

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 10 月 28 日	地点	线上会议
投资者关系活动类别	双汇发展 2025 年三季度业绩交流会		
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 周 缘 中金公司 陈文博、武雨欣 工银瑞信 袁辰昱、齐欢 君和资本 张玉洁 长江养老 张 喆 中金资管 王 凯 鹏华基金 范晶伟 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。		
会议记录			
一、常务副总裁兼财务总监刘松涛先生介绍公司 2025 年元-9 月经营情况 2025 年元-9 月公司包装肉制品销量 103 万吨，同比下降 5.6%；生鲜猪肉外销量 108.7 万吨，同比增长 13.4%；禽肉外销量 28.5 万吨，同比增长 18.4%；肉类总外销量 249 万吨，同比增长 5.9%，创历年元-9 月新高。 元-9 月公司营业总收入 446.5 亿元，同比增长 1.2%；利润总额 51.9 亿元，同比增长 1.3%；归母净利润 39.6 亿元，同比增长 4.1%。 分季度情况： 一季度，公司经营业绩承压较大，二、三季度公司推进市场专业化、精细化改革，加快数字化赋能，提升薄弱产业经营，核心量、利指标连续两个季度实现增长，经营呈稳中向好态势。 分产业情况： 肉制品加快推进专业化改革，改革效果逐步显现，二、三季度肉制品销量同比止跌企稳，新渠道销量增速加快；有效管控成本，吨均利润维持高位，三季度吨利			

创历史新高。

生鲜品加大客户开发力度，大力开展生产挖潜增效，优化产品结构；因本期猪肉市场行情与同期差异较大，利润同比下降。

养猪业生猪存栏规模、出栏规模均大幅增长，持续提升种猪效能和健康管理，推行商品猪精细化养殖，主要生产绩效指标改善。

禽产业毛鸡出栏量及屠宰量持续增长，禽产品外销量创新高；做好养宰协同，强化环控标准化管理，生产指标不断优化，经营业绩显著改善。

下一步，公司将坚持“四化”战略，积极研究应对消费形势和竞争形势的变化：

一是加快落实各项市场创新方案，促进规模提升。

二是生鲜品加大客户开发，升级市场网络，增网点、扩规模；继续开展生产挖潜，动态调整产品结构，加大小包装产品推广，提升竞争力。

三是肉制品顺应市场变化，持续升级营销与渠道建设，继续推动业务专业化和客户专业化建设；加速拓展兴趣电商、即时零售、定制代工等新兴业务领域，迎合消费升级转型；构建覆盖多消费层级的品牌矩阵，精准对接消费多元化趋势。

四是继续加强养猪业、禽产业生产管理，提高过程指标，改善养殖绩效，继续降低完全成本。

五是加快供应链可视化、市场销售及营销数字化、养殖数字化等数字化项目的推进，深入广泛赋能企业经营管理，提高全程管理水平和效率。

二、交流的主要内容

1、三季度公司肉制品吨均利润创历史新高，主要原因是什么？

三季度公司肉制品吨均利润超过 5000 元/吨，环比二季度增长，主要受益于原辅包成本下降、吨均费用下降以及特优级产品销量占比上升。

2、四季度及全年公司肉制品吨均利润的展望？

四季度，预计公司肉制品原辅包成本环比继续下降，但公司将加大市场支持力度，增加市场费用投入，继续加强高性价比产品推广，预计四季度肉制品吨均利润环比下降、同比保持稳定，全年公司肉制品吨均利润仍会处于历史高位。

