

证券代码：301116

证券简称：益客食品

江苏益客食品集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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"/> 其他：____（请文字说明其他活动内容）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 电话会议
参与单位及人员	通过深圳证券交易所“互动易”平台（ http://irm.cninfo.com.cn ）“云访谈”栏目，参加公司2023年度业绩说明会的投资者	
时间	2024年5月10日 15:30-16:30	
地点	深圳证券交易所“互动易”平台（ http://irm.cninfo.com.cn ）“云访谈”栏目	
公司接待人员	董事长、总经理：田立余先生 副董事长、副总经理、财务总监：陈洪永先生 董事会秘书：陈宏儒先生 独立董事：梁仕念先生	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司就投资者在本次业绩说明会召开过程中提出的问题进行了回复，本次业绩说明会不涉及应披露的重大信息。具体如下：</p> <p>1、公司2023年利润较2022年度降低的原因？</p> <p>您好，公司期间费用率总体稳定，业绩波动主要系因主要产品毛利率波动及减值准备计提所致。报告期公司虽然营业收入保持增长，但因下游市场需求不及预期，市场竞争激烈，致使公司主要产品的销售价格下降，毛利率水平同比下降，2023年贡献公司收入92.11%的鸡产品、鸭产品、鸡苗、鸭苗、饲料等主要产品的毛利合计同比减少约16,000.00万元；公司在本报告期末对存货进行了跌价</p>	

测试，经公司财务部门初步测算，预计本报告期末计提存货跌价准备约8,400.00万元（去年同期为4,299.43万元），其中种禽板块计提存货跌价准备约为3,300.00万元（去年同期为0.00万元），主要系报告期末正处于春节假期禽苗出苗空档期，鸡苗、鸭苗价格处于低价区间及报告期公司禽苗产能增加，期末在孵及库存种蛋增加导致存货跌价计提金额增加。期末货跌价准备计提减少本期净利润约4,100.00万元。谢谢！

2、公司2024年一季度利润较高原因？

您好，公司期间费用率总体稳定，业绩波动主要系因主要产品毛利率波动所致。鸡鸭苗价格自2023年2季度开始下行，随之产能持续去化，禽苗2024年1季度供不应求，鸡鸭苗平均价格较高，禽苗盈利状况较好；虽然下游消费市场仍无明显改观，猪肉价格仍处于低位区间，肉鸡屠宰板块仍处于亏损状态，但由于肉鸭屠宰企业规模与肉鸡屠宰企业相比相对一般较小，产能去化早于肉鸡屠宰，先于肉鸡屠宰实现扭亏为盈；另公司羽绒板块在2024年一季度市场销售较好，也贡献了一定的利润。以上毛利率波动导致公司2024年一季度盈利水平较高。谢谢！

3、请介绍一下公司的营业收入构成情况？

您好，公司建立了集饲料加工、种鸭原种培育、父母代种鸭/鸡养殖、商品鸭/鸡苗孵化、肉鸭/鸡屠宰加工、调理品/熟食深加工等业务环节于一体的肉鸭、肉鸡双产业链，目前公司肉鸭、肉鸡双产业链均处于行业头部。运营管理上，一方面，各个板块之间相互独立，皆具备独立对外经营的能力；另一方面，由于同属肉禽行业产业链，各业务板块之间存在一定程度的上下游联动关系，而通过良好地管理产业链上下游联动关系，能够提高产业链运营效率，获得较高的协同效益，从而能有效地抵御产业链单一业务环节的经营风险。谢谢！

4、请问公司是否具备持续经营能力？

您好，公司经营模式、产品和业务结构未发生重大不利变化，主要业务禽类屠宰及加工、饲料生产及销售、商品代禽苗孵化及销售，以及熟食及调理品的生产与销售业务正常，2023年实现营业收

入同比增长16.96%；公司在行业内具有较高的美誉度和认可度，行业地位及所处的行业之经营环境未发生重大变化；公司掌握生产经营所需的核心技术，在用的商标、专利、专有技术等重要资产的取得或者使用不存在重大不利变化；公司最近一年净利润较低主要是由于市场供需等暂时性因素导致的毛利率波动所致，公司未来经营计划清晰明确，具备持续经营能力。谢谢！

