

证券代码：002714

证券简称：牧原股份

牧原食品集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-07

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（2026 年半年报交流会）	
参与单位名称及人员姓名	易方达基金易俊何、交银施罗德基金傅爱兵、嘉实基金王力、博时基金梅思哲、南方基金方云朋、财通证券杨振、Fidelity Alex DONG、JPM AM Lin He、Balyasny Karen Liu、Barings Maggie Sheng 等 359 位投资者	
时间	2026 年 8 月 20 日	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	总裁、首席财务官	高 瞳
	董事会秘书	秦 军
	首席法务官	袁合宾
	证券事务代表	王翰斌
公司经营情况介绍		
2026 年上半年，全国生猪市场价格整体低位运行，在此背景下，公司坚持高质量发展，持续降本增效，但由于商品猪销售价格同比下降约 28%，经营业绩出现亏损，上半年公司实现营业收入 594.10 亿元，归母净利润亏损 60.78 亿		

元。在周期底部，公司经营策略以保障现金流安全稳定为第一优先。截至 2026 年二季度末，公司资产负债率为 54.18%，较一季度末有所上升，主要为经营亏损导致所有者权益减少，同时公司主动储备资金以应对周期波动。二季度末公司货币资金余额为 165.47 亿元，资金储备充足。

在生猪养殖业务方面，2026 年上半年，公司销售商品猪 3,861.5 万头，各项生产指标稳步提升，生猪养殖成本同比下降。随着前期猪群生产成绩不断改善、内部各场线成本离散度持续收敛，公司 2026 年 7 月的生猪养殖完全成本已降至 11.5 元/kg 左右。当前公司围绕成本下降制定了明确的降本路径，后续将在种猪育种、营养配方、健康管理、数智化的应用等方面持续发力，不断探索前沿技术，同时也将加强组织管理与人员培养，复制推广标杆场线经验，推动技术方案的落地执行，以此提升生产效率，努力实现今年制定的成本目标。此外，在品质提升层面，公司坚持以价值育种为导向，洞察消费者需求，强化对猪肉品质全流程的管理。未来公司会从成本下降和品质提升两个维度，深挖每一头猪的盈利空间，筑牢长期发展根基。

在屠宰肉食业务方面，2026 年上半年，公司屠宰生猪 1,723.4 万头，同比增长 51%，产能利用率超过 100%，每月均实现盈利，为公司整体带来了正向的利润贡献，这主要得益于销售渠道的不断开拓、客户服务能力的增强以及内部运营水平的提升。公司预计下半年屠宰量仍将保持稳健增长，随着产品结构的优化、猪肉品质的提升，屠宰肉食业务的盈利能力有望进一步增强。

展望下半年，面对市场的不确定性，公司将坚持稳健经营，从追求“量的增长”全面转向“质的提升”，养殖端持续推进降本增效，屠宰端聚焦提升盈利能力，财务端全力保证现金流的安全，推动公司实现长期可持续发展。

一、公司后续的降本路径？

第一，强化生猪的健康管理。今年以来，公司在线猪流、物流、人流的规划上做了很多工作，通过做好标准化的生产流程管理去避免疫病的发生和传播，相关管理改善效果将逐步反映在下半年出生仔猪、明年出栏肥猪的生产指标与成本上。同时，公司会做好后备猪管理，后备猪是未来生产的基础，从选育、驯化到进入繁殖场，每一个环节的健康水平都直接影响后续生产成绩，因

此后备猪管理是当前生产上的核心工作。

第二，加大对种猪育种的投入。公司的产业链从养殖端延伸到屠宰端，实现从卖猪到卖肉的转变，对种猪性能、猪肉品质提出更高要求。育种工作一方面服务养殖端降本提效，另一方面提升屠宰端价值增益。当前公司围绕消费者对猪肉风味、口感的多元化需求开展价值育种，所创造的价值将会表现在养殖端和屠宰端双向的利润增长上。