3、四季度公司将采取哪些措施促进肉制品销量增长？

一是继续加大市场支持。通过让利经销商和消费者等措施，加大市场费用投入，促进市场销售。

二是继续推进专业化改革。今年公司持续推进市场专业化改革，效果逐季显现，四季度将继续推进、持续增益。

三是继续加强新渠道开拓。今年肉制品在新渠道的销量逐季提升，四季度公司将继续加强新渠道开发，提升新渠道销量占比。

四是加强高性价比产品推广。基于当前的消费形势，公司将继续加强高性价比产品的推广，助力规模提升。

五是不断推进市场创新与数字技术应用，赋能市场管理与销售。

4、今年元-9月公司肉制品在新渠道的销量情况？

今年以来，公司肉制品在新渠道的销量逐季提升，一季度销量同比增长 9%，二季度销量同比增长 32%，三季度销量同比增长 34%。

5、2025 年养殖业务经营的展望？

预计全年公司养猪业和禽产业规模均同比增长，生产指标持续改善，经营同比大幅减亏。

6、今年元-9月公司哪些新产品市场表现较好，下一步新产品开发策略？

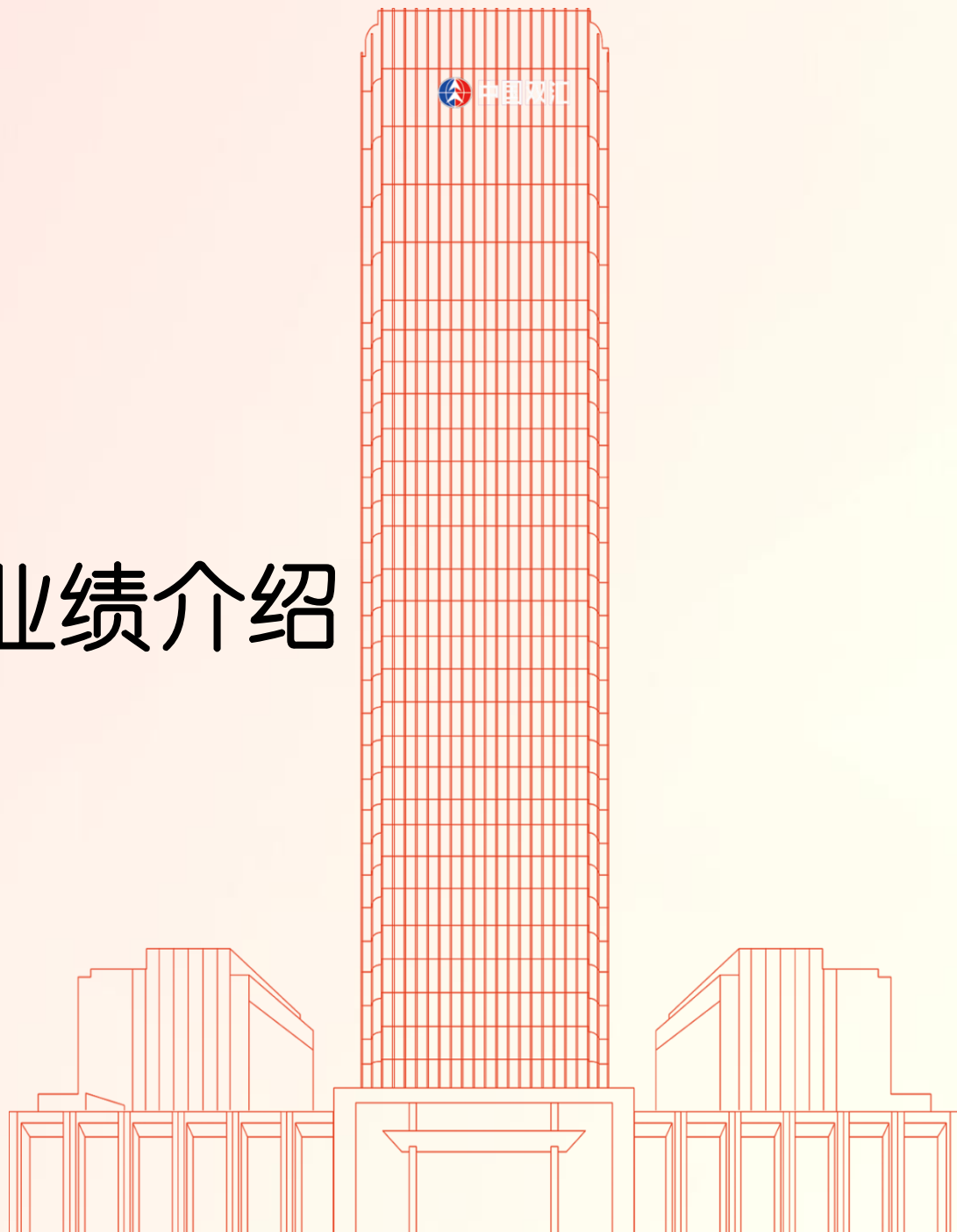
元-9月，公司推出的肉蛋拍档香肠、秘卤肉肠、肉花火腿、麻酱香肠等新产品市场反馈较好。下一步公司将围绕当前 K 型消费需求，继续加强高端产品及高性价比产品开发，一方面满足大众需求、推动规模提升，另一方面培育高端产品、开发高端市场；围绕营养健康概念，开发零糖、低钠、清洁标签等概念新产品，满足品质化的消费需求。