5、请介绍公司肉鸭产业的产业状况？

您好，肉鸭产业是我国传统特色产业，产业规模较大，2023年我国肉鸭出栏量42.18亿只，产肉量仅次于猪肉、鸡肉，是我国第三大消费肉类，在保障我国优质动物性蛋白质的有效供给方面起到至关重要的作用。当前我国消费者对肉鸭产品的需求日趋健康、安全和多元化，酱卤鸭副产品、烤鸭熟食等产品形式的出现丰富了产品结构，家庭场景、线下门店、团膳等渠道丰富了产品销售渠道结构，产品结构、渠道结构的丰富提升肉鸭产品的产品价值，拓宽了产业市场空间。报告期内，公司关注消费者需求，拓宽产品线以满足市场多元化需求，发展熟食、火锅食材、预制菜等高附加值产品，提高鸭产品生转熟、转调比例，进一步提高肉鸭产品附加值。谢谢！

6、请介绍公司肉鸡产业的产业状况？

您好，从国内肉类消费结构来看，根据国家统计局数据显示2023年全国猪、牛、羊、禽肉总产量约9,641万吨，其中禽肉产量2,563万吨，占比26.58%，禽肉消费在国人饮食结构中已经占据一定的份额，在禽肉产量中白羽肉鸡占据五成以上，白羽肉鸡已经成为我国仅次于猪肉的第二大肉类。白羽肉鸡是全球接受度最高的肉类品种之一，在全球所有肉类消费结构中其占比达到四成左右。根据USDA数据显示，2022年全球鸡肉产量约10,238.9万吨（主要为白羽肉鸡产量），猪肉约11,521.5万吨，从全球肉类结构看鸡肉与猪肉产量已连续多年保持约1:1的比例。与美国等国家相比，我国鸡肉消费在国人肉类消费中的占比仍较低，鸡肉消费仍存在较大发展空间。谢谢！

7、请问2024年公司屠宰量如何，规划如何？

您好，公司屠宰板块募投、新建项目已陆续达产，公司将通过技改来提高现有工厂产能及利用率，2024年公司屠宰量将会有小幅增加。谢谢！

8、公司调味品板块未来具体规划如何？

您好，公司调熟板块优势在于产业链的加持，挑战在于其与屠宰等板块经营管理方式的差异，公司引进了专业人才、销售团队，加大产品结构和渠道结构优化力度，希望能够在单品塑造、渠道调整、品牌建设上有突破。公司的整体战略目标是生转调、生转熟，在追求规模整体增长的情况下，也注重产品结构优化。在鸭肉调味品方面，公司有着独特的技术优势，尤其是去腥技术，在火锅食材方面已形成部分市场认可度较高的产品。目前调味品在公司整体的收入占比不大，但是产品在行业内积累了较好的市场口碑以及一定的市场地位，公司将继续加大营销、研发投入，引进专业人才，以优化营销渠道及产品结构。谢谢！

9、公司种禽板块的发展规划如何？

您好，公司禽苗在现有产能逐步释放的情况下，大约满足屠宰板块合作养殖户禽苗需求的一半，所以种禽产能近期将以配套为主，将通过合作、租赁等形式进一步扩大产能。谢谢！

10、公司饲料板块的发展规划如何？

您好，公司饲料现有产能与合作养殖户饲料需求的匹配度不足一半，考虑到食品安全及整个产业链运营的效率和质量考量，公司饲料板块的发展策略是与屠宰产能进行配套，后续将通过租赁、合作等形式进一步提高配套产能。谢谢！

11、请介绍公司募集资金的使用存放情况？

您好，根据管理制度并结合经营需要，公司对募集资金实行专户存储，在银行设立募集资金使用专户，并与开户银行、保荐机构签订了《募集资金三方及四方监管协议》，对募集资金的使用实施严格审批，以保证专款专用。截至2023年12月31日，本公司均严格按照该《募集资金三方及四方监管协议》的规定，存放和使用募集资金，募集资金累计投入44,422.33万元，不存在尚未使用的募集资金。谢谢！

12、请介绍一下公司的主营业务及主要经营模式情况？

您好，公司建立了集饲料加工、种鸭原种培育、父母代种鸭/鸡养殖、商品鸭/鸡苗孵化、肉鸭/鸡屠宰加工、调理品/熟食深加工等业务环节于一体的肉鸭、肉鸡双产业链，目前公司肉鸭、肉鸡双产业链均处于行业头部。运营管理上，一方面，各个板块之间相互独立，皆具备独立对外经营的能力；另一方面，由于同属肉禽行业产业链，各业务板块之间存在一定程度的上下游联动关系，而通过良好地管理产业链上下游联动关系，能够提高产业链运营效率，获得较高的协同效益，从而能有效地抵御产业链单一业务环节的经营风险。谢谢！

