

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：2025-003

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	首创证券：张 严；山西证券：赵惠东、刘 洁； 华安证券：徐国锋；大道兴业基金：黄华艳； 国都证券期货：尹志强、蔡苗瑀； 中国结算：孙晨耀、江一苇；中银律所：姬壮壮； 国都证券：白姣姣、张 旭、罗 玉、魏 民、王松翰、王立全、雷 蕾、韩 洋、郝书毅； 个人：孙东子、潘成林、路续鹏、叶选鹏、邵翠翠； 顺鑫农业： 董事、总经理、董事会秘书：康 涛； 证券事务代表：谢 闯
时间	2025年9月11日（周四）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、公司从事的主要业务介绍？ 答：公司从事的主要业务包括：白酒酿造与销售；种猪繁育、生猪养殖、屠宰及肉制品加工。公司现已形成了以白酒、猪肉为主的两大产业。白酒产业的主要产品以“牛栏山”和“宁诚”为代表，“牛栏山”目前拥有“经典二锅头”、“传统二锅头”、

“百年牛栏山”、“珍品牛栏山”、“陈酿牛栏山”五大系列产品；“宁诚”现主要为绵香型宁城老窖白酒。公司种猪繁育、生猪养殖、屠宰及肉制品加工业务产品，主要包括“小店”牌种猪及商品猪、“鹏程”牌生鲜及熟食制品。

2、公司如何评价白酒行业当前发展状况？

答：在 2025 年半年度报告期内，白酒行业整体呈现出产量缩减和挤压式增长态势，行业内部分化进一步加剧。行业发展从以往的“规模扩张”转向“价值深耕”。在当前形势下，白酒企业多数面临着来自消费场景切换、人群习惯转变和市场营销升级等多方面带来的挑战，消费端则普遍呈现由“量”向“质”的过渡。尤其是在光瓶酒领域，众多酒企开展布局，竞争更加激烈。为更好应对新的竞争形势，酒企需要在产品焕新、渠道优化和品牌宣传等方面持续发力。

3、公司 2025 年半年度的经营业绩或经营情况介绍？

答：2025 年半年度，公司实现营业收入 45.93 亿元，实现归属于上市公司股东的净利润 1.73 亿元。

公司白酒业务板块，2025 年上半年深入贯彻“1-2-12-3+”营销战略部署，围绕战略落地开展各项工作。面对竞争激烈的市场，公司白酒业务积极推动产品焕新升级，创新营销模式，强化文旅融合发展。2025 年半年度报告期内，白酒业务实现营业收入 36.06 亿元。

猪肉业务板块，公司深入落实“树品牌、抓两端、控中间”发展思路，集中精力做强产业链前端的“种猪繁育销售”和产业链后端的“精深加工与熟食”，推动产业结构升级、资产价值提升。公司猪肉业务板块实现营业收入 8.89 亿元，同比基本持平。其中，屠宰业务实现营业收入 7.82 亿元，种畜养殖业实现营业收入 1.07 亿元。

4、2025 年半年度报告期内，请介绍一下公司在白酒业务板块的品牌运营方面的情况或进展？

答:牛栏山品牌运营围绕品牌升级、战略单品金标牛的推广、主题营销活动和品牌文化建设等开展工作。借助“烟火人间”系列短剧、《以法之名》等热播大剧植入和新媒体平台的赋能,进行多元化内容传播,增强消费者互动。延续金标牛营销 IP 热度,创新烟火气活动,围绕“品质我代言”主题,开展品牌落地活动,让更多消费者与终端商家成为品牌代言人,提升参与感与亲和力。升级传统二锅头系列产品,拓展金标牛消费新场景、新形式,形成销售增量。

5、公司如何评价后半年度、或者 2025 年全年的白酒行业发展情况?

答:当前白酒行业仍处于深度调整周期,存量竞争格局下,行业集中化趋势加速,马太效应凸显。头部企业通过产品结构升级和调整(如光瓶酒布局、年轻化场景拓展)和渠道精细化运营(如即时零售融合),持续强化竞争优势。

在当前消费需求分化(理性化、个性化趋势)的背景下,企业需平衡短期库存压力与长期品牌价值建设。总体而言,行业中具备强品牌力、渠道掌控力及创新迭代能力的白酒企业更具韧性。

6、公司屠宰业务,在过去的半年度内开展了哪些工作呢?

答:一是调整经营策略。结合行业动态和猪肉价格走势,适时动态调整生产节奏,确保北京市场稳定供应;控制冻品结构风险,面向全国进行动态化销售,合理调整冻品产品结构;培育精深加工业务。

二是推进产品焕新。结合市场需求、发展趋势,持续完善产品梯队,升级产品包装、口感、功能;创新销售模式,设立鹏程食品肉食工厂店,采用从生产到零售终端一体的产销模式,丰富销售终端布局,探索门店运营模式。

三是强化品牌营销。推出鹏程 60 周年、食品安全周品质系列片,讲述品牌故事,传递品牌温度;通过广告投放、达人营

	销、媒体传播三位一体的整合营销方式，提高品牌曝光率及认知度，巩固品牌价值。
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