附件	《双汇发展 2025 年三季度业绩说明会演示材料》				
记录	张霄	审核	张立文	批准	张立文
整理日期	2025-10-28	审核日期	2025-10-28	批准日期	2025-10-28



2025

双汇发展元-9月业绩介绍



内容概览

01

业绩摘要

02

经营回顾

03

未来展望



双汇
Shuanghui

始于1984

业绩摘要

合并财务概述



重要运营数据

项目	2025年元-9月	同比变化	2025年三季度	同比变化
包装肉制品销量（万吨）	103.2	-5.6%	39.1	0.7%
生鲜猪肉外销量（万吨）	108.7	13.4%	39.8	17.5%
禽肉外销量（万吨）	28.5	18.4%	10.6	19.2%
肉类外销量（万吨）	248.9	5.9%	92.3	10.0%

关键财务指标

项目	2025年元-9月	同比变化	2025年三季度	同比变化
营业总收入（亿元）	446.5	1.2%	161.5	-1.8%
EBITDA（亿元）	65.1	0.02%	25.5	5.7%
利润总额（亿元）	51.9	1.3%	21.1	7.2%
归母净利润（亿元）	39.6	4.1%	16.4	8.4%
每股收益（元）	1.14	4.1%	0.47	8.4%

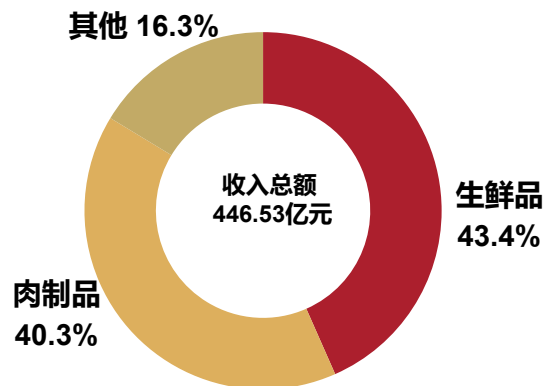
分部经营情况



2025年元-9月各业务分部收入占比⁽¹⁾

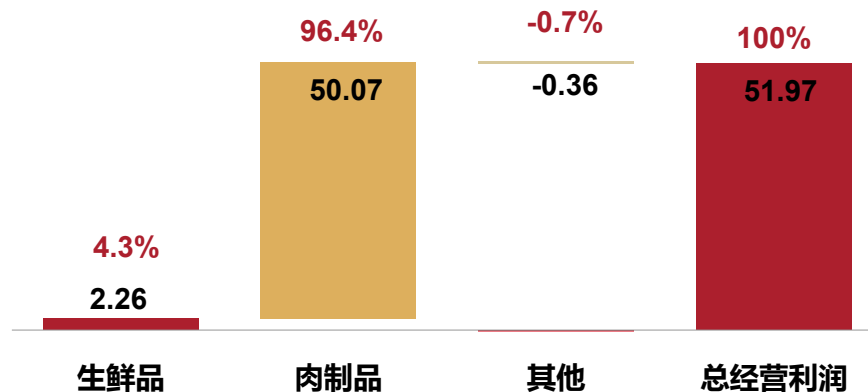
亿元

%



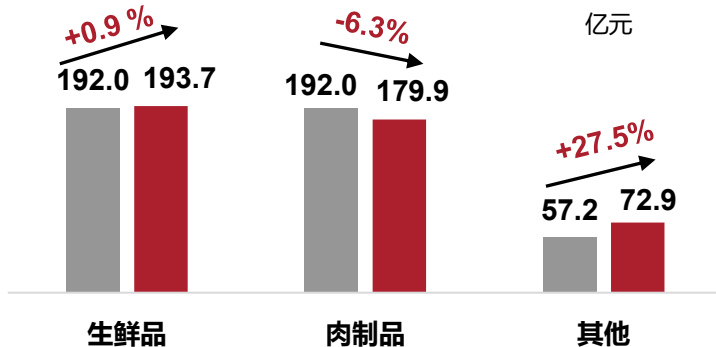
2025年元-9月各业务分部经营利润占比

亿元



2025年元-9月各分部收入同比变化情况⁽¹⁾

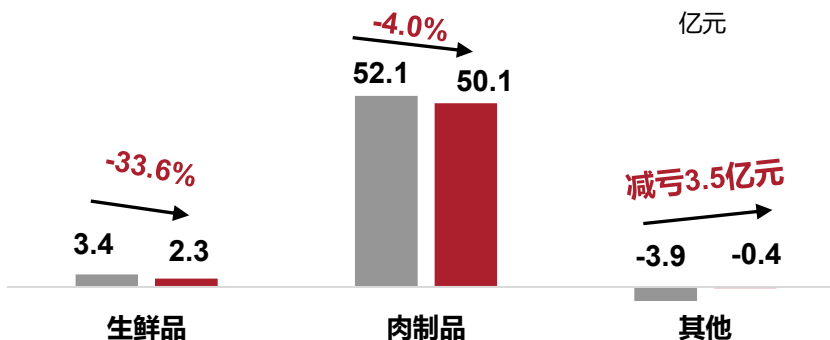
亿元



2024年元-9月 ■ 2025年元-9月

2025年元-9月各分部经营利润同比变化情况

亿元



■ 2024年元-9月 ■ 2025年元-9月

注
1. 收入为外销收入

总体分季度经营业绩



从规模和盈利看，三季度延续了二季度的增长态势。

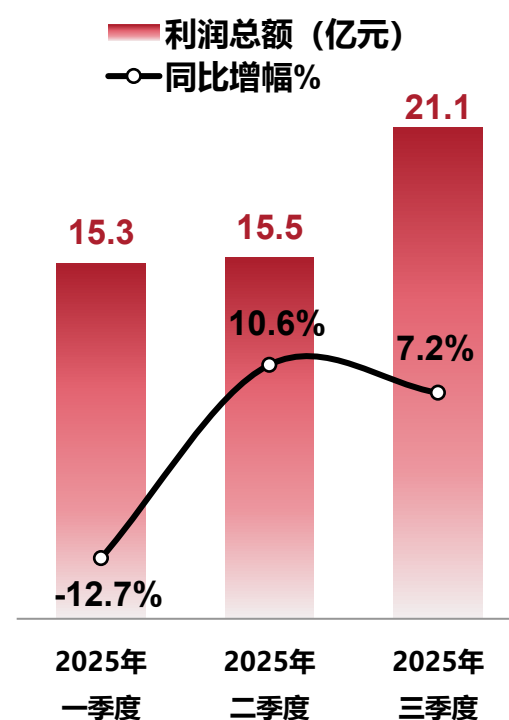
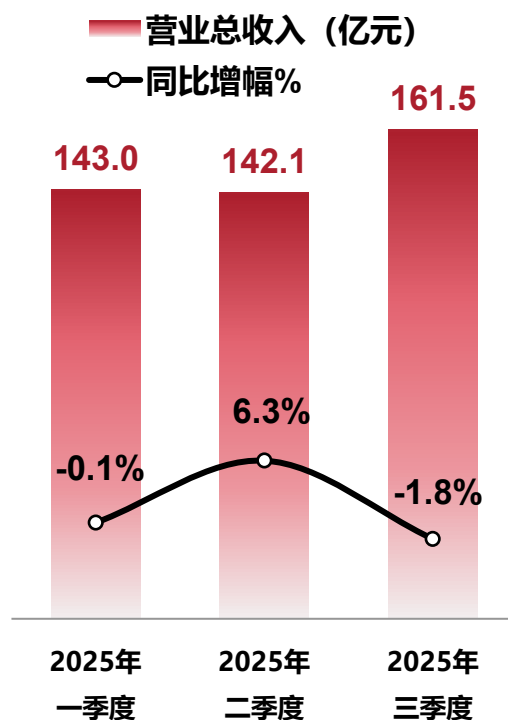
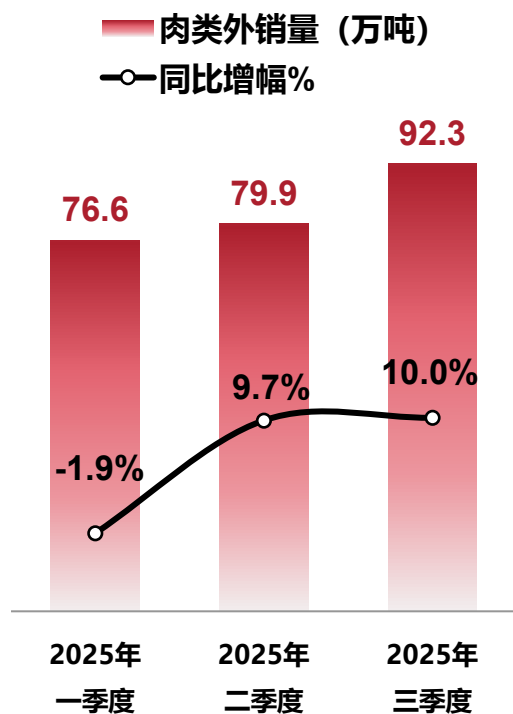
元-9月肉类外销量 **248.9万吨** 元-9月营业总收入 **446.5亿元**