13、公司经营战略、策略上有没有什么调整？

您好，2024年公司确立了“建立以客户需求为基础、以养殖为中心、以“六位一体”关系体系为保障的价值创造模式”的业务发展战略，根据“建立以客户需求为基础、以养殖为中心、以“六位一体”关系体系为保障的价值创造模式”的业务发展战略，公司2024年并形成了：产业链“补链、强链”、产品质量管理体系建设、技术研发创新、产品开发体系升级、品牌影响力提升、流程型组织建设、人才供应与干部梯队建设、产业链数字化转型等八大任务。谢谢！

14、请介绍公司所处肉禽行业上下游联动性及相互影响情况？？

您好，公司所处的肉禽行业产业链较长，其上游是饲料原料（玉米、豆粕等）及疫苗兽药行业，上游行业的发展直接影响肉禽行业的发展，而肉禽行业作为畜牧行业的一分支，与蛋禽、牛、羊、猪及渔等其他畜牧行业共同影响上游行业的发展。肉禽行业根据最终产品形态不同，下游包括餐饮业、食品加工业、批发业、商贸零售业，以及终端消费者。下游行业受到国民经济水平与消费理念的影响，消费需求及品质要求逐渐提高，从而促进肉禽行业规模化企业的诞生。谢谢！

15、请介绍一下近年来鸡苗及鸡产品价格变动情况？

您好，受2022年产能去化影响，2023年一季度鸡苗价格较高，

二季度开始受下游市场需求不足及鸡产业链产能去化缓慢影响，鸡苗价格走低，产能继续去化，2024年一季度鸡苗价格回升；受粮食、能源价格走高，毛鸡养殖成本升高影响，鸡产品价格2023年初处于高位，年内随着饲料原料价格走低，养殖成本持续走低，带动鸡产品价格下行，加之猪肉价格低迷压制禽肉市场，近期鸡产品价格仍处于相对低位。谢谢！

16、请介绍一下近年来鸭苗及鸭产品价格变动情况？

您好，受2022年产能去化影响，2023年一季度鸭苗价格较高，二季度开始受下游市场需求不足影响，鸭苗价格走低，产能继续去化，2024年一季度鸭苗价格回升；受粮食、能源价格走高，毛鸭养殖成本升高影响，鸭产品价格2023年初处于高位，年内随着饲料原料价格走低，养殖成本持续走低，带动鸭产品价格下行，近期鸭产品价格处于相对合理的价格区间。谢谢！

17、请介绍一下公司禽苗毛利率与鸡产品、鸭产品毛利率对比情况？

您好，禽苗毛利率主要受禽苗价格影响，其价格变动影响禽养殖成本，进而影响公司屠宰板块的毛鸡、毛鸭采购成本；禽产业链中种禽环节、屠宰环节虽存在一定的联动效应，但价格传导时间、变化的幅度等不尽相同。尽管禽苗价格的变动会正向影响屠宰板块毛鸡、毛鸭采购成本，但采购成本只是影响屠宰板块毛利率变动的一个方面；另一方面，鸡产品、鸭产品销售价格不一定随禽苗价格变动正向变化，其变动幅度也有不确定性，从而导致禽苗毛利率和鸡产品、鸭产品毛利率阶段性变动可能存在背离的情形。谢谢！

18、请介绍一下公司的期间费用情况？

您好，公司2023年、2024年第一季度费用占营业收入的比重分别为2.29%和2.93%，随着业务规模的扩大，各类费用总额均有一定程度的增长，但期间费用率较为稳定，费用增长与公司营业收入增长相匹配。谢谢！

19、请介绍一下公司2023年销售费用情况？

您好，公司2023年销售费用率为0.52%，较2022年升高0.11个百分点，主要系因公司加大产品推广力度，销售渠道下沉，销售人员

	<p>增加，人员性费用增加，公司加大产品推广力度，推广宣传费用及宣传物料消耗增加，公司为提高订单交付效率，在市场端租赁仓库、配送车辆、经营场地产生的费用增加等原因所致。谢谢！谢谢</p> <p>20、请说明一下公司2023年经营活动产生的现金流量与净利润差异较大的原因？</p> <p>您好，公司2023年经营活动现金流量净额为63,264.74万元，远高于公司净利润，主要系因长期资产折旧摊销等非付现成本项目、公司减值损失及期末公司应收账款、存货等流动资产大幅减少所致。谢谢！</p> <p>注：本记录表中涉及的业绩目标不构成公司对投资者的业绩预测和实质承诺。</p>
附件清单	无
日期	2024年5月10日