第三，优化组织管理与加强人员赋能。公司内部不同场线间的成本差异主要在于人员能力的差异。行业低谷期，公司重点开展对管理干部、一线员工的能力培训，帮助人员快速补齐能力短板，对落后场线实行重点帮扶，让其快速追赶，实现更好业绩、获得更高奖金，带动公司成本离散度下降。

第四，加强数智化的建设。6月，公司与阿里云签署战略合作，共建养猪行业垂直大模型。过去，通用大模型在实体产业落地场景相对较少，当前公司通过构建养猪大模型，结合自身养殖业务，在营养配方、种猪育种、疫病诊断等业务场景中摸索出具体可行的落地路径，依靠数字化平台和人工智能助手，帮助员工提升工作效率，降低劳动强度。

二、在产能调控的背景下，如何展望公司未来的利润增长空间？

公司积极响应国家生猪产能调控的号召，计划在9月底将能繁母猪降至300万头以下，距离去年的阶段性高点下降60万头左右。公司认为，这符合当下行业发展的现状和国家对生猪产业的长期规划。在响应产能调控政策的过程中，公司对内部的落后产能及时进行优化，为高成本场线重新制定生产规划，让这些场线的管理干部和员工再次进行培训学习，推动公司实现高质量发展。

此外，公司其他的增长空间来源于：一是屠宰肉食业务发展迅速，上半年屠宰量实现较大的增长，未来产能仍有增长空间，随着屠宰量级的提升和产品结构的优化，屠宰端盈利水平将进一步提升；二是公司海外业务处于快速成长期，所创造的收入和利润贡献将逐步体现在财务报表上。今年公司会加大海外业务的布局，把中国优秀的生产技术和经验复制到更多的国家和地区。

三、公司未来的品质增益空间？

公司认为未来一头猪在养殖端及屠宰端所创造的价值增益空间能够超过100元，将通过内部挖潜来实现。在育种端，过去两年公司生猪胴体价值不断提升，但仍有改善空间。当前优秀场线生猪销售价格显著高于内部均价，说明各场线间优秀基因的普及率差异明显；在屠宰端，猪肉作为中国消费者餐桌上的必需品，市场需求稳定，公司屠宰肉食业务未来将通过产品品质的提升、产品形式多样化创新，获得客户认可，更好地服务终端消费者，为公司带来更高的利润回报。总体来看，品质增益在育种端和屠宰端两个维度均存在较大发展空间，这是公司中长期价值提升的重要发力点。

四、公司屠宰肉食业务未来的盈利提升路径？

未来屠宰肉食业务盈利提升来源以下几方面：

第一，依托与养殖端的协同，通过屠宰端收集消费者需求反馈至育种环节，通过育种优化持续提升猪肉品质及高价值部位猪肉的出成率，开展屠宰工艺研发，改善肉质、肉色等品质指标，不断缩小与全球优秀屠宰企业的差距。

第二，持续优化产品结构，当前公司分割品占比为30%-40%，后续将重点提升分割品的销售能力，提高高价值分割品占比，提升单头猪盈利水平。

第三，持续提升产能利用率，随着下半年消费旺季到来，叠加新市场的开拓与已有市场的份额提升，公司屠宰量级有望持续增长，盈利能力进一步提升。

五、公司二季度末生产性生物资产增加的原因？

近期公司进行生产工艺创新，从乳猪段开始挑选后备，进入后备猪群进行健康管理，替换淘汰现有母猪，实现疾病净化，提升母猪的健康水平和性能，体现在财务上，公司的生产性生物资产有一定增加。

六、公司海外发展的优势？

对公司而言，走向海外最核心的竞争力在于公司在中国深耕生猪行业三十余年，形成了从饲料加工、种猪育种、生猪养殖到屠宰肉食的全产业链布局，积累了对行业底层知识的系统性认知和前沿技术路径的探索经验，能够对外提供全方位的猪场硬件升级、员工培训及管理方案、环保治理模式等服务。公司

认为海外发展前景广阔，希望将自身发展经验、模式分享到更多的国家与地区，为当地的生猪养殖产业创造实实在在的价值，推动全球养猪业发展。	
本次活动不涉及应披露的重大信息	
附件清单（如有）	
日期	2026 年 8 月 21 日