

证券代码：300498

证券简称：温氏股份

温氏食品集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202125

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <u>天风证券秋季小范围线上策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	天风证券-吴立、陈潇、肖文劲、潘高娃、Raymond Luo；华夏基金-刘睿聪；淡水泉投资-王凡；银华基金-苏静然；中国人寿养老保险-胡仲藜；中金资管-温泉、方榕佳；国泰人寿-胡斯雨；永赢基金-陆凯琳；聚鸣投资-史书；上银基金-周岳洋；新华资管-杨思思；天安财产保险-苏杨；歌斐资产-凤来仪；国泰君安资管-刘汉思；崇山投资-杨珊珊；中信建投-刘光宗；中信证券-蔡霖磊；禧弘资管-商小虎；天治基金-张歌；玄卜投资-庾美玲；成泉资管-孙宇；国融证券-李中炜；泊通投资-庄臣；润晖资管-李勇；万联证券-陈晓彬；博鸿投资-曾令波；斯诺波投资-全昌明；国信证券固收-朱张元；光大理财-方伟宁；太平洋证券-潘迪；深圳红筹投资-潘滨海；昭融匯利投资-刘涛、周孟华；Dantai Capital Limited-李涵、Jiawei Zhang 等 42 位机构投资者。
时间	2021 年 09 月 16 日
地点	温氏股份总部 20 楼会议室
上市公司接待人员姓名	证券事务代表覃刚禄，投资者关系管理专员史志茹
投资者关系活动主要内容介绍	Q&A （一）养猪业务 1.请问公司下半年出栏量与目标规划会有大的变化吗？ 答：今年公司肉猪（含毛猪和鲜品）出栏目标约 1100-1200 万头，公司现已完成本年度出栏肉猪的投苗工作。 预计下半年出栏量和目标规划变化不大 ，公司会按

照既定计划进行出栏。

2.请问公司 8 月份猪苗平均生产成本为多少？

答：公司猪苗生产成本持续下降，8 月份约 450 元/头，相比 6 月份下降 20 元/头。

3.请问公司通过何种方式，降低养猪成本？

答：目前公司成本属于阶段性的异常波动。公司主要采取暂停外购猪苗、提升种猪质量和生产成绩、增加肉猪出栏量降低固定摊销、做好生产管理、提高防疫水平和上市率等措施降低成本。待养猪业务生产秩序恢复后，公司成本将回归正常水平。

4.请问公司猪业对高层、中层和基层干部员工考核内容有何区别？

答：公司建立有科学规范的绩效管理体系和考核机制。不同层级干部员工承担角色不同，考核内容也有所区别。

高层主要考核经营业绩，包括经营指标完成情况和对应管理模块的价值贡献度；

中层对经营业绩、生产成绩和管理制度的完成度等都有考核，各考核指标权重与高层考核有所不同；

基层干部和员工主要考核生产成绩指标。

(二) 养鸡业务

1.请问公司养鸡业务未来几年的出栏规划？

答：公司未来几年预计每年保持 5%左右的出栏增幅。其中，毛鸡出栏较为稳定，未来增长主要以增加适合屠宰品种的产量为主。

2.请问公司 8 月份黄羽肉鸡养殖完全成本约多少？

答：受饲料原料价格上涨因素影响，8 月份黄羽肉鸡完全成本约 6.5 元/斤。剔除饲料成本上涨因素，其他成本项目有所下降。

3.请问公司禽业鲜品的产能规划和主要销售渠道？

答：产能规划方面，公司五五规划为肉鸡销售中 30%以鲜品形态销售。公司目前禽业转型升级较为顺利，发展势头良好。

销售渠道方面，公司不断拓展禽业鲜品销售渠道，主要是通过批发渠道，销售给批发商和代理商渠道等 B 端客户，主要有：一是机关团体，以工厂、学校、批发市场的大客户；二是餐饮连锁企业客户，如老乡鸡、真功夫等；三是在中心城市自建社区终端营销店，面向社会及周边批发市场批发；四是社区零售团购业务等；五是供应港澳地区。

4.请问公司通过何种方式，继续提升禽业优势？

答：公司禽业成本控制较好，在行业中处于领先水平。

公司主要通过多种方式，进一步提升禽业优势和价值。首先，鲜品销售空间大，公司将持续推进禽业转型升级，逐步往产业链下游延伸，加大屠宰加工布局，提高产品附加值。其次，优化品种结构，生产适销对路的产品，丰富产品结构，满足消费市场不同层次的个性化需求。再次，继续加大科技创新，在饲料配方、疾病防控、生产技术等方面挖掘潜力，提高竞争优势。

5.请问在华南消费市场，肉杂鸡和黄羽鸡是否会存在替代性？

答：肉杂鸡和黄羽鸡两者并存，不同品种有各自的市场，品种之间相互补充，并不冲突，各有各的专属市场。总体而言，肉杂鸡和快速型黄羽鸡生长速度相当，风味差异不明显，从口感和风味角度难以区分，但与中速型和慢速型黄羽鸡有一定的差异。因此在华南消费市场，肉杂鸡和部分快速型黄羽鸡会存在替代性，但肉杂鸡和中速型、慢速型黄羽鸡分属不同层次的市场，替代性不强。

公司也在积极探索肉杂鸡的生产，丰富产品结构。

（三）其他方面

1.请问在饲料原料成本大幅上涨时，公司如何控制饲料成本？

答：饲料原料价格高企，是整个养殖行业需要共同面对的难题，大型养殖企业

	<p>在饲料成本控制方面往往具有优势。公司通过多种方式，努力挖掘饲料成本下降潜力，取得较好效果，公司上半年饲料成本控制较好。</p> <p>原料采购方面，强化与大型料企战略采购，签订中远期合同，提前锁定价格。同时，加快办理进口资质，加大使用国外优势原料力度。</p> <p>营养配方方面，大量采用优势原料，优化饲料配方。同时，公司探索低蛋白日粮方案多年，现在豆粕使用比例远低于社会平均水平。</p> <p>2.请问公司饲料营养配方管理架构如何？调整流程是怎样的？</p> <p>答：公司总部设有饲料营养技术中心，负责公司总体的饲料营养技术研发与推广。各养殖业务事业部配备有饲料营养室，各生产单位配有专门的饲料配方员。</p> <p>公司拥有完整的猪、鸡、鸭饲料原料营养数据库和营养标准，总部饲料营养技术中心负责该营养数据库和营养标准的制订。在原料采购中心密切配合下，在公司营养标准范围内，生产单位饲料配方员根据原料价格变化灵活调整饲料配方，提交事业部审核后下发到饲料厂生产，实现最优饲料成本。</p> <p>3.请问公司目前猪料配方中，玉米占比多少？</p> <p>答：约占 15%左右。公司也会根据市场原料价格的变化，适时调整营养配方，阶段性差异较大。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 09 月 17 日