

证券代码：300498
债券代码：123107

证券简称：温氏股份
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：202505

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	2025 年 4 月 29 日，公司举办 2024 年度及 2025 年第一季度业绩网上说明会（线上）、2025 年度春季双向交流会（线下），大成基金、富国基金、易方达基金、博时基金、长城基金等 41 家机构共 50 位机构投资者参与。部分名单详见附件清单。 重要提示：公司无法保证所有参会人员及其单位名称的完整性和准确性，敬请投资者注意。
时间	2025 年 4 月 29 日
地点	线上会议：“全景路演平台”（http://rs.p5w.net） 线下会议：深圳市福田区皇岗路 5001 号深业上城 B 座 18 楼 全景智慧路演厅
上市公司接待人员姓名	董事长温志芬，独立董事欧阳兵，独立董事江强，副总裁兼财务总监林建兴，副总裁兼董事会秘书蒋荣金，证券事务代表覃刚禄，投资者关系管理室副主任史志茹
投资者关系活动主要内容介绍	一、市值管理制度执行情况专项说明 公司高度重视市值管理工作。依据监管规则，公司 2024 年度及 2025 年一季度市值管理制度执行情况说明如下： （一）制度制定情况 2024 年 12 月，公司审议通过了《市值管理制度》，强化市值管理，规范相关行为，切实维护公司与投资者的合法权益。 （二）市值管理方式执行情况 1.并购重组

	公司践行高质量发展战略，适时开展并购重组，以提升核心竞争力与产业协同效应。2024 年 12 月，公司以 16.1 亿元收购环保企业筠诚和瑞 91.38%股权，向绿色循环经济转型；2025 年 2 月，战略入股安佑集团，加强饲料供应链合作。 2.现金分红 公司深入贯彻“精诚合作，齐创美满生活”的企业文化核心理念，坚持以持续稳定的现金分红回馈投资者。2024 年共实施 2 次现金分红，共计 16.6 亿元。自 2015 年上市以来，已累计实施现金分红达 267.96 亿元。2025 年 4 月，公司提出 2024 年度利润分配预案，拟分红 13.2 亿元，并计划在 2025 年中期再次现金分红。 3.投资者关系管理 公司积极搭建与投资者沟通的桥梁，借助常态化路演、线上电话会议、券商策略会、现场调研、业绩说明会等多种渠道，及时传递公司投资价值。2024 年至 2025 年一季度，公司共举办 83 场投资者交流活动，接待 1688 位机构投资者，及时披露 18 份投资者关系活动记录表。 4.信息披露 公司严格遵循法律法规与监管要求，及时、公平地披露重要信息，确保信息真实、准确、完整且通俗易懂。2024 年，公司信息披露工作荣获深交所评级 A 级。 5.股份回购 2024 年 9 月，为增强投资者信心，公司计划以 9-18 亿元自有资金回购 A 股股票。截至 2025 年 4 月 8 日，已累计回购 6.6 亿元。 6.舆情及危机管理 2024 年及 2025 年一季度，公司未出现重大负面舆情与危机事件，保持了良好的市场形象。 二、董事长致辞 （一）41 年发展历程回顾
--	---

