

证券代码：000860

证券简称：顺鑫农业

北京顺鑫农业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他（请文字说明其他活动内容）
-----------	--

	主动调整营销模式，深化营销创新，推动产品结构升级，深耕重点市场，力保销售稳定，向高质量转型发展迈出坚定步伐。2024 年度白酒板块实现营收 70.41 亿元，同比增长 3.19%；实现销量 36.94 万千升，产量 37.88 万千升，实现同比增长。 猪肉业务板块，结合行业动态和猪肉价格走势，适时调整生产节奏，有序开展屠宰生产，培育精深加工业务，改善板块盈利能力；稳步推进高产优质法系丹系种猪扩群，有效管控成本支出。2024 年度猪肉业务实现营收 18.91 亿元，同比减少 27.21%，其中屠宰业务和种畜养殖业务收入分别为 16.89 亿元、2.02 亿元。 2. 今年一季度，贵公司加大促销力度，使销售费用大幅增高，但一季度营收、净利却出现双双下滑，这是否意味着市场需求疲软？贵公司是否会对全年增长目标进行调整？ 答:尊敬的投资者，您好！面对消费和行业变化趋势，公司将发挥牛栏山的品牌优势和全国化营销网络优势，推进产品结构和品牌升级，落实“1-2-12-3+”强营销工作部署，不断提升白酒业务的核心竞争能力。 3. 最近几年股票价格为何连续下跌？每月都会出现 9 连跌 10 连跌的情况，大盘涨的时候它不涨，大盘下跌它暴跌，是什么原因呢 答:尊敬的投资者您好！影响股价的因素是多方面的，除与公司自身经营相关外，同时还会受行业环境、市场资金流向、投资者风险偏好等诸多因素影响。股价短期波动难以避免，我们理解您的焦虑，未来将通过强化信息披露、投资者交流，用更好的业绩表现回报广大股东的信任。 4. 白酒的库存情况如何？您如何评价一季度的业绩，接下来对全年的工作计划会有什么调整 答:公司期末成品酒库存 96,184.37 千升，半成品酒库存 53,230.47 千升。面向 2025 年，公司白酒板块将发挥牛栏山的
--	--

	品牌优势和全国化营销网络优势，推进产品结构和品牌升级，落实“1-2-12-3+”强营销工作部署，不断提升白酒业务的核心竞争能力。 5. 今年以来，贵公司对旗下涉及猪肉业务的子公司进行了减资、注销，这些举措是否说明贵公司在对猪肉业务进行战略收缩？在猪肉业务持续亏损的背景下，贵公司仍坚持“双主业”的逻辑是什么？ 答:尊敬的投资者您好！注销子公司及孙公司因其自设立后无实际经营业务，对全资子公司减资是基于公司战略发展需要，优化资源配置，公司将聚焦白酒和猪肉两大主业，全力提升经营质量，用更好的业绩表现回报广大股东的信任。 6. 近年来，贵公司白酒产能利用率持续降低，2024 年虽有所增长，但仍未达到设计产能的五成。请问，产能利用率持续处于低位是否隐含资产减值风险？未来贵公司是否有技改或调整产能布局的计划？ 答:感谢您的提问，不存在您所述的减值风险，公司也无技改或调整产能布局的计划。 7. 未来如何进一步提升“鹏程”品牌在全国市场的影响力，特别是在与其他区域强势猪肉品牌竞争时，突出自身特色和优势？ 答:一是优化经营策略，积累竞争势能：围绕优化经营策略，开展内部管理优化、采购成本降低、产品结构调整、生产质效提高等工作，推动企业降本增效，增强企业在市场中的综合竞争力。二是持续拓宽渠道，刺激销售增量：稳定现有销售业务，采用差异化销售策略深耕空白市场，加大布局终端市场；创新销售模式，拓宽销售渠道，形成多种销售模式并行的销售格局；提高精深加工等高附加值产品产销量，不断提高北京市场占有率。三是加大营销赋能，推动品牌消费：加大品牌赋能，响应老字号进商场、进平台的政策号召，推动品牌消费，布局多元
--	--

