

河南双汇投资发展股份有限公司

投资者调研记录

时间	2026年04月28日	地点	线上/电话会议
投资者关系活动类别	投资者交流会/双汇发展2026年一季度业绩交流会		
参与单位名称及人员姓名	申万宏源 周缘 中信证券 江皓云 华泰证券 胡东 兴业证券 金含 Morgan Stanley Lillian Lou 等70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、副总裁兼董事会秘书张立文先生等。		
会议记录			
<p>一、董事会秘书张立文先生介绍公司2026年一季度经营情况</p> <p>2026年一季度，面对充满挑战的市场环境，公司积极推进四化战略，大力开展市场创新、营销创新、管理创新和数字化赋能，抢抓春节销售旺季，实现了经营良好开局。一季度，公司肉类外销量88.0万吨、同比增长14.9%，营业总收入146.0亿元、同比增长2.1%，利润总额17.2亿元、同比增长12.5%，归母净利润12.9亿元、同比增长13.6%。分产业看：</p> <p>生鲜品业务：坚持“稳利扩量”经营策略，借助低猪价行情，大力开发客户，加强终端网点建设，产销规模大幅增长，生鲜猪肉外销量39.9万吨、同比增长15.7%；鲜品业务盈利提升，冻品业务盈利同比下降，整体盈利保持稳定。</p> <p>肉制品业务：深化市场专业化改革，加大市场投入，提升服务能力，传统渠道销量止跌回升、同比增长7.4%，新兴渠道销量同比增长53.6%，总体包装肉制品销量同比增长15.1%；吨均利润稳中有升，整体利润同比增长19.4%。</p> <p>其他业务分部：养猪业出栏规模提升，但受猪价低、养殖成绩不达预期等影响，亏损同比增加；禽产业规模保持较大增长，养殖成绩提升，利润同比大</p>			

幅减亏。

2026 年一季度，公司继续推进数字化与管理升级举措，主要工作如下：

1.市场数字化方面，发布双汇肉制品“新云商”，实施网点标签化管理、行销任务推送等措施，赋能市场竞争力提升。

2.管理数字化方面，与金蝶合作启动双汇 ERP 战略升级项目和人事数字化战略升级项目，推动业务流程再造和组织能力升级。

3.成立生鲜商学苑，以专业力量赋能生鲜门店建设和运营。

4.人力资源管理系统性升级，进行三支柱转型，引入职级体系，构建高质量发展的人才基础。

二、交流的主要内容

1. 一季度公司肉制品销量同比较好增长的原因。

一季度公司肉制品销量 35.8 万吨，同比增长 4.7 万吨、增幅 15.1%，主要原因：

一是持续推进市场专业化运作，新兴渠道销量继续保持高速增长。

二是加强客户和网点开发，新客户贡献新增量。

三是加强两端化产品推广，新产品销量和高性价比产品销量同比大幅增长。

四是春节对销量有一定的利好拉动。

2. 后续公司将采取哪些措施推动肉制品销量增长？

后续，公司将主要采取以下措施，推动肉制品销量提升：

一是继续加强专业化管理，包括业务队伍和客户队伍专业化，渠道运作专业化等。

二是继续加强两端化产品推广，一方面推广以史密斯品牌为代表的高端产品，满足高端需求，另一方面加强高性价比产品推广，积极参与竞争。

三是继续推进数字化升级，通过双汇云商系统、AI 销售助手等数字化工具，赋能市场运作和终端管理提质增效。

四是继续加强网点开发，通过网点数量和质量提升，带动销量增长。

五是继续加强市场支持，通过市场费用的精准投入，支持市场竞争。

此外，公司也将加强以下几个方面的工作：

一是开展销售模式创新试点，公司在豫南、豫北、辽宁、山东等区域陆续启动销售模式创新试点，与客户一起深度参与市场开发及运作。

二是结合当下提振内需及文旅发展趋势，公司成立了专门的特通销售团队，从外部引进专业人才，专门负责高铁站、高速公路、景区等特通渠道的开发，以及借助节日旺销时机，积极组织外展活动，加强品牌宣传与产品推广，为规模扩张助力。