元-9月利润总额 **51.9亿元**

同比增长**5.9%**

同比增长**1.2%**

同比增长**1.3%**



双汇
Shuanghui

— 始于1984 —

经营回顾



经营环境回顾



全球经济缓慢增长，贸易紧张局势及关税政策不确定性持续存在；
中国经济稳定发展，CPI、PPI低位运行，快消品消费总体偏弱。



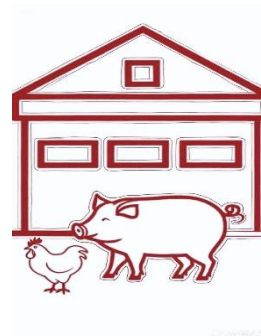
肉制品

消费品市场有效需求不足，渠道分化加剧。



生鲜品

生猪供应较为充足，猪价处于相对低位、同比下降，行业竞争进一步加剧。



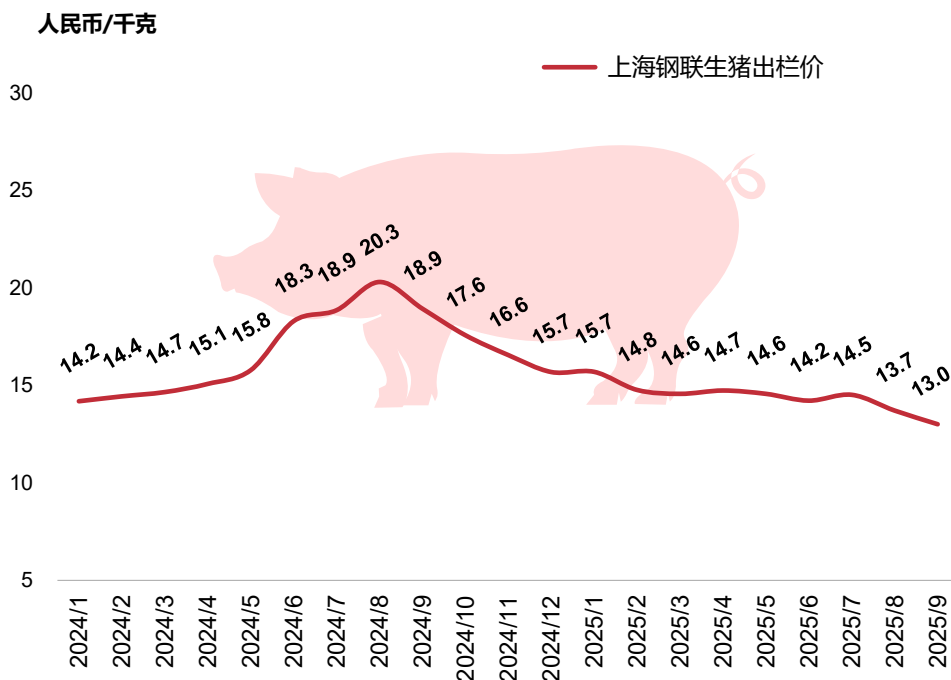
养殖业

饲料成本下降，猪、鸡供应充足、价格均处低位，养猪业盈利提升，禽产业微利。

公司坚持“产业化、多元化、国际化、数字化”发展战略，发挥产业协同，推进市场专业化、精细化改革，加快数字化赋能，提升薄弱产业，实现了经营业绩的稳健发展。

