

证券代码： 600073

证券简称：光明肉业

上海光明肉业集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☐ 其他 ☐ 分析师会议 ☒ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 电话会议
参与单位名称及人员姓名	通过线上方式参与公司 2025 年第三季度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 11 月 4 日（周二）下午 13:00~14:00
地点	公司通过上海证券交易所上证路演中心（网址： https://roadshow.sseinfo.com/ ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁 李俊龙；独立董事 黄继章；副总裁、董事会秘书 何茹；财务总监 郑炜峰。
投资者关系活动主要内容介绍	以下是投资者在本次会议中提出的主要问题及公司回复： 1、请问董事长： 1) 净利润大幅下滑的根源与应对：2025 年前三季度营收微增 2.87%，但归母净利润同比下降 55.94%，第三季度更出现亏损（-802.16 万元）。请问业绩下滑的主要原因是什么（如成本上涨、市场竞争、周期性波动）？管理层计划采取哪些具体措施（如降本增效、产品结构调整）扭转盈利困境？ 2) 肉业一体化战略落地进展：公司多次提及“肉业一体化”和全产业链布局，但当前猪肉价格波

	动较大且猪养殖板块拖累市值。请问：① 一体化战略的具体执行计划（如上游饲料、养殖，中游屠宰加工，下游渠道整合）有何进展？② 是否有剥离低效板块（如猪养殖）或拓展高毛利产品（如预制菜）的规划？ 3) 消费趋势应对与创新：青年消费者对健康、便捷食品需求上升。公司如何通过新品开发（如植物肉、低脂肉类）或渠道创新（如社区团购、直播电商）抓住这一趋势？是否有针对年轻市场的品牌营销计划？ 回复：1、本年业绩下滑的主要原因是生猪养殖板块因生猪市场价格持续低迷，以及涉诉相关资产减值，而整体陷入大幅亏损。公司已着力在饲料采购、精益养殖、棚舍效率、疫病防控、种源建设等方面开展持续优化工作，努力提高生产效益。 2、包括猪肉、牛羊肉在内的肉类业务是公司的核心主业，公司会进一步聚焦肉类主业，深化产业协同，形成饲料生产、生猪养殖、屠宰分割、生鲜及肉制品加工销售的肉类全产业发展格局。生猪养殖业务将持续推进降本增效工作，多措并举推动生猪养殖板块提质增效，包括优化资产配置，关停低效牧场；集约化调整优化管理模式，牧场实行分类管理策略，清理关停牧场冗余人员及二线低效岗位；优化精益养殖、优化生猪养殖科技赋能等。 3、品牌创新、产品创新与渠道拓展是公司发展的关键着力点，坚持品牌年轻化的步伐，保持和消费者的密切沟通，紧贴消费市场需求，积极开发适配各种销售渠道和消费趋势的新产品，以
--	--

	经营管理和提升效益来创造企业内在价值，用更好的产品和服务回馈消费者，同时为投资者持续创造价值。 2、请问独立董事： 1) 关联交易与利益冲突：光明肉业作为国企背景企业，是否存在与关联方的交易影响利润真实性？如何确保采购、销售等环节的公允性？ 2) 高管薪酬与业绩挂钩：在净利润大幅下滑的背景下，高管薪酬是否与业绩考核（如 ROE、毛利率）挂钩？是否存在激励与风险承担不匹配的情况？ 3) 数字化转型投入合理性：财报提到推进数字化转型，但实际效果未充分体现。独立董事如何看待数字化投入的必要性？是否有监督机制确保资金有效使用？ 回复：公司关联交易严格遵循监管规定与内部制度，符合公司和全体股东的整体利益，不存在损害公司和中小股东利益的情形；高管薪酬与公司业绩指标紧密挂钩，方案需经薪酬委员会审议通过；数字化转型是企业长远发展必要举措，公司已建立监督机制，保障相关投入高效合规使用。 3、请问董秘： 1) 信息披露透明度提升：三季报未披露各业务板块营收占比及毛利率，也未详细说明亏损子公司的经营状况。未来是否会细化披露，帮助投资者精准评估业务结构？ 2) 市值管理与投资者回报：公司股价近期波动较大，是否有市值管理计划（如回购、增持）？分红政策是否会因利润下滑调整？如何回应市场对
--	---