三是加强区域新产品开发，公司将针对不同地方的特色口味，开展符合区域口味偏好的特色产品，满足差异化消费需求。

3. 2026 年肉制品吨均利润的展望。

今年公司肉制品将实施“稳利扩量”策略，预计原辅包成本下降将有利于肉制品盈利提升，同时公司将加大市场费用投入及高性价比产品推广，精准支持市场竞争，预计全年肉制品吨均利润同比可能略降、仍保持在高位。

4. 2026 年公司养猪业的经营展望。

2026 年，公司养猪业继续加强管理提升，养殖过程指标将继续改善，但受行情等因素影响，全年经营承压。

5. 2026 年公司禽产业的经营展望。

2026 年，公司养鸡业和宰鸡业的生产成绩都将继续改善，经营持续向好，全年有望扭亏为盈。

6. 一季度肉制品在新兴渠道的销量占比。

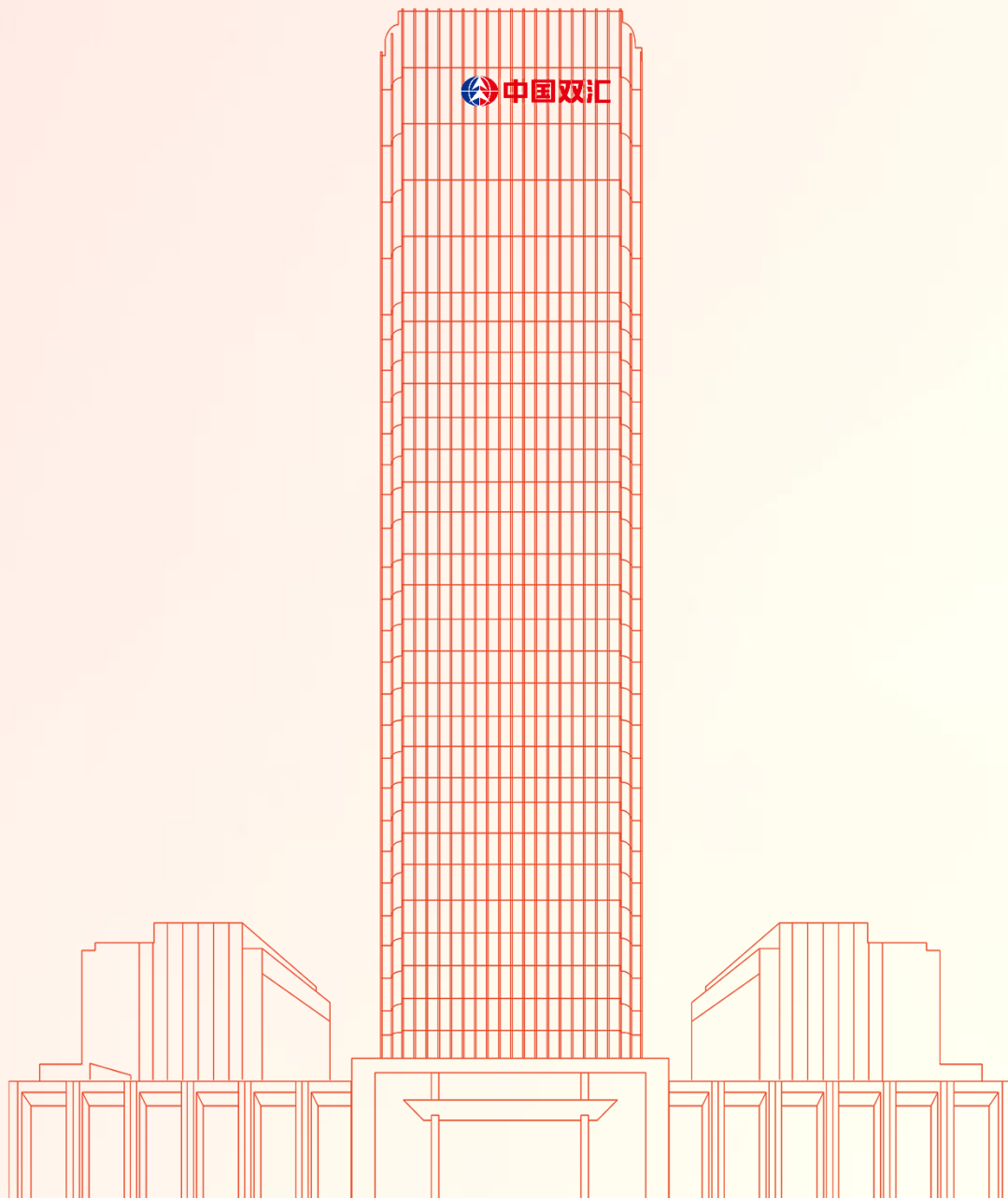
2026 年一季度，公司肉制品在新兴渠道销售 8 万吨、同比增长 53.6%，销量占比 22%。