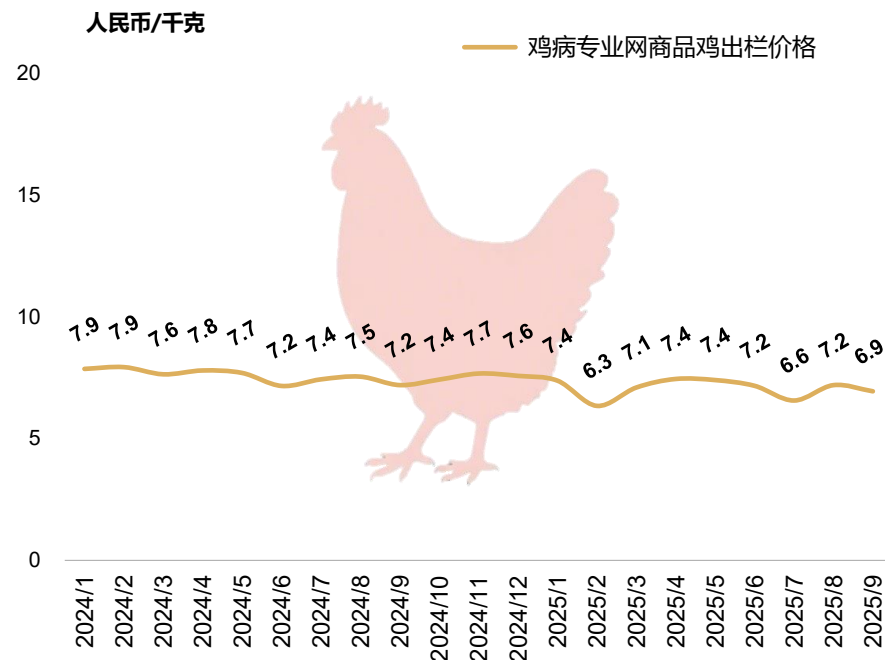
猪价及毛鸡价行情变化情况

生猪价格行情走势



- 按上海钢联公布数据，2025年元-9月生猪出栏价 14.4元/kg，同比下降13.8%。

毛鸡价格行情走势



- 按鸡病专业网公布数据，2025年元-9月商品鸡出栏价格 7.0元/kg，同比下降7.2%。

生鲜品分部业务经营业绩



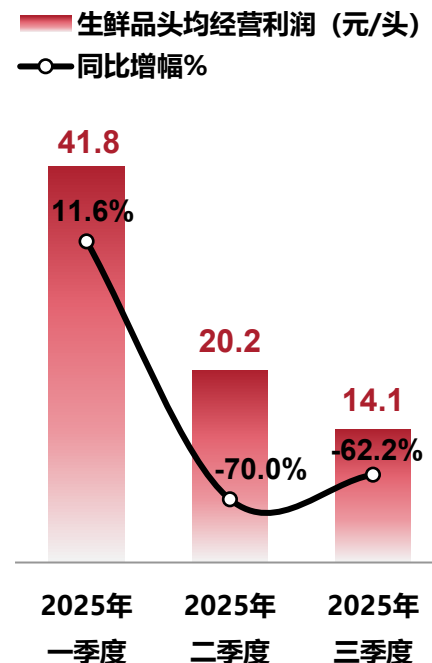
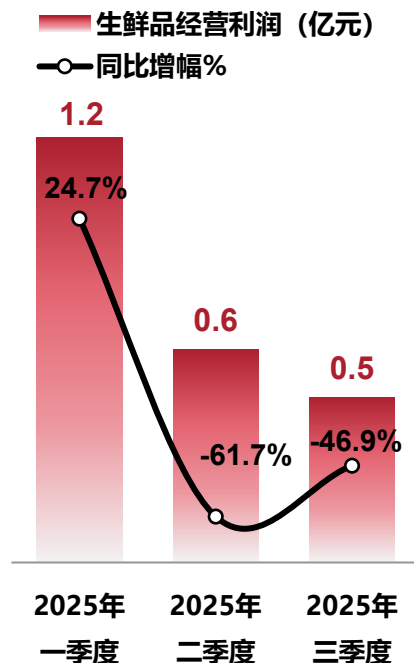
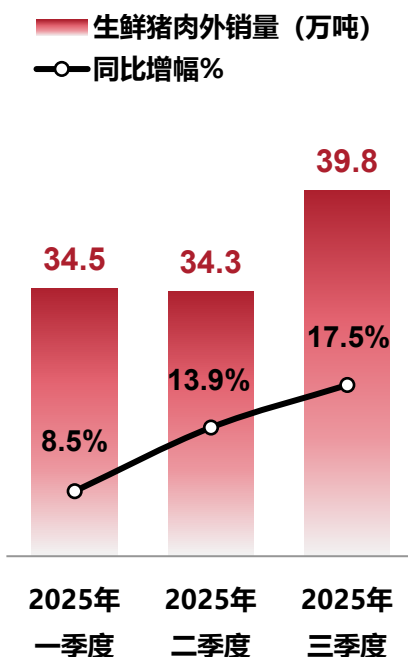
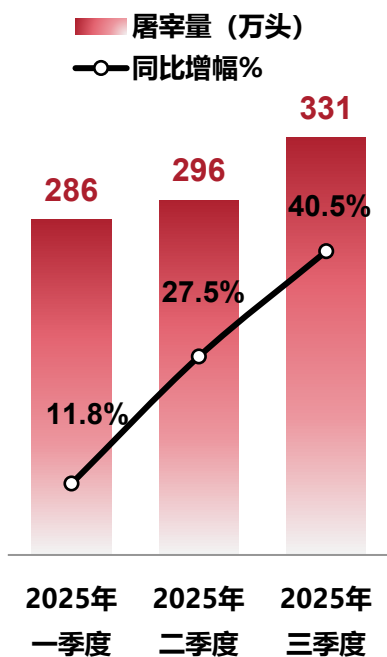
 规模逐季增长，三季度增幅进一步扩大；利润受行情影响有所承压。