	自 1983 年创业以来，公司稳健发展，从七户八股逐步成长为千亿企业，从乡镇农场发展成为行业龙头企业。公司取得成功的原因主要有以下几点： 一是温氏企业文化。“齐创美满，责任在我”是温氏的职业信仰，激励全体干部员工在困难面前保持高昂的斗志和坚定的信心。“齐创共享”的理念，让公司赢得了广泛的支持与合作。 二是保持战略定力。公司确立以“固本强基，稳健发展”为发展总基调，始终保持清醒的头脑和坚定的决策定力，有效把控企业发展方向，坚持做好自己的事，坚持走高质量发展之路。 三是强化技术与创新。公司在动物防疫和降本增效方面成效显著，不断提升公司核心竞争力。 四是合理调整组织架构，保证管理层顺利传承，实现干部能岗匹配，为企业发展提供坚实的组织保障。 五是创新与运用经营管理理论和工具。通过这些理论和工具的应用，不断提升工作效果和管理水平。 过去 41 年，我们经历了多个发展阶段：1983 年-1996 年，是公司的全面快速发展期；1997 年-2006 年，是公司逐步由单主业向双主业的结构调整发展期；2007 年-2018 年，是公司的跨越式发展期；2019 年至今，是公司的调适企业运营、积蓄力量的创新发展期。 今年是温氏股份整体上市第十年。十年间，公司总资产增长了 2.87 倍，营业总收入增长了 2.18 倍，净资产增长了 1.91 倍，累计净利润 474 亿元，拟累计分红 281 亿元，分红率 60%，员工人均创收增长了 1.56 倍。这些数据表明，温氏过去是持续稳健发展、懂得与股东分享收益和不断追求进步的企业。 回顾发展历程，公司成功经受住了数次行业危机考验，公司始终保持持之以恒的定力、毅力，以及冷静思考、科学的决策与执行能力。
--	--

	公司确立了“千亿企业，百年温氏，打造世界一流的农牧食品集团”的企业愿景。如今公司已创业四十二年，对于百年而言仍处于“青壮年”阶段。公司将坚持稳健经营、持续发展，以百里长跑的韧劲做好温氏事业，回归“精诚合作，齐创美满生活”的初心。 （二）行业趋势与温氏的选择 我国畜牧业现已形成产出高效、产品安全、资源节约、环境友好、调控有效的高质量发展新格局。 公司坚持听党话、跟党走，把党的政策方针作为企业决策导向和发展机遇。公司致力于巩固养猪、肉鸡、水禽、蛋鸡四大养殖主业基础，升级鲜品、食品、装备业，配套动保、投资和其他相关业务，努力创造十万人级就业、百亿元级效益和千万吨级产品。 过去 41 年的创业经历充分证明，温氏股份是一家高度负责任的成长型企业，始终践行“精诚合作，齐创美满生活”的企业文化核心理念，与股东、员工、合作农户等利益相关方一道，共同成长和发展。 三、公司一季度生产经营情况介绍 （一）业绩拆分 2025 年一季度，猪价淡季不淡，公司生产成本持续下降，实现 2025 年开门红。 一季度，公司实现净利润 21 亿元，其中养猪业务盈利 24 亿元，养鸡业务受季节性价格低迷影响亏损 3 亿元，其他业务如动保、投资、农牧设备等盈利与“总部费用及其他”费用基本平衡。以上净利润已考虑结果奖金计提、股权激励费用等季度末特殊事项，并已分别归集进入各单位利润。 （二）畜禽产量
--	--

	一季度，公司畜禽销量完成季度目标。公司累计销售生猪 859 万头（其中毛猪和鲜品共 817 万头，仔猪 42 万头）；肉鸡（含毛鸡、鲜品和熟食）2.8 亿只，其中鲜品 4600 万只，鲜销比例提升至 16%，熟食销量 310 万只；肉鸭销售 1100 万只。 （三）主要产业情况 1.猪业 一季度，公司强抓冬春季节基础生产管理和重大疫病防控等工作，疫病防控成效显著，核心生产指标持续改善。 当前公司生产经营情况较好，下属单位扩产积极性较高。截至 3 月末，公司能繁母猪约 185 万头，已提前达成公司年底能繁母猪目标。后续，公司将按照既定目标，调整种猪品系结构，加大淘汰低效非主流品系种猪力度，通过提升种猪繁殖性能，增加肉猪出栏量。 3 月份，公司养猪业窝均健仔数保持在 11 头以上，猪苗生产成本降至 290 元/头以内，肉猪上市率提升至 93%以上。 公司养猪成本控制理想，超预期完成公司季度成本目标。一季度，公司肉猪养殖综合成本降至 6.3-6.4 元/斤，若同口径相比，季度环比下降 0.4 元/斤。同时，公司肉猪售价一般比同行较高，单头盈利水平在行业中优势有所提升。 为满足未来出栏规划，公司多措并举增加养殖资源。截至目前，公司肉猪有效饲养能力已提升至 3900 万头以上。 2.禽业 一季度为肉鸡传统消费淡季。受季节性消费低迷影响，一季度鸡价较为低迷，行业面临普遍亏损。3 月份，公司毛鸡均重达到 4.4 斤的标重，销售渠道通畅。 公司肉鸡生产继续保持高水平稳定。3 月份，公司肉鸡养殖上市率保持在 95%以上，料肉比为 2.81。
--	---