附件	双汇发展 2026 年一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	2026-04-28	审核日期	2026-04-28	批准日期	2026-04-28



2026

双汇发展2026年 一季度业绩介绍



内容概览

01

业绩摘要

02

经营回顾

03

未来展望



一口麻酱香 共享好时光



芝麻酱

添加量 ≥ 2.5 克
/100克

高蛋白质

蛋白质 ≥ 12.0 克
/100克

麻酱香肠



超长春天 汇更尽兴

春日放风约汇 随食有滋有味



业绩摘要

合并财务概述



重要运营数据

项目	2026年一季度	2025年一季度	同比增减	同比变化
包装肉制品销量 (万吨)	35.8	31.1	4.7	15.1%
生鲜猪肉外销量 (万吨) ⁽¹⁾	39.9	34.5	5.4	15.7%
禽肉外销量 (万吨) ⁽²⁾	9.8	8.2	1.6	19.8%
肉类外销量 (万吨) ⁽³⁾	88.0	76.6	11.4	14.9%

关键财务指标

项目	2026年一季度	2025年一季度	同比增减	同比变化
营业总收入 (亿元)	146.0	143.0	3.0	2.1%
EBITDA (亿元)	21.7	19.7	1.9	9.9%
利润总额 (亿元)	17.2	15.3	1.9	12.5%
归母净利润 (亿元)	12.9	11.4	1.5	13.6%
每股收益 (元)	0.37	0.33	0.04	13.6%

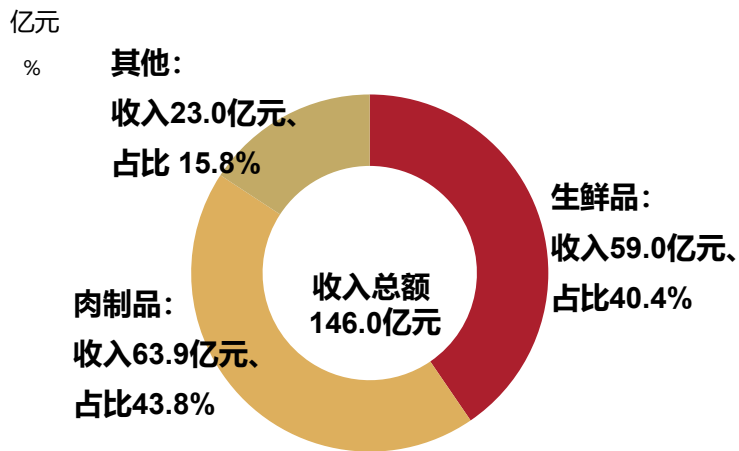
注

1. 上表生鲜猪肉外销量含国产猪肉外销量和进口猪肉外销量;
2. 禽肉外销量含进口禽肉外销量;
3. 肉类外销量含包装肉制品销量、生鲜猪肉外销量、禽肉外销量及非猪肉类进口产品销量 (2026年一季度2.5万吨)。

