人效、生产成绩等方面优势显著；**四是经验与资金优势，**养殖经验丰富、资金实力雄厚，依托上市公司再融资能力，投资能力优于国外众多养殖企业。

	（2）规划目标 公司目前边探索、边布局、边制定规划，尚未制定未来五年出海规划。 **（3）出海方式** 出海不局限于自有建设模式，可采取与当地企业合作、与产业同行合作、资本并购等多种模式，加快出海步伐。 **（二）养猪业务** **1.公司养猪业务重大疫病净化进展如何？** **答：（1）当前进展** 公司推行疫病净化“五高战略”，针对非洲猪瘟、蓝耳病、伪狂犬、病毒性腹泻、猪瘟等重大疫病推进净化。当前扩繁场净化覆盖率已达 75%，公猪站净化覆盖率超过 80%，部分商品场正在净化中。预计今年扩繁场层级以上猪场 100%实现净化，明年将实现所有商品场完成疫病稳定净化。 **（2）成效** 疫病净化显著提升生产成绩：部分净化场繁殖成绩大幅提升，上市率提升至 96%-97%；料肉比降至 2.4 左右；日增重等指标亦优于传统场水平。 **2.温氏体量较大，公司有哪些能力保障蓝耳净化顺利推进？** 答：主要有三方面：**一是模式优势，**公司实行多点式、分散式养殖模式，祖代、曾祖代、父母代及商品场均分散饲养，是疫病净化的天然优势，也是国外（如美国）蓝耳净化相对成功的因素之一；**二是技术储备，**在净化方式、状态维持等方面拥有核心技术，能令一胎猪、后备猪快速达到净化目标；**三是抗病育种储备，**在基因编辑、抗病育种等方面有技术储备，若抗病品种条件成熟，公司可在行业内率先实现全部猪群抗病。 **3.请问公司新模式中的装配式猪舍出于什么考虑？**

	答：装配式猪舍不等同于楼房养猪：该模式利用楼房养殖土地利用率高的优势，规避楼房养殖依赖垂直运输、通风模式改变（垂直通风与纵向通风并存）、环控难度大、疫病交叉感染风险高等劣势，配套智能生物安全、管控、环控、饲喂、巡查等系统，实现人管设备、设备管猪。该模式既发挥“公司+农户”模式的养殖积极性优势，又配套土地集约、人均养殖效率和智能装备，实现高效、成绩水平较高的养殖。 **4.养殖模式持续迭代后，农户对新模式的接受程度如何？农户需要自行投入的资金大概为多少？** 答：当前头部农户对新模式接受度较高。新模式采取招商入股方式，公司统一找地，统一做好“三通一平”，并与相关银行机构合作提供贷款支持。单个养殖主体农户仅需出资 200 多万元，其余资金由多方合作筹措解决。新模式养殖效率大幅提升，正常情况下农户年收益接近 100 万元，约 2.5 年即可收回投资。 **5.未来是否会将黑猪等高端肉食业务发展作为战略发展重点？** 答：目前全国黑猪占比较低，国家已提出要大力支持地方猪育种项目。参照禽肉消费结构，中华土鸡（黄羽肉鸡）等高端产品约占全国鸡类产品 20%以上。若养猪行业也同样遵循“二八定律”，黑猪等高端猪肉需求空间巨大。公司将持续布局黑猪业务，动态调整各类产品比例。 **6.今年猪价低于产业预期，请问公司如何看待本轮猪周期及 2027 年猪价走势？** 答：**一是本轮产能出清更彻底。**此前行业普遍预期猪价四季度反弹，实际并未反弹、反而反复探底；当前猪价已下探至 4.6 元/斤以下，超出产业各方预期。部分原本抱有侥幸心理、资金压力较大的养殖企业将面临生存问题、加速淘汰。 **二是明年猪价预期更乐观。**此前行业预期即便四季度猪价反弹，明年猪价也应在 6.5-7 元/斤区间。当前预计产能出清更充分，明年猪价表现有望超出此前预期。

	三是猪价难以精准预测。过往各类行业数据机构、期货盘面均未准确预判本轮猪价走势，具体高点无法精准测算，但产能出清更彻底的判断有望支撑对明年更乐观的预期。 **需要注意的是，以上猪价为公司根据历史经验预测，不构成对猪价表现的承诺，具体猪价表现还需综合考虑行业竞争环境等各类影响。请投资者注意投资风险。** **7.请问公司当前猪业最需要改进的方面是什么？** 答：**核心是加快品种优化、推进“一司一品”。**一是公司品种储备多元。当前公司种源充足，正加快向最优秀的品种切换。二是多元化品种是公司的优势，但区域公司此前品种过多过杂，现要求各区域公司聚焦适配本地市场的单一优势品种，推行“一司一品”：如西南市场适合养大猪、广东市场看体型、华东市场是屠宰型。 **（三）养鸡业务** **1.请问公司在食品大单品打造上有何思路？** 答：以公司近期大力推广的麻椒鸡为例，该产品具备成为大单品条件：符合年轻消费群体的口味偏好（重口味、麻辣开胃），食用便捷（手撕即可成菜），性价比很高。 未来食品业务将朝“研销一体化”方向推进，研发更多受欢迎的大单品，以产品经理制等手段培育推广。 **2.请问公司如何规划白羽肉鸡业务？** 答：公司对白羽肉鸡定位是增量业务：从蛋白消费结构看，禽肉人均消费量将增加。公司前几年已启动一个 5000 万只的项目，正打通从种鸡养殖、肉鸡养殖、屠宰加工、深加工到营销的全链条。行业经验表明，全产业链打通尤其是深加工占比达到一定比例后，盈利相对稳定，仅做单一环节则比较被动。 **3.请问公司如何看待明年黄羽肉鸡价格走势及本轮周期行情？** 答：公司基于十余年跟踪数据，按两大价格规律作出判断：

