

证券代码：002567

证券简称：唐人神

唐人神集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称 及人员姓名	天风证券：吴立、陈潇、陈炼 博时基金：王诗瑶 前海开源基金：田维 财通基金：沈犁 中邮创业基金：綦征 华夏基金：刘睿聪 国寿安保基金：熊靓 华泰柏瑞基金：吕慧建 中庚基金：熊正寰 龙航资产：蔡英明 北京润晖资产：李勇 国都证券：尹德才 光大理财：方伟宁 汇金资管：马梓洋 英大保险资产：徐文浩 上海见龙资产：施沈玲 永望资产：周柏全 中泰证券自营：韩丽萍 阳光资产：马敦超 浙江旌安投资：童诚婧 中银三星人寿保险：周箭明 恒越基金：宋佳龄 北京久久联创投资：赵江涛 上海途灵资产：姚兵 深圳熙山资本：龙长会 方旭资产：刘春影 汇丰晋信基金：费馨涵 Dantai Capital Limited: Zhang Jiawei
时 间	2021 年 10 月 28 日 15:00—16:00
地 点	公司总部三楼会议室
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书：孙双胜 投资证券部：徐岩、谭勇波
投资者关系活动 主要内容介绍	第一：介绍阶段 介绍公司基本情况、发展战略（见已公开披露的信息）。 第二：问答阶段 Q：公司前三季度营收和利润情况？ A：公司今年 1-9 月份实现营业收入 162.55 亿元，同比增长 22.50%；实现归属于上市公司股东净利润-3.98 亿元，同比下降 156.29%。其中，前三季度亏损主要来自生猪养殖业务。此外，公司 1-9 月计提存货跌价准备 1.68 亿元，减少公司净利润 1.68 亿元。 Q：公司生猪出栏中仔猪和肥猪比例？

A: 公司前三季度生猪出栏 115.16 万头, 肥猪和仔猪基本各占一半。从第三季度起, 由于育肥产能的增加, 仔猪价格低迷, 公司调整经营策略, 减少仔猪销量, 加大育肥力度, 预计第四季度肥猪销量占比继续提升。

Q: 公司前三季度饲料销量情况?

A: 公司前三季度商品料销量 380 多万吨, 同比增长 10%, 商品猪料销量 140 多万吨, 同比增长 80%以上。此外, 禽料有所下滑, 鱼料保持 30%左右的增幅。

Q: 公司资金准备情况?

A: 公司自去年起在资金方面做了比较充分的准备, 先后公开发行了可转债、非公开发行股票, 合计募集资金近 28 亿元; 今年上半年联合社会资本组建了 10 亿元产业基金。此外, 目前公司主要贷款是中长期贷款, 中短期还款压力较小。

Q: 公司生猪产能区域布局情况?

A: 公司前三季度生猪出栏中, 湖南占比 80%多, 华北区域占比将近 10%, 两广等区域占比 10%。目前, 我们重点发展广东、湖南区域, 特别是集中优势资源优先发展龙华农牧新增 130 万头生猪产能, 龙华农牧成本控制比较好, 1-9 月龙华农牧仍保持较好盈利, 另外, 龙华农牧生产经营节奏把握的比较好, 在行情低迷的时候, 对原有部分母猪场进行了改扩建。

Q: 公司楼房养殖情况?

A: 公司考虑到楼房养猪的这些优势以及节约土地资源的特点, 重点在我国南方地区发展楼房养猪。楼房猪场有自身一些特定的优势, 比如: 养殖效率相对较高、有利于提升生猪的健康水平、造价高但是折旧年限较长、环保处理集中便捷等。目前, 子公司龙华农牧果园和山田楼房养殖项目已成功运行, 多项生产指标表现优秀。

Q: 公司饲料销量环比变化情况及原因分析?

A: 公司全价料销量自 5 月起整体稳定, 9 月-10 月有所下滑: 教槽料和乳猪料自 5 月起, 整体销量呈现下降趋势, 9 月-10 月呈现较大下滑; 母猪料自 5 月起, 环比持续下滑, 9 月-10 月呈现较大下滑。9 月-10 月饲料环比下滑的主要原因: 低猪价情况下, 养殖户加速出栏、加速淘汰母猪, 且疫情频发也是重要影响因素之一。

Q: 湖南非洲猪瘟疫情情况?

A: 从行业内最近了解到的情况来看, 由于低猪价背景下, 部分养殖户防疫心态松懈, 高气温较正常年份时间更长等一些因素影响, 湖南省内的部分区域疫情发生频率较高。

Q: 近期猪价上涨的原因及猪价走势判断?

A: 今年猪价在国庆节期间达到一个低点, 而后猪价开始反弹, 累计已

	反弹 50-60%。从供给方面来看，主要是前期加速出栏后，市场阶段性缺猪，且养户在涨价的背景下惜售情绪增加；从需求方面来看，主要是气温下降和部分腌腊需求提前，而带来的消费增加，从而引发猪价大幅反弹。生猪价格难以预测，目前，公司一方面是做好生产管理，降本增效，以应对周期底部；另一方面稳步扩张生猪产能，迎接下一个周期高点。
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 10 月 28 日