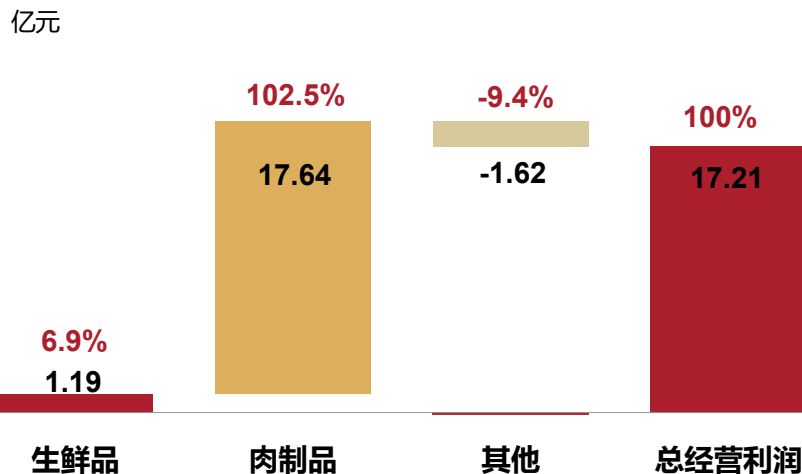
分部经营情况



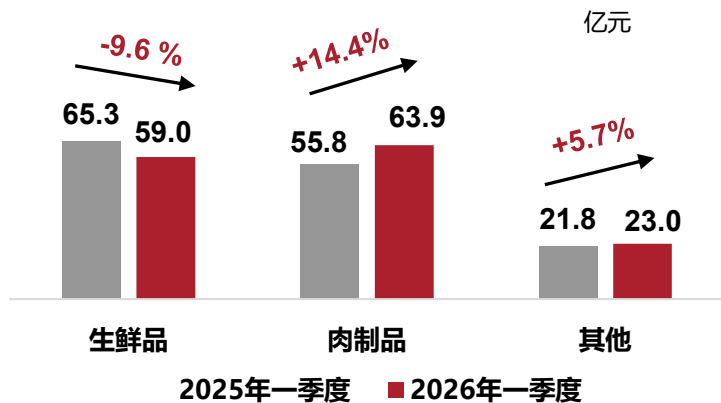
2026年一季度各业务分部收入占比⁽¹⁾



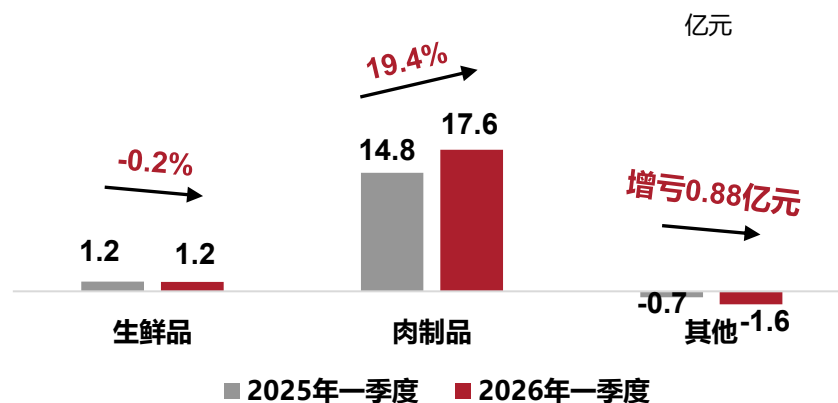
2026年一季度各业务分部经营利润占比



2026年一季度各分部收入同比变化情况⁽¹⁾



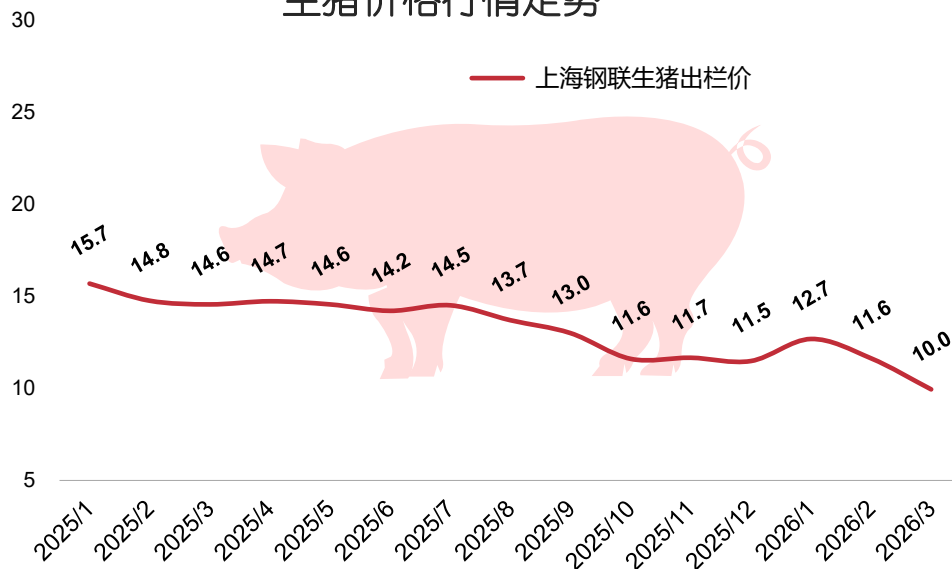
