

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：2024-17

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（2024年三季报交流会）
参与单位名称及人员姓名	招商基金况冲、易方达基金张心怡、摩根基金征茂平、兴证全球基金王志强、上银基金蒋纯文、工银瑞信基金袁辰昱、永赢基金蒋卫华、嘉实基金高群山、光大保德信基金张禹等 375 位投资者
时间	2024 年 10 月 29 日
地点	公司会议室
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
<h3>公司经营情况介绍</h3> <p>财务情况：2024 年 1-9 月，公司实现营业收入 967.75 亿元，同比增长 16.64%；实现归母净利润 104.81 亿元，同比增长 668.90%。由于生猪市场行情的好转和养殖成本持续下降，公司在第三季度取得了良好的盈利，实现营业收入 399.09 亿元，归母净利润 96.52 亿元。同时，公司现金流情况及财务结构持续改善，前三季度经营活动产生的现金流量净额为 291.78 亿元，同比增长 336.27%。截至 2024 年三季度末，公司资产负债率为 58.38%，较二季</p>	

度末下降 3.43%，预计后续仍将稳步下降至合理水平。

分红情况：公司发布 2024 年前三季度利润分配方案，综合考虑实际经营情况，充分考虑到广大投资者的合理诉求，在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 8.31 元（含税），分红总额合计 45.05 亿元（含税），占公司 2024 年 1-9 月净利润的 40.06%。

同时，公司积极响应国家号召，提高现金分红比例，修订了《牧原食品股份有限公司未来三年（2024-2026 年度）股东分红回报规划》，将每年以现金方式分配的利润由不少于当年实现的可供分配利润 20%调整至 40%（年内多次分红的，进行累计计算），通过实际行动积极回报广大股东，与股东共享公司发展成果，推动公司向高质量发展的目标持续迈进。上述两项议案尚需提交公司股东大会审议。

主营业务情况：首先是生猪养殖业务，在销售方面，2024 年 1-9 月，公司出栏生猪 5,014.4 万头，同比增长 6.7%，其中商品猪 4,513.2 万头，仔猪 460.7 万头，种猪 40.5 万头，预计全年能够完成出栏目标；在成本方面，今年以来，公司生猪养殖完全成本持续下降，9 月已降至略低于 13.7 元/kg，相比年初的 15.8 元/kg 下降超过 2 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%左右。后续公司会加强健康管理与生产管理，以实现成本的进一步下降；在产能方面，截至 2024 年 9 月末，生猪养殖产能为 8,086 万头/年，能繁母猪存栏为 331.6 万头，与二季度末相比基本保持稳定。

其次是屠宰肉食业务，2024 年 1-9 月，公司共计屠宰生猪 797 万头，产能利用率为 37%，亏损在 6.5 亿元左右。公司屠宰肉食业务今年以来持续提升经营质量，第三季度亏损明显下降，经营情况持续好转。下一步屠宰肉食板块将持续提高运营能力，拓展客户群体及销售渠道，争取尽快实现扭亏为盈。

一、公司未来如何加强投资者回报？

公司自上市以来，在持续稳步增长的同时，高度重视投资者回报，在坚持

可持续现金分红前提下，动态调整利润分配政策与投资者共享发展红利。

公司始终倾听市场呼声，重视投资者建议，用切实行动维护投资者利益，综合利用多种方式稳定投资者信心，提升公司整体价值。在 2023 年，公司以自有资金回购股份近 20 亿元；公司控股股东及实际控制人之子、部分董监高及核心人员自愿增持公司股票超 20 亿元。上个月公司积极响应政策号召，提振市场信心，拟使用自有资金或自筹资金以集中竞价交易的方式回购公司股份，回购总金额为 30-40 亿元。

未来，公司仍将投资者利益放在重要位置，以更加开放透明的态度面向资本市场，根据自身发展阶段及时调整投资者回报方案，不断丰富自身工具库，与投资者共创共享发展成果。

二、公司最新的生产指标情况？

2024 年 9 月份，公司的全程成活率接近 85%，PSY 在 28 以上，育肥阶段料肉比为 2.87，肥猪日增重为 783g，断奶到上市校正日增重为 655g。

三、公司的未来成本下降的空间？

今年以来，公司各项生产指标逐步恢复与改善，但仍有提升空间，部分指标相比去年月度最好水平存在一定差距。未来公司将不断对标学习，深挖每头猪的生长潜能，围绕之前提出的头均 600 元的成本下降空间进行技术创新，加大在生猪育种、营养研发、疫病防控、智能化与数字化等方面的研发投入。

2024 年 9 月份，公司 13 元/kg 以下的场线出栏量占比超过 30%，15 元/kg 以上的场线出栏量占比降到 6%左右，场线间的成本方差逐步下降。除了技术层面，未来成本下降空间更多来源于管理层面。公司今年以来逐步开展一线薪酬管理方案的推广与落地，识别优秀员工，通过优化薪酬方案调动其工作积极性，激励员工把猪养好，让其赚取更高的薪酬。对于管理干部而言，公司持续加强人员选拔、培养与迭代。通过技术与管理两个方面持续发力，提升公司猪效、人效、物效，实现养殖成本进一步下降。

四、公司资本开支情况？

公司 2024 年前三季度资本开支为 101.65 亿元，其中第三季度资本开支较二季度环比有所增长，主要是公司为今年冬季疫病防控提前做准备，用于猪场设备的新增、升级改造支出有所增加，预计全年公司的资本开支在 120 亿元左右。当前公司经营策略已转变为稳健增长，在建工程规模呈现下降趋势，未来每年资本开支预计将逐步下降。

五、公司前期推出的仔猪销售方案目前进展如何？

公司仔猪销售方案出来后，客户接受程度较高，合作意向较强烈。公司会根据实际订单数量合理规划生产经营节奏。该方案是公司仔猪销售模式的尝试与探索，后续会根据实际情况进行调整与优化。

仔猪销售受市场行情、客户需求等因素影响，年内不同月份间波动较大，公司希望通过仔猪销售策略、定价模式的创新，降低仔猪销量的波动幅度，保持生产上的连续性。同时，公司的仔猪具有一定的成本优势，能够为有需求的客户提供稳定、连续的供应，对于客户而言，优惠的价格方案能够降低采购成本，公司希望仔猪销售方案能够实现双方共赢。

六、公司屠宰业务目前的经营情况及后续规划？

公司屠宰肉食业务三季度减亏明显，主要是屠宰肉食板块的销售能力、运营能力逐步提升，毛利率、头均亏损情况相比半年度明显改善，整体经营业绩持续好转。根据行业情况，四季度屠宰量预计会环比增加，公司后续屠宰产能利用率预计会有一定增长，助力屠宰肉食业务板块早日扭亏为盈。

公司屠宰肉食业务经历前期产能快速提升，后续产能新增将会视外部市场情况及内部经营情况综合决策。未来公司会逐步提升整体经营质量，在保证合理头均毛利的情况下继续提升屠宰量，以降低固定费用分摊金额，持续优化客户结构及产品结构，提升盈利能力。

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 10 月 30 日