	公司毛鸡出栏成本稳中有降。一季度，公司毛鸡出栏完全成本降至 5.6 元/斤左右。其中，3 月份毛鸡出栏完全成本为 5.6 元/斤。 （四）资产负债表修复情况 一季度末，公司资产负债率已降至 51%左右，比上年末下降 2%。当前公司资金储备较为充裕，公司将继续降低负债率，希望 2025 年底资产负债率降至 45%左右，进一步提升资金安全和风险抵御能力。 未来，公司也会继续加强投资者回报，加大分红频次和比例。 （五）未来展望 公司将保持战略定力，做好自己的事，强化居安思危意识，时刻保持清醒，坚持向内和存量要效益，围绕降本提效、强技提质、从严治企等专项行动，持续巩固并提升核心竞争力。 四、Q&A （一）公司整体 1.温氏以“稳健发展、风险可控”作为企业经营原则，请问公司未来希望成长为什么样的公司？公司如何看待未来的成长节奏和未来发展的天花板？ 答：（1）企业愿景 目前温氏已经实现营业收入超千亿的历史性突破。 公司提出“千亿企业 百年温氏”的宏大愿景，其中“千亿企业”含义丰富，包含千亿市值、千亿资产、千亿收入等，“百年温氏”则寓意长久生存和持续发展。 近几年公司提出“固本强基、稳健发展”的总基调，希望能够在规模、成本和生产成绩等各方面保持行业第一梯队。未来，公司也会持续遵循这个原则，保持发展韧性，实现持续发展。 （2）发展空间
--	--

	当前畜禽养殖行业空间广阔，是万亿级产值行业。公司目前的产值仅占其中很小份额，尚未看到天花板，还有很大的成长空间。公司将继续专注做好自己的事情，不断巩固核心竞争力，促进持续发展。 2.请问公司下一阶段如何持续保持企业的竞争力？ 答：公司提出明确的量化目标，争取畜禽主业每年降本增效 4%（扣除饲料原料成本、物价涨跌等客观影响），不断巩固公司竞争力。 3.请问公司未来养猪、养鸡、其他业务营收占比规划如何？ 答：公司坚持猪鸡养殖双主业发展。未来，公司规划养猪业务营收占比控制在 60%左右，养鸡业务（含毛鸡、鲜品和熟食）占比约 30%，其他业务板块营收占比约 10%，确保各业务营收结构比例均衡，平衡各业务发展规模，保证企业安全。 4.请问公司穿越行业亏损期，能够保持企业发展韧性和成长的文化基因是什么？ 答：企业文化方面，在原来“齐创美满”的基础上，公司新提出了“责任在我”的理念，要求所有员工无论遇到何种困难和挫折，都要做好本职工作，承担相应责任。这一文化理念是公司能够保持企业发展韧性和成长的重要基因。 5.同样是行业第一梯队水平，请问现在的温氏和非洲猪瘟前的温氏有何区别？公司在经历了行业波折后，获得了哪些方面的能力和进步？ 答：心态方面，相比于非洲猪瘟前的温氏，现在的温氏更加有危机感，压力更大，公司上下深知企业不进则退。 能力方面，近几年公司在生物技术、饲料营养、疫病防控、数字化等方面持续进步，尤其是应对疫病的防控技术得到大幅提升。公司现在有充足的信心和能力应对各类重大疫病防控。 管理方面，过去公司管理更多依靠经验和感觉，现在公司管理依靠数据和模型，同时引入了更多现代企业管理工具，特别是思想、激励、内压及监督四项管理工具，有效提升了内部管理效率和效果。
--	---