2026年一季度各分部经营利润同比变化情况



注
 1. 收入为外销收入;
 2. 其他分部利润同比增亏, 主要是禽产业利润同比改善, 但养猪业利润增亏、双汇总部收到补贴下降。

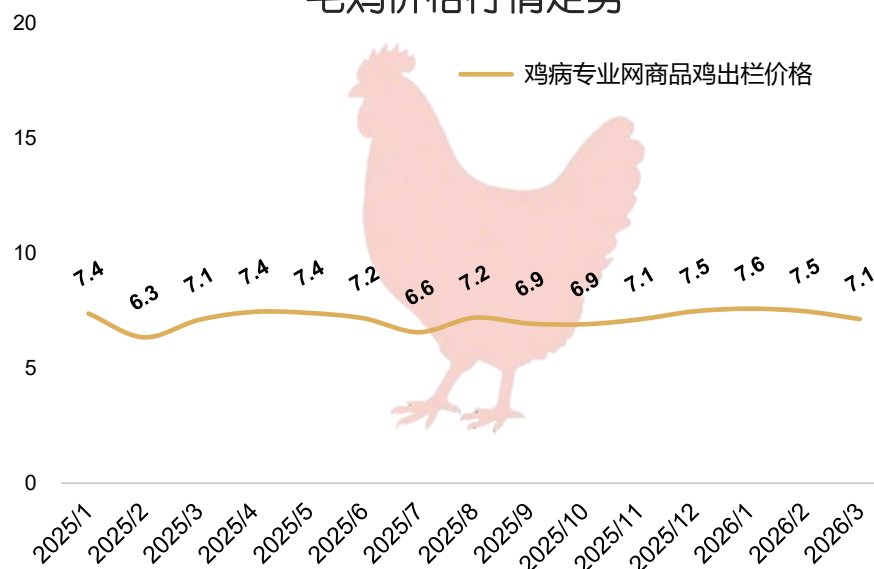
全球经济缓慢复苏，中国经济稳中向好，社会消费稳步恢复，CPI温和回升，PPI逐步由负转正；猪价同比大幅下降、鸡价同比小幅上升，肉类行业竞争依然激烈。

生猪价格行情走势