	“低盈利高分红”的质疑？ 3) 青年投资者沟通优化：Z 世代投资者偏好线上互动（如小红书、雪球）。公司是否计划增加线上业绩说明会频次、开设投资者问答专栏，或通过可视化财报提升沟通效率？ 回复：公司始终高度重视信息披露工作和股东利益。在做好经营管理的同时，严格按照相关法律法规的要求进行信息披露，同时通过 E 互动平台、投资者热线、电子邮箱等多种方式和渠道与投资者保持密切的沟通与交流，及时解答投资者的疑问，听取投资者的意见和建议。未来，公司将持续做好投资者关系管理，积极通过业绩说明会、可视化财报等各种渠道加强和投资者的沟通交流，更好地向市场及投资者传递公司价值和发展理念。 4、请问财务总监： 1) 毛利率与成本压力：前三季度毛利率 11.02%，同比微增 0.33%，但第三季度单季毛利率可能因成本上涨承压。请问主要成本项（如饲料、人工、运输）的变动情况？如何通过精益生产或数字化手段进一步降本？ 2) 现金流与负债管理：经营活动现金净流入 9.57 亿元，但资产负债率 50.63% 处于同业中高位。未来是否会通过优化供应链付款周期或资产处置改善现金流？高负债是否影响扩张计划？ 3) 亏损子公司处置：是否存在持续亏损的子公司（如养猪板块）？是否有计划通过关停、出售或引入战略投资者止损？ 回复：1、公司第三季度毛利率出现下滑，主因生猪养殖板块毛利率因生猪价格持续下跌而大
--	---

	幅下降。公司已着力在饲料采购、精益养殖、棚舍效率、疫病防控、种源建设等方面开展持续优化工作，努力提高生产效益。在数字化建设方面，公司积极探索推进智慧养殖，以“数据驱动业务优化”为核心，构建多维度业务管控体系。 2、公司已通过加强供应链管理持续优化现金流状况，目前公司资产负债率维持在平稳水平。 3、公司生猪养殖板块现阶段处于持续亏损状态。公司将持续推动以保障品质、精益养殖为基础的降本减亏举措。公司若有相关计划，会第一时间信息披露，请关注公司公告。 5、公司的生猪养殖业务持续亏损，严重拖累了整体业绩。为应对这一问题今年来所采取的降本增效措施目前取得了哪些具体进展？ 回复：2025 年公司生猪养殖业务持续推进降本增效工作，优化饲料配方，降低饲料成本，推行精益养殖，有效降低养殖成本。但由于公司生猪养殖业务的整体规模相对较小，同时防范疫病以及地域环保压力较高，公司生猪养殖业务成本较行业领先公司仍有一定差距。 6、对下半年或明年养猪行业判断，会好转吗？ 回复：生猪未来价格随产能去化和后续消费的影响，我们将密切关注其价格波动情况。 7、请介绍贵公司新西兰银蕨最近经营情况。 回复：本年度全球红肉价格同比上升，但今年新西兰采购端竞争格外激烈，一定程度上对新西兰银蕨的表现有所影响。新西兰银蕨一方面调整产品全球销售配给，另一方面持续执行成本与效率提升计划缓解本地采购竞争压力。 8、目前公司预制食品发展情况怎么样，并预计未
--	---