	（二）养猪业务 1.公司养猪成本行业领先，请问公司未来成本下降的空间来自于哪里？公司所述2025年实现不超过6.5元/斤的肉猪养殖综合成本目标是否有更新？ 答：（1）公司提出六五规划方针为“提质稳速，提升单产，卓越运营，盈利优先”。未来，公司成本下降空间主要来自于科技创新、精细化管理、数字化和智能化应用等方面。 （2）公司所述成本目标，是以饲料原料价格不变为前提。公司目前暂不调整年初制定的目标。公司会进一步加强基础生产管理，显著提高疫病防控成效，持续提升生产成绩。 2. 请问公司如何看待新兴的各类养猪模式？公司是否会采取相应的模式？ 答：后非瘟时代，行业涌现出如农户代养母猪、专门饲养仔猪、二次育肥等多种新发展模式，每种模式都有其独特优势。 公司将继续以采用紧密型“公司+农户”经营模式为主，但也会适当尝试其他模式，如外销部分仔猪等，及时获得收益。 3.请问未来几年，公司养猪业主要依靠向内求还是向外竞争的方式来提升经营业绩？ 答：在未来的发展进程中，公司更倾向于向内挖掘潜力、向存量要效益的方式，充分释放自身潜能，促进公司生产成本稳步下降。 4.公司当前种猪PSY水平与同行企业存在较大差异，请问是什么原因？ 答：公司PSY指标与同行企业统计口径存在一定的差异，不同企业间对比意义相对有限。同时，PSY是过程指标，最终需要综合考量产出和成本。除了与PSY水平有关，生产成本还受上市率、营养水平、品种品系等多种因素影响。
--	---

	当然，公司也会继续推进育种体系的优化工作，致力于培育“高健康、高品质、高繁殖、高韧性、高抗力”的五高种猪体系，充分发挥品种优势，进一步降低生产成本。 （三）养鸡业务 1.请问公司如何看待中华土鸡（黄羽肉鸡）市场空间？ 答：公司始终坚定看好中华土鸡（黄羽肉鸡）的未来发展前景。目前在中华土鸡的市场推广方面，行业内存在有品种无品牌、有推广无合力、有特色无标准、有文化无创新、有基础无政策等难题。 为拓展行业发展空间，加强中华土鸡文化推广、宣传和引导，提升中华土鸡（黄羽肉鸡）整体市场份额，公司联合其他土鸡养殖同行企业成立“中华土鸡美食文化推广中心”，得到热烈响应。我们相信通过一系列举措，进一步宣传中华土鸡及“无土鸡不成宴”等饮食文化，居民和新生代消费者会爱上中华土鸡的品质，中华土鸡将成为年轻群体餐桌上的热门选择。 我们相信，未来，中华土鸡（黄羽肉鸡）市场份额有望回升，使各方获得合理的利润。 2.请问公司黄羽鸡业务规模是白羽鸡业务规模的几倍？ 答：公司主要禽类产品为中华土鸡（黄羽肉鸡），白羽肉鸡业务规模较小，2024年白羽肉鸡销售量约 2500-2600 万只。 3.请问公司今年一季度白羽鸡的鸡苗和养殖业务是否盈利？ 答：一季度公司白羽鸡的鸡苗业务实现盈利，白羽肉鸡养殖业务略有亏损。 （四）其他方面 1.2015 年，公司实现整体上市。而今十年后公司再度进入发展提速的阶段。请回顾公司在管理上方面做对了哪些事项，又取得了何种效果？ 答：过去几年，受疫病和周期影响，行业业绩普遍出现较大波动。
--	---