- 按上海钢联公布数据，2026年一季度生猪出栏价11.4元/kg，同比下降23.9%。

毛鸡价格行情走势



- 按鸡病专业网公布数据，2026年一季度商品鸡出栏价格7.4元/kg，同比上升6.7%。

经营回顾

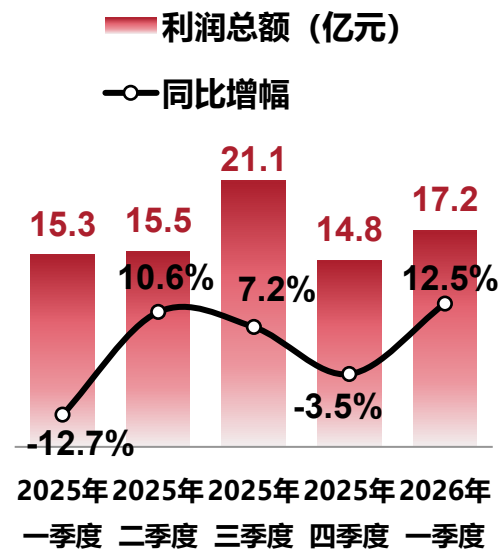
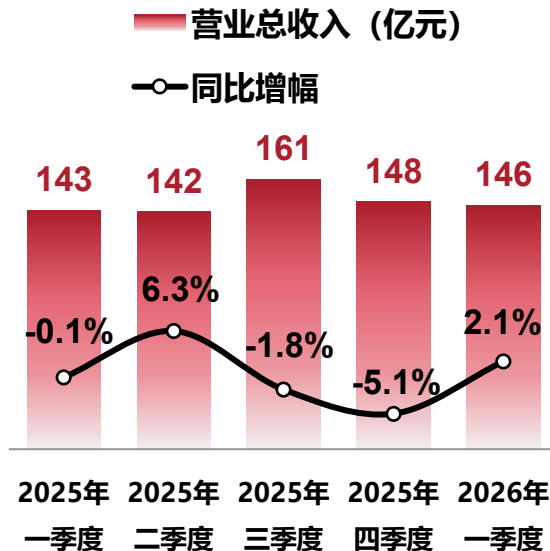
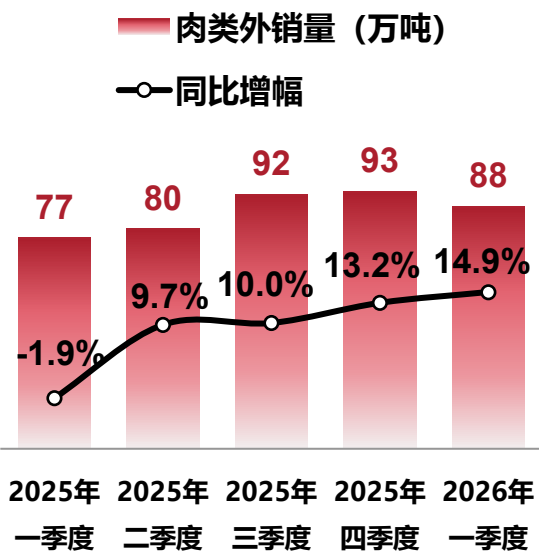


