

证券代码：002714

证券简称：牧原股份

牧原食品股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-19

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	<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
参与单位名称及人员姓名	中信证券盛夏、中金公司王思洋、鹏华基金陈梦知、银华基金王一川、平安基金胡扬帆、浦银安盛基金冯唐寅、国泰基金谢佳怡、工银瑞信基金景晓达、中金资管胡迪、新华资管杨思思、星石投资吴雨航、安信基金黄燕等 86 位投资者
时间	2024 年 11 月 12 日—15 日
地点	深圳、北京
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 秦 军 投资者关系主管 王翰斌 投资者关系经理 张孟琪
<p>一、公司今年以来的成本下降拆分及成本下降展望？</p> <p>今年以来，公司加强健康管理，各项生产指标逐步提升，生猪养殖完全成本持续下降，10 月已降至 13.3 元/kg，相比年初的 15.8 元/kg 下降 2.5 元/kg，其中饲料价格下降贡献 50%左右，生产成绩改善和期间费用摊销下降贡献 50%</p>	

左右。

当前公司优秀场线的生猪养殖完全成本降至 12 元/kg 以下，在各项生产指标上内部也出现超级业绩。但对比国内外优秀从业者，公司的养殖成本仍存在较大下降空间。后续公司会持续做好疫病防控及净化工作，提升成活率、日增重等生产指标，同时推动优秀成绩的复制、推广，改善落后区域、场线的生产业绩，降低内部养殖成绩离散度。在不考虑饲料原材料价格波动的情况下，公司希望明年的生猪养殖成本能进一步下降。

二、公司最新的断奶仔猪成本及仔猪销售方案？

随着公司种猪性能、健康情况、繁殖场管理水平的逐步改善，PSY、活仔数等指标持续提升，10 月的断奶仔猪成本降至 260 元/头。公司仔猪成本在行业内具有一定优势，能够为客户提供优质、价格优惠、稳定的供应。同时，对公司而言，前期仔猪销售方案的推出预计能够为明年的仔猪销量提供一定增量，在提高母猪场产能利用率的同时，保持生产上的连续与稳定。

三、公司未来如何规划产能建设？

公司当前进入稳健发展时期，未来的新增产能建设速度较前期会有所减缓。目前公司在养殖板块还有一定的在建项目及土地储备，后续将根据经营需求逐步完成建设。

截至 2024 年 9 月末，公司生猪养殖产能为 8,086 万头/年，今年的产能利用率有一定提高，但未能实现满产，后续公司会持续提升猪场利用效率，有助于实现成本进一步下降。另外，公司生猪养殖产能是根据特定的参数所估算的设计出栏规模，当前生猪生长潜能并未充分发挥，随着公司生产效率、管理能力的持续提升，未来的出栏量将具备较大弹性，现有的产能规模可实现更高的出栏规模。

四、公司明年的出栏目标？

公司每年会根据产能建设、资金情况、生产效率、外部市场情况等对年度出栏区间做出预测，并结合内部生产经营需求合理规划母猪存栏量及配种量。目前来看，公司预计明年出栏量会有一定幅度增长，具体的出栏区间指引将在

2024 年年度报告中披露。

五、公司发展智能化、数字化的目的？

公司智能化、数字化发展始终围绕 600 元降本目标进行，具体工作可以分为以下方面：

第一，在种猪育种方面，公司在最前端思考如何做好基因选育工作，不断探索通过智能化装备提升选育效率。

第二，在生物安全方面，在整个养殖过程中，疫病防控是重中之重，公司研发出空气过滤猪舍、智能洗澡间、智能洗消等装备，有效提高疫病防控能力。

第三，在健康管理方面，公司持续打造从异常识别、采样、诊断、治疗和健康恢复的闭环健康管理系统。公司认为智能化的重要价值是在养殖规模较大的情况下，能够实现对猪群异常情况的早期识别，做到精准治疗，从而大幅降低猪群发病损失。

第四，在组织管理方面，公司打造内部学习平台，让员工通过视频等方式学习标准化、流程化的养猪操作技术。同时，该平台也是员工互动交流平台，方便员工交流养猪经验，从而推动标准化技术落地，提升员工养殖技术。

未来，公司将紧密围绕降本目标，加大研发投入，通过智能化、数字化技术赋能养猪生产及经营管理。

六、公司屠宰肉食业务未来的重点工作？

公司从 2019 年进入屠宰行业，经历前期产能的高速扩张与屠宰量的快速提升，今年以来逐步优化经营质量，三季度经营状况已明显改善。公司屠宰肉食业务未能实现盈利的核心原因是销售能力、客户服务能力不足，未来公司希望聚焦于大型商超、食品加工企业、餐饮企业等客户，提高分割品的销售比例，为各类猪肉产品找到最优质的客户，实现一头猪价值的最大化，助力屠宰肉食业务创造价值增益。

公司屠宰肉食业务未来的重点作为：第一，以客户为中心，帮客户做好经营，根据客户需求提供定制化产品及稳定的产品供应，为客户创造价值；第

二，提升内部销售、运营能力，做好人员的选拔与能力培养，完善各项业务流程体系建立，提升各部门间的协同能力；第三，持续加大在智能化和数字化上的投入，通过屠宰工艺的研发创新提升猪肉品质，利用数字化技术实现精细化管理，帮助做好经营决策。

本次活动不涉及应披露的重大信息

附件清单（如有）

日期

2024年11月16日