元-9月
屠宰量 **913** 万头
同比增长**26.2%**

元-9月
生鲜猪肉外销量⁽¹⁾ **109** 万吨
同比增长**13.4%**

元-9月
经营利润 **2.3** 亿元
同比下降**33.6%**

元-9月
头均利润 **24.7** 元/头
同比下降**47.4%**



注

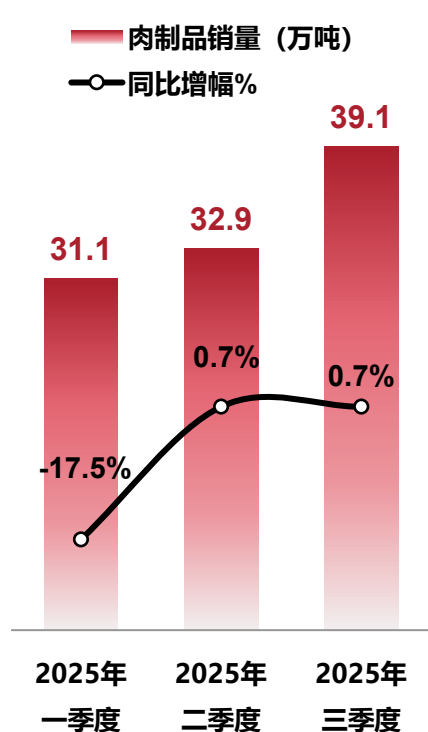
1. 图生鲜猪肉外销量含国产猪肉外销量和进口猪肉外销量

肉制品分部业务经营业绩

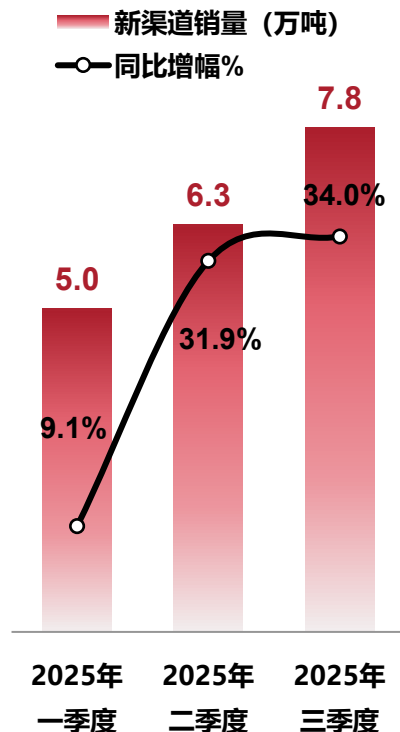


新渠道销量增长，传统渠道销量承压，吨均盈利维持较高水平；
三季度量利延续提升态势，新渠道销量增幅进一步扩大。

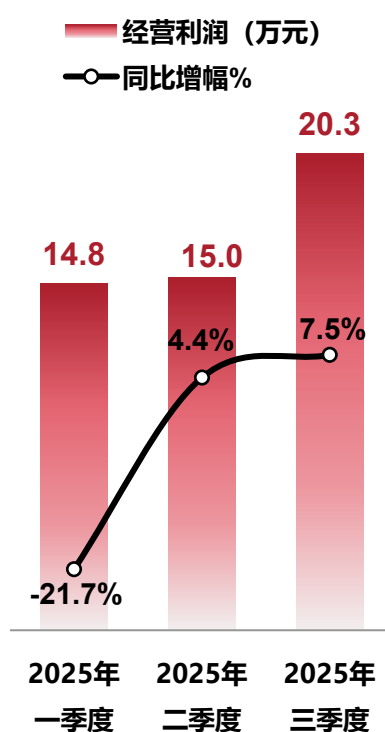
元-9月
肉制品销量 **103.2万吨**
同比下降**5.6%**



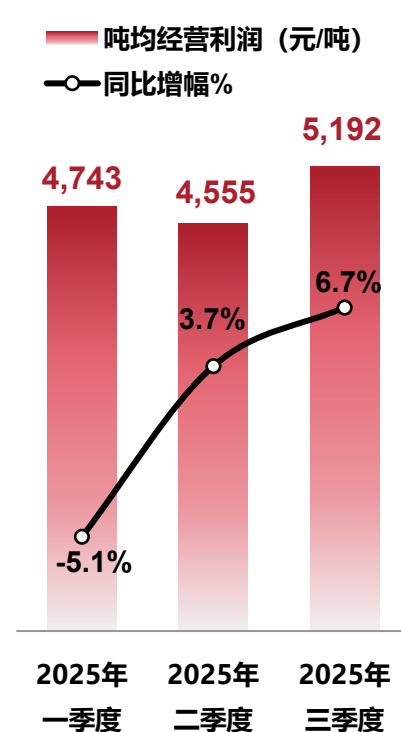
元-9月
新渠道销量⁽¹⁾ **19.1万吨**
同比增长**25.8%**



元-9月
经营利润 **50.1亿元**
同比下降**4.0%**



元-9月
吨均利润 **4,853 元/吨**
同比上升**1.7%**



注

1. 新渠道包括会员超市、连锁便利、休闲零食、餐饮、电商、特通渠道

其他分部业务经营业绩



其他分部收入大幅增长，利润大幅减亏。



养猪业规模逐季提升、同比翻倍增长，养殖绩效改善，完全成本逐季下降，利润改善显著。



禽产业规模和养殖成绩逐季提升，成本逐季下降，三季度规模和欧指创新高，利润扭亏为盈。

总体业务经营回顾

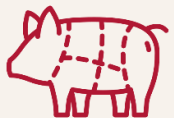


积极应对充满挑战的市场环境，实现累计销量、收入、利润均增长