- 面对充满挑战的市场环境，公司深化推进四化战略，大力开展市场创新、营销创新、管理创新和数字化赋能，抢抓春节销售旺季，一季度肉类销量规模再创新高，肉类外销量、营业总收入、利润总额同比均实现增长，实现了经营良好开局。

肉类外销量 **88.0万吨**
同比增长**14.9%**

营业总收入 **146.0亿元**
同比增长**2.1%**

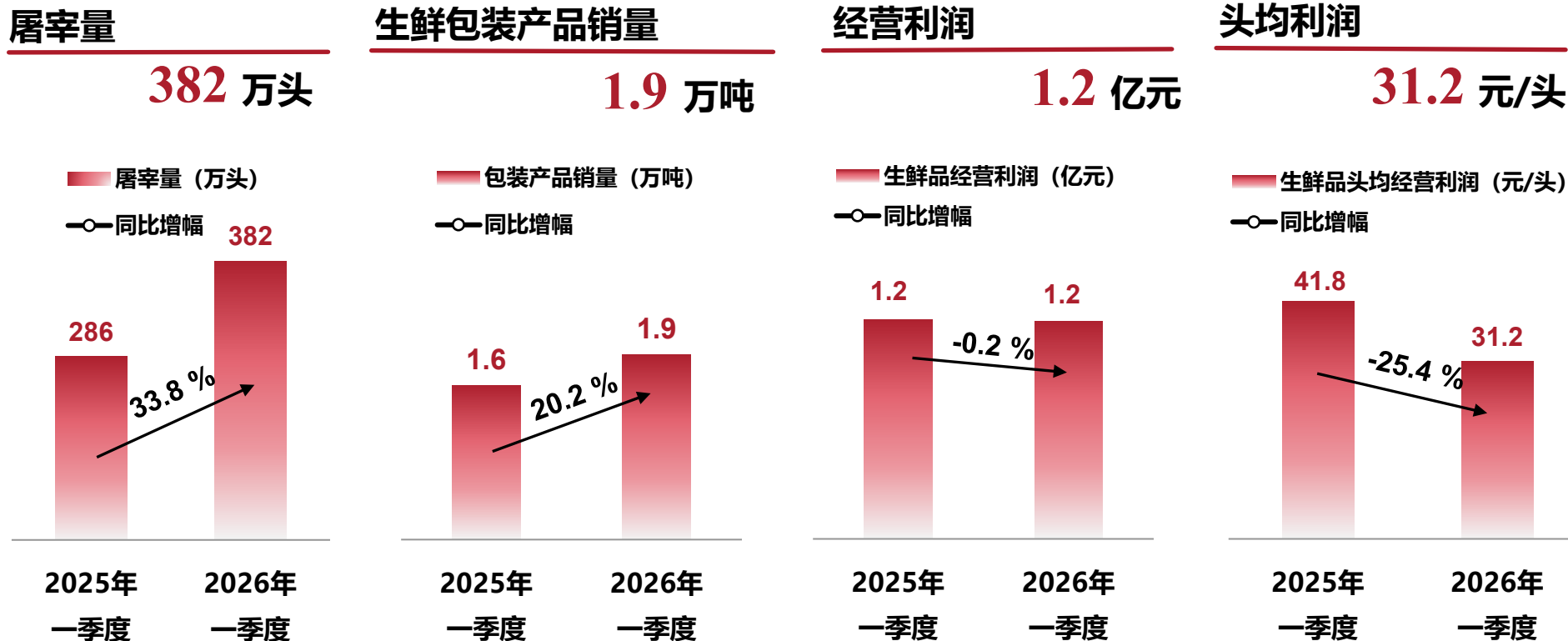
利润总额 **17.2亿元**
同比增长**12.5%**



生鲜品分部业务经营业绩



- 坚持“稳利扩量”经营策略，借助低猪价行情，大力开发客户、加强终端网点建设，产销规模大幅增长，生鲜猪肉外销量39.9万吨、同比增长15.7%，创历史新高；
- 顺应消费趋势、优化产品结构，销售生鲜包装产品1.9万吨、同比增长20.2%；
- 鲜品盈利提升，冻品业务盈利同比下降，整体盈利保持稳定。



肉制品分部业务经营业绩

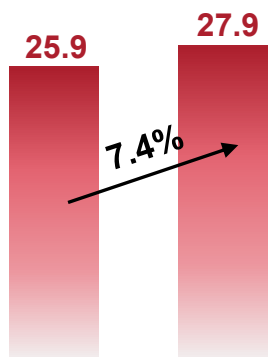


- 深化市场专业化改革，加大市场投入，提升服务能力，传统渠道销量止跌回升、同比增长7.4%，新兴渠道销量同比增长53.6%，总体包装肉制品销量同比增长15.1%；
- 坚持两调一控，吨均利润稳中有升，利润同比增长19.4%；
- 各项市场改革措施发力，整箱消费、重点商超、即时零售平台等业务销量表现较好。

