

证券代码：002567

证券简称：唐人神

唐人神集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称 及人员姓名	南方基金：鲍宇晨 浙商证券：黄薇、胡文舟 国投证券：刘亚洲 朱雀基金：陈亚博 天治基金：王娟 圆石投资：吴耀聪 国联基金：邵思凝 华泰证券：王煜坤 天钺基金：李文豪 中信证券：彭家乐、施杨、冯宝华 国泰海通：王艳君、巩健 东方证券：李晓渊 广发证券：钱浩、李雅琦 前海开源基金：毕建强 创金合信基金：张小郭 上银基金：杨东朔	天风证券：陈炼 开源证券：罗振林、陈雪丽 华创证券：陈鹏 财通证券：江路 方正证券：邱星皓 西部证券：熊航 华源证券：顾超 国海证券：熊子兴 璞瑜嵩石：邓祖铭 温氏投资：黎明 和谐汇一：庄莹 华福证券：申钰雯 汇丰晋信基金：李文华 华安证券：王莺、万定宇 中金公司：龙友琪
时 间	2026年4月29日 10:00-11:00； 15:00-16:00	
地 点	公司总部会议室	
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书：孙双胜 证券资本部总经理：徐岩	
投资者关系活动 主要内容介绍	第一部分：公司 2025 年及 2026 年第一季度经营情况介绍 2025 年度，公司实现营业收入 242.15 亿元，实现归母净利润-11.87 亿元。公司实现饲料内外销量 657.24 万吨，同比增长 4.65%，实现营业收入 145.35 亿元，占营业收入总额比重为 60.03%。公司销售生猪 533.25 万头，同比增长 22.98%，实现营业收入 82.94 亿元，占营业收	

入总额比重为 34.25%。2025 年公司肉品业务实现营业收入 13.72 亿元，占营业收入总额比重为 5.66%。

2026 年一季度，公司实现营业收入 53.79 亿元，实现归母净利润 -6.25 亿元；公司实现生猪出栏 141.62 万头。

面对本轮行业猪价周期低谷，公司有韧性保持平稳发展：

一是，饲料业务“压舱石”作用明显。公司饲料业务销售收入稳定，占总营收比重约为 60%，具有周转速度快、现金流较好等特点，饲料业务以对外销售为主，每年可稳定提供经营活动现金流净额 5 亿元以上，可为公司养猪产业提供现金流支持。目前而言，公司母公司以饲料业务为主，没有养殖业务，母公司盈利能力稳定，银行可以继续提供贷款支持。

二是，养殖成本持续改善。近些年来，公司持续加强生产与健康管理，提高生产成绩指标，努力追赶行业优秀公司，2025 年母猪 PSY 指标达到 28 头；公司 2025 年肥猪生产成本同比下降 1.08 元/公斤，仔猪成本同比下降 88 元/头；2026 年一季度肥猪生产成本环比 2025 年第四季度下降约为 0.4 元/公斤，2026 年一季度营业总成本约为 12.66 元/公斤。

三是，肉品业务处于由区域性品牌向全国性品牌发展的阶段。公司推出“香乡猪”品牌生鲜，充分利用生物发酵菌种技术，推出了包括营养肉饼、鲍花肉酥、多口味烤肠等食养产品，同时对中式风味产品推陈出新，满足中高端人群消费需求。为此，公司拓宽销售渠道，持续优化销售网络，公司已和盒马鲜生、山姆会员店等新型商超建立合作。

四是，公司在 2025 年第三季度对生猪价格进行了及时预判，调整生猪出栏节奏和出栏结构，增加仔猪销售量，以保证现金流为主要目标。同时，公司提前做好现金储备以应对行业寒冬，公司 2026 年 3 月末货币资金 26.27 亿元，比 2025 年 12 月末增加了 6.8 亿元；公司开展债券市场融资，首批成功发行超短期融资券 1 亿元；2026 年一季度完成子公司股权融资 2 亿元，已形成集银行信贷为主、股权融资和债券市场融资为辅的多位一体的融资格局，进一步增强公司抗风险能力。

第二部分：投资者问答

Q：公司 2025 年亏损的主要原因是什么？

A：公司 2025 年亏损的主要原因：1、受生猪市场行情波动影响，公司养殖业务发生较大亏损，公司 2025 年全年商品猪销售均价约 13.36 元/公斤，同比下降约 18.61%，使得公司整体盈利水平较上年同期较大下滑；2、由于公司 2025 年外购了部分高价仔猪进行育肥，同时，公司自有育肥猪场产能利用率未达到预期，造成公司养殖成本下降幅度不及预期；3、由于生猪价格下跌，公司按照企业会计准则相关规定和谨慎性原则，对存栏生猪计提了存货跌价准备 37,560.96 万元。

Q：公司养殖成本变化情况？

A：公司养殖成本呈现不断改善的趋势，2025 年肥猪生产成本同比下降 1.08 元/公斤，仔猪成本同比下降 88 元/头。2026 年一季度肥猪生产成本环比 2025 年第四季度下降约为 0.4 元/公斤，仔猪成本同比下降约为 15 元/头。2026 年一季度公司生猪营业总成本约为 12.66 元/公斤。

Q：公司饲料业务发展情况？

A：公司饲料业务始终保持稳健发展趋势，具有盈利能力稳定、周转速度快、现金流较好的特点，面对当前国内饲料市场的竞争加剧，公司贯彻执行“重塑作风、拥抱变革、细化举措、结果导向”的核心方针，通过目标牵引、变革引领、执行导向三大举措，贯彻执行“不创养殖价值不卖料”的经营理念，努力为下游养殖户创价值，增加客户粘性，从而提升公司饲料外销规模。同时，公司从事饲料业务近四十年，在营养技术、生产质量、销售、管理等方面具有丰富的经验，能够针对玉米、豆粕等主要原料市场价格波动，实时对饲料产品配方进行优化，使饲料单位成本下降，确保公司毛利率相对稳定。

Q：公司肉制品业务的发展情况？

A：公司对肉制品业务加大战略转型投入，从组织结构、产品、销售渠

	道等方面进行改革，对公司肉品产品线进行了重塑，由过去传统中式风味制品为主向三大产品方向转型，一是依托于茶陵香乡猪 180 万头自繁自养基地打造的“香乡猪”生态品牌鲜肉；二是联合科研院校研发的饲养产品；三是特色礼包拓展优质销售渠道，进入全国市场。
日期	2026 年 4 月 29 日