肉制品

- 专业化改革加快推进，销售改革措施效果逐步显现，二、三季度肉制品销量同比止跌企稳，新渠道销量增速加快。
- 有效管控成本，吨均利润维持高位，三季度吨利创历史新高。



生鲜品

- 加大客户开发力度，大力开展生产挖潜增效，优化产品结构。
- 因本期猪肉市场行情与同期差异较大，利润同比下降。



养猪业

- 生猪存栏规模、出栏规模均大幅增长。
- 养猪业提升种猪效能和健康管理，推行商品猪精细化养殖，主要生产绩效指标改善。



禽产业

- 毛鸡出栏量及屠宰量持续增长，禽产品外销量创新高。
- 围绕一只鸡价值最大化，做好养宰协同，强化环控标准化管理，生产指标不断优化，经营业绩显著改善。



数字化

- 加快物联网、AI、BI、RPA等科技在生产、销售、营销、供应链、养殖、管理等方面广泛应用。

简颂™

双汇
Shuanghui

— 始于1984 —

未来展望



公司将坚持“四化”战略，积极研究应对消费形势和竞争形势的变化，努力实现全年销量同比明显增长，经营质量稳步提升。

- 加快落实各项市场创新方案，实现规模提升。
- 生鲜品加大客户开发，升级市场网络，增网点、扩规模；继续开展生产挖潜，动态调整产品结构，加大小包装产品推广，提升竞争力。
- 肉制品顺应市场变化，持续升级营销与渠道建设，继续推动业务专业化和客户专业化建设；加速拓展兴趣电商、即时零售、定制代工等新兴业务领域，迎合消费升级转型；构建覆盖多消费层级的品牌矩阵，精准对接消费多元化趋势。
- 继续加强养猪业、禽产业生产管理，提高过程指标，改善养殖绩效，继续降低完全成本。
- 加快供应链可视化、市场销售及营销数字化、养殖数字化等数字化项目的推进，深入广泛赋能企业经营管理，提高全程管理水平和效率。



投资者关系

电话: (0395) 2676530

电邮: 0895@shuanghui.net