来公司预制食品发展规模？

回复：预制菜、定制化品类在内的精深加工作业是公司经营重点之一。公司子公司目前的精深加工品类较多，如苏食肉品马蹄狮子头、黑猪爆汁肠、轻卤肥肠、五香牛肉、鲜卤系列等；上海爱森黄芽菜肉丝春卷、炸猪排等上海风味产品；联豪食品的爆汁牛仔粒、文火牛肉等系列产品等。深加工肉制品的研发、上市工作正在有序推进中，您可以在公司微信公众号“光明肉业集团”了解更多的产品。感谢您对光明肉业的关注。

9、公司三季报显示研发费用 46,504,196.03 元，而且每年都有几千万的费用。请问都研发什么产品或者研发方向是什么，目前成果有什么？

回复：公司在产品研发等方面持续推动创新，推出藤椒、蒜香等风味系列午餐肉罐头，“搭饭”系列产品，独立小袋装的「片装午餐肉」也已上市销售，均适合在徒步、自驾、露营等场景食用。公司将始终坚持以市场为导向，积极开发适配各种销售渠道和消费趋势的新产品，持续推进新品研发工作。您也可关注公司微信公众号“光明肉业集团”了解更多产品动态。

10、新品梅林搭饭，目前销售投入多少？销售情况怎么样？

回复：搭饭锁鲜菜系列产品结合了经典美味和利乐餐食锁鲜科技，项目自首发后，尚属于新品线上线下双渠道拓展中，积极推进线上平台覆盖和各零售终端进场中。公司未来将持续推进新品的渠道推广工作，多渠道协同发力，提升新品的市场占有率与品牌影响力。

11、请问公司的人才有哪些优势？

回复：公司始终重视人才建设，持续优化人才结构。围绕主责主业，以提升员工队伍质量、优化人才结构为目标，重点充实产业技术、业务运营、市场营销等前台岗位。同时建立激励导向机制，为员工提供相应的激励、发展平台，尤其为青年提供实践磨炼的平台和机会，共同培育专业人才梯队，提高员工队伍的稳定性，实现公司与员工的共同发展。

12、公司年销售额两百多亿，为什么利润率如此之低？是否考虑平衡一下市场利润率，提升企业竞争力？

回复：公司将持续做好主业经营工作，在产品研发等方面推动创新，坚持品牌和产品年轻化，紧贴消费市场需求，积极开发适配各种销售渠道和消费趋势的新产品，根据需求增加更多高附加值产品，并充分利用公司优势，为消费者提供安全、营养、健康、美味的优质食品，同时提升公司核心竞争力。

13、公司是否可以提升一下营销手法？聘用有水平的营销人员，精兵简政，运营好民族老品牌。

回复：公司始终坚持打造适应市场和消费需求的分销体系是提质增效以及增强竞争优势的重要途径。针对主流卖场超市等线下门店人流减少，互联网电商、社群营销、网红直播带货等网购平台的快速崛起等多元化发展趋势，公司及时分析具体情况和自身资源，调整销售渠道建设方向，积极应对市场结构变化带来的不利因素并全力抓住市场机遇。

14、公司股价是否有计划采取一些提振股价的措施？

	回复：公司管理层始终保持对未来发展的坚定信心，扎实做好主业经营，稳步推进各项业务，不断提升公司业务核心竞争力，以经营管理和提升效益来创造企业内在价值，用更好的产品和服务回馈消费者，同时为投资者持续创造价值。 15、河北众旺子公司现在有哪些新进展？ 回复：公司将根据实际情况，按照信披相关规定，做好信息披露工作。 16、公司下属公司线上店各自为政，是否考虑过整合一下，能在一家店里买到公司所有产品。 回复：您提出的整合多品牌建议非常好，我们也在积极谋划中。 17、请问公司品牌产品进入全国性连锁商超的情况 回复：您可以在盒马、山姆、大润发、京东折扣店、奥乐齐、胖东来等各类终端渠道上购买到我司产品。 18、未来是否有并购计划？ 回复：公司尚无发生并购事项，若存在将根据相关规定做好信息披露工作。
附件清单（如有）	无
日期	2025-11-4