	化营销策略，提升品牌知名度和曝光度。将品牌营销与产品销售紧密结合，充分利用新媒体等新兴传播媒介，增加品牌美誉度的同时，带动销量增长。四是提升研发能力，聚焦产品焕新：积极与科研单位、企业合作，提升自身科研技术水平，加强研发产品成果转化；结合市场洞察，加强熟食产品研发和市场开发力度，对现有产品进行风味升级，合理调整产品结构，开发适销对路新产品，打造有市场竞争力的产品矩阵。 8. 顺义区国家现代农业产业园项目目前建设进度如何？预计何时投入使用并产生效益？ 答:尊敬的投资者您好！公司主要聚焦于瘦肉型国家级核心育种场和黑猪核心种猪育种养殖场建设项目，持续推动顺义区国家现代农业产业园项目建设，严格落实产业园创建标准及进度要求，目前项目正在进行施工建设，计划年内投产。 9. 请问公司对金标未来的规划是什么样的？ 答:尊敬的投资者您好！公司会重点聚焦乌鲁木齐、泉州、福州、潍坊、长沙、武汉、青岛、沈阳、铁岭、哈尔滨、兰州、成都等金标牛重点市场，巩固烟火气活动成果，延续金标牛 IP 热度。在重点区域市场开展美食节、快闪打卡、美食市集等线下活动，融入烟火气氛围，延续前两季金标牛烟火气餐厅榜系列活动热度，助力区域市场的消费氛围营造和动销转化，形成线上、线下联动的立体式传播；紧紧围绕“国民牛酒我代言”主题，开展品牌落地活动，让越来越多的消费领袖与终端商家代表成为牛酒的产品代言人，提升参与感与亲和力；在现有金标基础上选择区域试点进行产品包装的升级，打造金标牛产品矩阵，优化品相，提升价值，带动金标牛系列产品销售。 10. 牛栏山白酒不同价格带产品销售表现不同，公司未来在产品结构调整上有什么计划？如何提升产品盈利能力？ 答:尊敬的投资者您好！公司将重点抓好“产品焕新”中心工作，在保持产品原有风格基础上，公司将推动产品外观、包
--	---

	装设计、视觉形象、酒体感官等多个维度的全面焕新，增加产品记忆点。陈酿系列将全力稳定“白牛二”基本盘，推动光瓶酒大单品升级，加强“金标陈酿”的营销推广，推出金标牛升级产品，实现光瓶酒双轮驱动。升级经典二锅头产品系列，强化牛栏山在二锅头品类的引领地位，重塑北京二锅头品牌和地道北京味形象。焕新传统二锅头品类优势，对传统二锅头进行品质、包装、营销全维度升级，提升市场活跃度。 11. 请问公司在中高端白酒产品的布局和发展规划是怎样的？ 答:尊敬的投资者您好！公司持续培育金标陈酿，升级大单品，推进金标牛终端陈列、免品试饮等营销动作，提高餐饮渠道渗透率，尽快推出金标牛升级产品，以适口性、饮后舒适度和自主调制为方向，满足年轻消费群体个性化、低醉酒度等饮用需求，形成金标牛系列产品矩阵，带动整体营销。 升级经典二锅头产品系列，通过新品发布会、媒体造势、名烟名酒店导入、圈层营销、北京经典餐饮会员店等措施，高举高打，强化牛栏山在二锅头品类的引领地位，重塑以经典二锅头为代表的北京二锅头品牌和地道北京味形象。 聚焦魁盛号·北京礼遇作为超高端产品的形象建设，树立二锅头品类的品质标杆，占据二锅头品类的市场制高点。 12. 各位领导，公司是否有收购红星二锅头的计划？ 答:尊敬的投资者您好！公司无相关计划。 13. 各位领导，公司 2024 年度猪肉业务营收，大幅下滑的原因是什么？ 答:尊敬的投资者您好，2024 年度公司屠宰板块结合行业动态和猪肉价格走势，适时调整生产节奏，有序开展屠宰生产，屠宰量相比同期减少。 14. （向分析师的提问）怎么看待目前白酒行业的发展以及顺鑫的主要产品对应的光瓶酒行业的发展？ 答:尊敬的投资者您好，目前白酒行业存量竞争情况明显，
--	---

	品牌在持续的向头部公司和品牌集中。高端白酒（茅五泸）持续的凭借品牌优势和渠道推力持续扩张，中小酒企有持续压力。而顺鑫主要产品对应的光瓶赛道是大众消费的核心，牛栏山作为民酒的代表跟高端白酒形成差异化竞争。性价比消费目前也是大众消费的主要方向，光瓶酒没有过度包装溢价，品质性价比高，满足大众日常消费与自饮需求。 15.（向分析师的提问）今年糖酒会有大量企业推出光瓶酒，您认为未来这个市场将面临怎样的竞争局面？ 答:随着越来越多酒企开始布局光瓶酒，未来光瓶酒市场将呈现“部分高端化扩容+大众化普及”并行的竞争局面，头部名酒凭借供应链和品牌优势渗透，区域品牌需通过差异化定位突围。顺鑫牛栏山产品在光瓶酒赛道品牌积淀深厚，渠道布局广泛，产品品质稳定，有望持续在市场竞争中脱颖而出。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及应披露重大信息
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无