

## 河南双汇投资发展股份有限公司

## 投资者调研记录

时间	2025年3月27日	地点	电话会议
投资者关系活动类别	双汇发展2024年度业绩交流会		
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 周缘、严泽楠 中金公司 陈文博、武雨欣 博时基金 廖常青 东方基金 吕燕晨 君和资本 张玉洁 等60余人		
公司接待人员	公司董事长万宏伟先生、董事兼总裁马相杰先生、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生、董事会秘书张立文先生等。		
<b>会议记录</b>			
<p><b>一、董事会秘书张立文先生介绍公司2024年度经营情况</b></p> <p>2024年，公司落实“四化”战略，坚持“两调一控”，推动网点扩增，整顿薄弱产业，加强数字赋能，总体经营保持稳定。全年公司肉类外销量318万吨、同比下降1.67%，实现营业总收入597亿元、同比下降0.64%，利润总额66.59亿元，同比增长0.21%，归母净利润49.89亿元、同比下降1.26%。分产业看：</p> <p><b>生鲜品业务：</b>实现营业收入303.3亿元，同比下降2.1%，营业利润4.4亿元，同比下降35.6%，主要受消费不及预期、竞争加剧等影响。</p> <p><b>肉制品业务：</b>实现营业收入247.9亿元，同比下降6.2%，营业利润66.5亿元，同比上升6.8%，主要得益于公司坚持“两调一控”，落实成本管控，推进结构调整，盈利水平同比提升。</p> <p><b>其他业务分部：</b>实现营业收入99.6亿元，同比上升10.4%，营业利润同比减亏，主要得益于养殖业生产指标的提升和养殖成本的下降。</p> <p>2024年公司经营有以下特点：</p> <p>一是董监高完成换届，以万宏伟董事长为首的新一届董事会，明确坚持“四化”</p>			

经营战略，持续推进营销创新、数字化革新等举措，企业在传承创新中迈入新阶段。

二是销量、收入、利润三大核心指标下半年环比上半年实现双位数增长，同比由降转增。

三是生鲜品销售规模下半年明显改善，鲜冻肉类外销量环比上半年实现双位数增长，同比由降转增。

四是肉制品全年吨均经营利润 4,699 元，盈利水平创历史新高；新兴渠道全年销量同比增长超 70%，线上肉制品销量同比增长超 20%。

五是养猪业和禽产业的养殖指标呈逐季改善趋势，成本逐季下降、利润逐季减亏。

展望 2025 年，公司将继续推进网点开发，加强营销创新，实施肉制品市场专业化运作，加强生鲜品扩鲜销、拓网络、上规模，加快养殖业整改提盈利，争取实现整体经营稳中向好发展。

## 二、交流的主要内容

### 1、2025 年公司肉制品提升销量的主要措施？

2025 年，公司将主要采取以下措施，促进肉制品销量提升：

一是抓好销售机构改革，推进市场专业化运作。按照高温、低温、速冻、零食四个板块，组建专职销售团队，设立专业客户队伍，通过垂直管理、专职专能，加强市场专业化运作。

二是抓好立体化客户网络建设，扩大客户群体。分渠道、分产品、分区域增设专业客户，精细化运作市场。

三是加强网点开发，扩大市场网络。继续扩大网点数量，提升终端运作质量，拉动终端销售。

四是加强市场调研，精准对接消费需求。通过加大调研力度，精准对接高端消费群体、大众消费群体、年轻消费群体、儿童消费群体等个性化、差异化需求，加强新品研发及推广。

五是实施精细化管理，深化渠道运作。针对商超、便利店、零食、餐饮、线上、

O2O 等不同渠道，扩充专业销售队伍，加强总对总对接，提升市场精细化运作。

六是加大市场投入，精准支持客户，保障好市场服务，拉动市场销售。

七是加强数字化工具应用，赋能市场销售，支持市场精细化管理。

八是加强业务队伍激励，通过强激励与精准激励，激发队伍活力。

## 2、2024 年公司屠宰量同比下降的原因？

2024 年，屠宰行业产能不断增加，行业竞争加剧，开工率普遍不足，公司为保障生鲜品利润，减少了在部分低毛利渠道销售，全年生猪屠宰量同比下降。

## 3、2025 年公司屠宰业促进规模提升的措施？

2025 年公司屠宰业将主要做好以下工作：

一是加强市场开发，壮大客户群体，扩大市场销售出口。

二是发挥企业品牌优势，扩大驻地市场占比，积极参与市场竞争。

三是用好企业综合加工优势，发挥与肉制品业的协同效应，扩大分割品占比。

四是发挥企业全国布局优势，加强区域协同，合力参与竞争，提升整体经营水平。

五是发挥产品结构优势，推出定制化、切割类、包装类、调理类等精细加工产品，满足细分市场需求。

## 4、2025 年公司肉制品新产品的推出计划？

2025 年，公司围绕不同产品品类、细分消费人群，主要从以下方面加强新品研发及推广：

一是高温产品，围绕“三减三健”健康概念，开发培育减盐、减脂、减糖等产品。

二是低温产品，围绕“高档、高端”方向，开发高端美西式产品。

三是零食产品，围绕“多品项、更方便”，开发新型包装产品，满足不同场景、零食消费需求。

四是速冻产品，围绕“口味还原度更高、适应区域更广”，开发高还原度的调

理类、菜肴类产品。

五是高性价比产品，围绕“存量市场、特定渠道”，开发高性价比产品，参与市场竞争。

六是区域性产品，围绕“地方特色、本土口味”，研究地方产品，满足差异化的消费需求。

#### 5、2025 年公司养殖业的经营展望？

2025 年，公司养殖业将继续加强管理提升，强化成本管控，预计经营成绩有望继续改善，其中：

养猪业加强防疫情、保安全，提产能、扩规模，抓管理、提指标，预计全年生猪出栏量同比大幅增长，随着养殖指标及产能利用率提升，经营将继续改善、大幅减亏。

禽产业做好疫病防控，加强过程管理与成本管控，提升生产指标，改善经营业绩，预计全年毛鸡出栏及屠宰量同比增长，经营争取实现扭亏为盈。

#### 6、2025 年公司分红政策情况？

2025 年，公司将继续坚持科学、持续、稳定的股东回报政策，在保障正常经营和长远发展的前提下，积极回报投资者。

#### 7、2025 年公司冻品运作思路？

2024 年末公司冻品库存量已处于较低水平，2025 年公司将坚持鲜品上规模、冻品快进快出的策略，冻品全年保持低库存运作。

记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2025-03-27	审核日期	2025-03-27	批准日期	2025-03-27