	(1) 公司积极提升疫病防控技术，已建立较为完善的生物安全防控体系，畜禽大生产稳定。 (2) 2020 年，公司首次将“从严治企”作为企业年度工作主线，并深入推进相关工作。通过持续正风肃纪、开展反腐倡廉等行动，公司干部员工精神面貌焕然一新，公司内部形成了风清气正的良好氛围。 2024 年年初，为促使全体干部员工时刻保持紧迫感和自驱力，公司提出了“从严治企”第二阶段工作的新内涵和新要求。在巩固第一阶段成效的基础上，第二阶段主要聚焦“勤干、善干、实干”，致力于打造一支思想硬、能力强、业绩好的拼搏队伍，推动企业实现高质量发展。 2.请问公司如何激励管理团队，使其始终保持创业激情？ 公司高度重视管理团队的激励工作，深入践行“精诚合作，齐创美满生活”企业文化核心理念。例如公司通过滚动实施精准股权激励、股份锁定等手段，将管理团队与公司紧密联系在一起，使管理团队能够与公司共同成长、共同发展。未来，公司还将持续实施股权激励计划，促使干部团队始终保持创业激情，赋能公司高质量发展。 3.请问公司年轻人成长通道有哪些？ 答：公司职业发展通道覆盖全体员工。公司构建有行政干部、技术职务及技能技工评级三大晋升发展路径。只要个人有能力且勇于担当，都能在公司获得公平的发展机会。 4.请问中美关税战对公司生产成本有什么影响？ 答：总体而言，中美关税战对公司生产成本影响较小。 公司密切跟踪国际贸易局势，提前对中美贸易战可能产生的影响进行预判，并在价格相对低位时储备了一定的中远期饲料原料。同时，公司推动谷物进口来源多元化，并积极推进豆粕减量替代，同时加强期货套保等工具应用，充分保障饲料原料安全和成本。
--	--

	5.请问公司如何看待市值管理？ 答：市值与市场宏观环境、行业所处阶段、公司基本面有着密切的关系。市值管理的核心在于促使公司市值能够合理反映公司的竞争力和基本面情况，最终回归到企业为股东创造更大的价值这一根本目标上来。对于公司而言，实现合理估值才是企业实现长久稳定发展的关键所在。 公司将继续加强与投资者沟通交流，致力于将公司的真实情况全方位展示给投资者，最大程度消除信息误差。同时，公司通过配套回购、分红、并购重组等一系列方式，增强投资者对公司的信心。 6.请问公司最近计划发债，是打算置换旧债，还是扩大养殖规模？ 答：公司年度董事会审议通过的《关于面向合格投资者公开发行公司债券方案的议案》是一种融资工具的准备，还未发行，未来将根据公司资金需求和市场情况决定是否发行。 五、董事长总结 今年是温氏整体上市十周年，也是公司创业四十二年的重要节点。届时公司将组织一系列丰富多彩的投资者活动，如投资者走进温氏、全国生猪产业大会、中期分红等。欢迎大家保持关注并积极参与。 公司的愿景是打造“千亿企业 百年温氏”。我们将始终坚守大农业赛道，用心养好猪、鸡，为市场提供最优质的食材，同时带动农民增收致富。希望广大投资者继续支持温氏，共同为中国的三农事业贡献力量。
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	2025 年 4 月 30 日

附件清单：

参与单位名称	参与人员
中金公司	王思洋、龙友琪、陈泰屹
大成基金	戴军、李博、侯春燕
富国基金	徐哲琪
长城基金	覃晓露
中信证券自营	林野
睿郡资产	谭一苇
安和投资	王珏
百域资本	干迎
民森投资	葛峥
玺悦资产	陈鸿
永安期货投资	孟元
天风证券	陈炼
开源证券	陈雪丽
国君海通证券	王艳君
国联民生证券	徐菁
海通证券	巩健
华安证券	万定宇
华创证券	肖琳
华源证券	顾超
麦格理证券	Sharon

参与单位名称	参与人员
广发证券	钱浩、李雅琦
易方达基金	姜桢耀、王蕾
博时基金	梅思哲
云投资本	王志永、宋建生、王晨
招银理财	张英
生命保险资管	李燕玲
澄池投资	贺曦
国信证券自营	余方升
东方马拉松资管	孔鹏
裕晋投资	陈鑫
长江证券	顾焯乾
华泰证券	熊承慧
国盛证券	张斌梅
国信证券	鲁家瑞
招商证券	施腾
申万宏源证券	盛瀚
西部证券	熊航
甬兴证券	江路
高盛	史慧瑜
光大证券	于明正

注：限于篇幅，部分机构和投资者未收录参会人员名单。