传统渠道销量

27.9万吨

— 传统渠道销量 (万吨)
○ 同比增幅

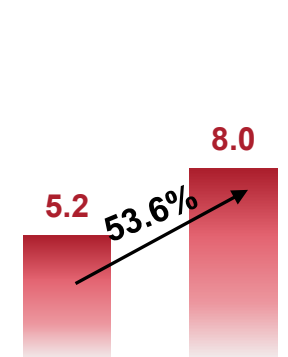


2025年 一季度 2026年 一季度

新渠道销量⁽¹⁾

8.0万吨

— 新渠道销量 (万吨)
○ 同比增幅

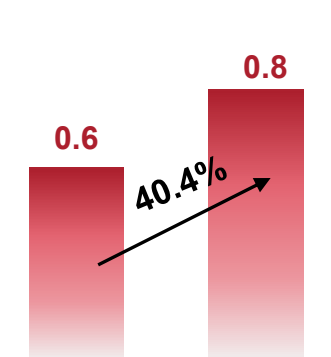


2025年 一季度 2026年 一季度

即时零售平台销量

0.8万吨

— 即时零售平台销量 (万吨)
○ 同比增幅

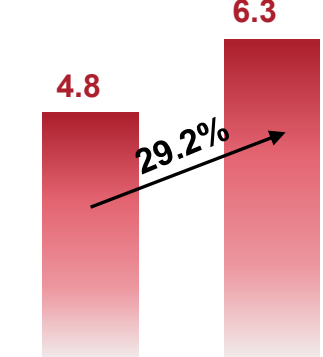


2025年 一季度 2026年 一季度

整箱产品销量

6.3万吨

— 整箱产品销量 (万吨)
○ 同比增幅

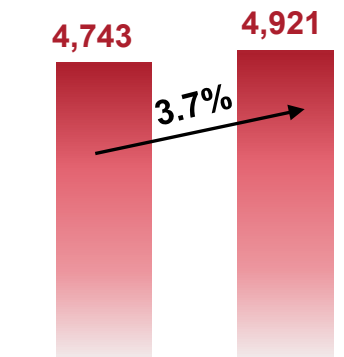


2025年 一季度 2026年 一季度

吨均经营利润

4,921 元/吨

— 吨均经营利润 (元/吨)
○ 同比增幅



2025年 一季度 2026年 一季度

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



其他分部收入稳定增长，利润同比增亏。



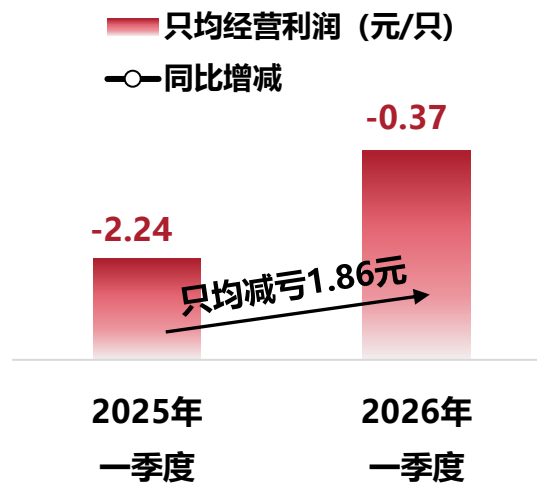
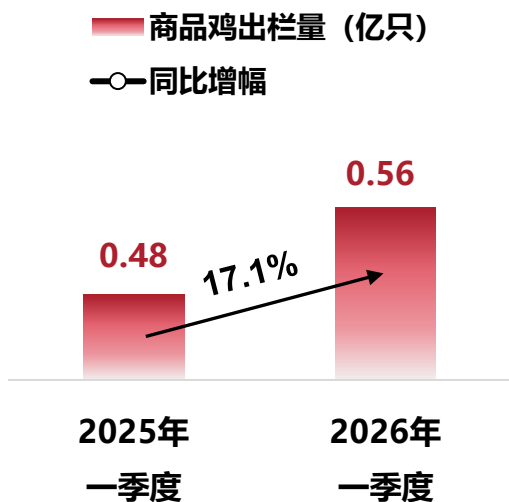
养猪业出栏规模提升，受猪价低、养殖成绩不达预期等影响，亏损同比增加。



禽产业规模保持较大增长，养殖成绩提升，利润同比大幅减亏。

商品鸡出栏量 **0.56亿只**

只均经营利润 **-0.37元/只**



数字化赋能及管理提升方面



- 市场数字化方面，发布双汇肉制品“新云商”，全面实施网点标签化管理、行销任务推送等，赋能市场竞争力提升。
- 管理数字化方面，与金蝶合作启动双汇ERP战略升级项目和人事数字化战略升级项目，推动业务流程再造和组织能力升级。
- 成立生鲜商学苑，以专业力量赋能生鲜门店建设和运营。
- 启动人力资源管理系统性升级，推动“三支柱”转型，引入职级体系，构建高质量发展的人才基础。



肉制品新云商发布会



生鲜商学苑成立仪式



人力资源三支柱转型和职级体系建设
项目启动会

公司积极顺应消费变革与市场竞争趋势，拥抱科技、勇于创新，以变应变、以新赢新，全面推动经营质量与核心竞争力跃升。

- 继续推动肉制品市场创新，稳定传统渠道，拓展兴趣电商、O2O、文旅等新兴渠道，提升新兴渠道占比；做好精益销售试点推广，开发区域性新产品，带动规模增长。
- 生鲜品抢抓历史性低猪价窗口期，全力以赴上规模；继续扩大客户群体、门店数量，扩大市场出口，实现快产快销。
- 持续做好营销创新、新品推广，强化健康、潮流、品质品牌形象，扩大市场影响力。
- 加快建设数智双汇，做好ERP系统迭代升级等重点项目，深化应用双汇新云商，大力开展AI落地应用，推动数字化、智能化的全面赋能，提升综合竞争力。
- 继续加强养猪业、禽产业管理，降低完全成本，重点做好防疫及料肉转换效率提升。
- 全面升级人才管理体系，持续优化激励创新机制，激发全员创新活力，营造“奋斗青年，我要成长”的奋斗创新氛围，为企业新时期发展筑牢人才基础。



投资者关系
电话: (0395) 2676530
电邮: 0895@shuanghui.net