证券代码：000860　　证券简称：顺鑫农业

北京顺鑫农业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-002

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（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	方正证券 王泽华；方正证券 卢潇航；鸿道基金 梁慧筠； 鹏扬基金 童　杰；诺安基金 李新帜；中承东方资产 魏志鹏； 神农投资 赵晚嘉；中承东方资产 时序；工银安盛人寿 吕佳音； 甬兴自营 关昊思；中泰资管 陈太中；国联基金 邵思凝； 中信建投自营 傅翼宽；运舟资本 龚路成；建信养老 徐　瑞； 民生加银 蔡　晓；兴银理财 王毅成；致泰资产 李　伟； 博时基金 付　伟；新华基金 夏　旭； 顺鑫农业董事长（代）、总经理、董事会秘书 康　涛； 顺鑫农业证券事务代表 徐国骏；
时间	2026 年 11 月 9 日（周一）下午 3:00-4:30
地点	公司会议室
形式	现场调研
交流内容及具体问答记录	**1. 请介绍一下公司 2026 年前三季度的整体业绩情况？** 答:2026 年前三季度，公司实现营业收入 48.26 亿元，同比下降 17.78%；归属于上市公司股东的净利润为亏损 1.95 亿元，上年同期为盈利 0.77 亿元；扣除非经常性损益后的净利润为亏损 1.98 亿元。 **2. 距离以往调研隔得时间比较长，请公司简略介绍最近一段时**

	间或一年来，公司经营上或者其他方面的变化？ 答:2026 年，公司围绕“白酒+猪肉”双主业，坚持固本强基、聚焦创新，重点工作推进如下： 白酒方面，面对行业深度调整，公司紧扣“产品焕新提升年”主线。一是推动产品迭代，稳步培育特级牛二系列，推进 36 度金标牛轻口味产品及其他新品研发，拓展年轻化、轻饮场景；二是深化品牌焕新，依托新媒体与品牌代言，强化与年轻消费群体共鸣；三是优化营销体系，落实营销渠道各项部署，从渠道驱动向消费者驱动转型。 猪肉方面，坚持“品牌引领、渠道深耕、产品焕新、全链协同”。屠宰加工端推进精细管理与清洁标签产品升级，降本增效，统一品牌形象、服务规范与运营标准，运营品牌终端门店；养殖端成立育种中心，小店畜禽良种场通过国家核心育种场验收，入选国家生猪种业补短板阵型企业，产业链韧性增强。一年以来，猪肉业务经营质量和经营效率均有显著提升。 整体看，公司短期业绩受行业周期影响有所承压，但主业基本盘稳固，结构优化与降本增效持续兑现。 **3. 10 月 29 日公司召开了全国经销商大会，请介绍一下会议的主要内容和战略部署。** 答:本次大会以“归家·赴新程”为主题，围绕三年复兴战略，系统部署了品牌升维、产品驱动、数字赋能、组织变革四大工程。 品牌层面，公司对“新民酒”作出重新定义，即“以大众消费价值为核心，以人民群众对美好生活的向往为使命，品质过硬、品牌温暖、质价比突出、悦心共情的新时代国民好酒”，推动品牌从大众民酒向匠心民酒、时代民酒、文化民酒升级。未来三年，公司将以变革破局、以创新提效，实现品牌价值、经营业绩和行业地位的全面复兴。 **4. 公司提出的“一体两翼”产品结构具体指什么？**

	答:“一体两翼”是以陈酿系列为核心，以特级牛二、金标牛轻口味为两翼，构建光瓶酒与中高端盒装酒相结合的产品体系。 **5. 市场关心公司渠道模式有什么变化？** 答:公司正在推进营销“三级管控”体系，形成全国市场高效协同的营销格局，并配套重点市场深耕策略，优化经销商结构，强化对终端门店的精细化管控和服务能力。同时推进数字全域赋能，打通全链路数据，让渠道动作更可追踪、更可评估。 **6. 金标牛轻口味的定位？** 答:金标牛轻口味为36度产品，主打“小微醺，才开心”的情绪价值，可纯饮也可作调饮基酒，适配餐饮、年轻聚饮、独酌、酒吧等多元场景。 **7. 特级牛二全国化布局的具体情况？** 答:特级牛二是10.29经销商大会上重点部署的产品，全国化布局正式启动。产品符合国标特级标准，陈年调味酒较老品增加一倍，“老酒多一倍，入口柔三分”是其核心卖点；瓶身由经典绿调整为“琉璃翠”，延续光瓶路线并提升品质识别度。全国化布局的作用是以统一的品质标准与京味文化识别，强化二锅头品类的价值认知。 **8. 四季度和明年的经营思路？** 答:公司将重点开展以下三项工作： 一是继续去库存、稳价盘，不搞压货式增长；二是抓好特级牛二全国化和金标牛铺市的落地，把新产品做成真实的终端动销；三是控制费用、改善现金流。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无