	一是大周期规律。黄羽鸡大周期约 5-6 年，2025 年为本轮周期低谷，2026 年起进入上行区间，预计后续 2-3 年价格持续走高，价格高峰大概率出现在明年或后年。公司初步预判 2027 年中华土鸡（黄羽肉鸡）平均价格在 6.5 元/斤以上。 **二是年度周期规律。**按十年数据叠加，年内价格一般 6 月探底、7 月起回升，9-10 月达到峰值后回落；12 月之前行情较好，预计四季度保持盈利；春节前可能出现小高潮，春节后震荡回落，至次年五六月探底后再回升。 **需要注意的是，以上鸡价仅为公司根据历史经验预测，不构成对鸡价表现的承诺，具体鸡价表现还需综合考虑行业竞争环境等影响。请投资者注意投资风险。** **4.请问公司当前鸡业最需要改进的方面是什么？** 答：**核心是加快营销转型。**公司养鸡业务规模和行业竞争优势明显。过去“等客户上门”的销售模式已不适应从供不应求转向供过于求的市场环境，必须主动走出去：一是从“以产定销”转向“以销定产”，推行拉式经营，让品种更贴合市场需求；二是主动与客户交流，推进去中间化，实现直收直配餐饮、零售终端的短链供应；三是充实营销端客户经理队伍，从“坐销”转向“行销”。公司今年已提出以营销为龙头的一系列改革理念，需要加快落地。 **（四）其他方面** **1.今年全行业深度亏损，公司仍积极实施回购。请问公司如何考虑资产负债率、资本开支、分红等事项？公司如何看待当前产能调控政策？** 答：**（1）资产负债率** 截至今年三季度末，公司资产负债率约 59%，较年初有所上升，**主要受行业亏损、回购及现金分红等影响。**公司正考虑进一步活化闲置产能、闲置资产，促使资金回流、降低资产负债率。若公司可转债全部转股，资产负债率预计将降至约 50%。

	（2）资本开支 现有项目从现阶段到明年将按重要性程度逐步推进，不会“急刹车”，也不盲目推进。 **（3）分红** 结合今年四季度和明年一季度行情的预期，公司将考虑明年的分红安排。盈利年份公司一般实施年度现金分红，通常下半年会结合当年度经营情况确定利润分配方案，并视情况考虑是否进行中期现金分红，以给予投资者合理回报。 **（4）产能调控政策** 公司将按照国家调控要求，合理控制自身产能规模。
说明	**本次投资者交流活动未涉及应披露重大信息。**
附件清单（如有）	详见附件
日期	2026 年 11 月 4 日

附件清单：

机构投资者名单

参与单位名称	参与人员
富国基金	郑蔚宇
永赢基金	王昕妍
招商基金	岳昊江
中意资产	陈乐天
易方达基金	张逸
华商基金	余丹妮
景顺长城基金	邱凯越
容光投资	黄沛然
长江证券	顾煜乾
天风证券	陈潇、陈炼
国泰海通证券	王艳君、巩健
国投证券	熊承慧
财通证券	王聪
华安证券	王莺
华福证券	赵雅斐
汇丰前海证券	沙弋惠
UBS（瑞银证券）	江娜
国信证券	李瑞楠
国海证券	熊子兴
东方财富证券	涂雅晴

参与单位名称	参与人员
大成基金	汤志浩
万家基金	邱庚韬
南方基金	王超凡
中泰资管	陈太中
大成国际资管	马晓魁
睿郡资产	谭一苇
Rays Capital	陈守理
广发证券	钱浩、李雅琦
中信证券	彭家乐
中金公司	樊嘉敏
申万宏源证券	盛瀚
招商证券	施腾
华创证券	陈鹏
银河证券	谢芝优
开源证券	陈雪丽
西部证券	熊航
方正证券	邱星皓
浙商证券	张心怡
国盛证券	沈嘉妍
-	-

个人投资者名单

参与人员	参与人员
温均生	温小琼
黄松德	严居能
朱桂连	何达材
严安	凌卫国
叶京华	刘容娇
梁建雄	张惠兰
梁剑	麦雪芳
陈秋红	罗惠红
蔡潮燕	-

参与人员	参与人员
梅锦方	黎沃灿
张琼珍	谢应林
陈健兴	温卫锋
林南发	温德仁
张海斌	黄聪
张小凤	温清妹
温金婵	吴家楠
姚绘	黄少兰
-	-

媒体记者名单

参与单位名称	参与人员
财联社	王平安、刘建
中国证券报	武卫红
证券时报	李映泉
南方新闻网	郑捷
南方日报	谭益可

参与单位名称	参与人员
上海证券报	杨宏伟、李五强
证券日报	丁蓉
每日经济新闻	吴泽鹏
信息时报社	韩晖、汪思婷
广东广播电视台	潘锦程、余一恒

注：限于篇幅，部分人员未收录参会人员名单。